

# PERAN PT. TELKOM DALAM MENDORONG EKONOMI DIGITAL BAGI UMKM WILAYAH TELEKOMUNIKASI SULAWESI SELATAN - SULAWESI BARAT

*The Role of PT. Telkom in Driving the Digital Economy for MSMEs in the South  
Sulawesi-West Sulawesi Telecommunication Region*

**Abdul Azis<sup>1</sup>, Dayu Suhardi<sup>2</sup>, M.Ryan Dharmawan Bambang<sup>3</sup>**

**Email:** [abdulazis1457@gmail.com](mailto:abdulazis1457@gmail.com)<sup>1</sup>, [dayusuhardi@gmail.com](mailto:dayusuhardi@gmail.com)<sup>2</sup>, [ekg.rian@gmail.com](mailto:ekg.rian@gmail.com)<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

<sup>2,3</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Parepare

Jl.Jend. Ahmad Yani No.KM.6, Lappade, Kec.Ujung, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91112

## **Abstract**

*Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indonesia, despite playing a crucial role, have faced various challenges and obstacles in the era of digital economy. Numerous issues and hurdles, especially for micro and small businesses, have directed government and banking efforts towards empowerment focused on addressing two strategic issues: business growth through the enhancement of science, technology, and competitiveness. This research aims to examine the influence of PT. Telkom's role in promoting digital economy for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the South Sulawesi-West Sulawesi Telecommunication Region. Data collection techniques employed in this study include interviews, documentation, and questionnaires. The sample or population involved in this research consists of 100 respondents, including PT. Telkom personnel and micro, small, and medium enterprise (MSME) managers in the South Sulawesi and West Sulawesi telecommunication regions. Data analysis technique in this study utilizes the Likert Scale to measure the attitudes, opinions, and perceptions of the respondents, where they are asked to fill out or complete the questionnaire indicating their level of agreement with a series of questions. Based on the research findings, it is evident that digital economy has a highly significant impact on the development and revenue of micro, small, and medium enterprises (MSMEs).*

**Keywords:** *Transparent, Participatory, Accurate*

## **Abstrak**

UMKM di Indonesia meski memiliki peran penting, namun perkembangannya selama ini masih terdapat permasalahan dan kendala di era ekonomi digital. Berbagai masalah dan tantangan khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil mengarahkan upaya pemerintah dan perbankan dalam pemberdayaan difokuskan pada penanganan dua isu strategis pertumbuhan usaha dengan peningkatan IPTEK dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh adanya peran PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Wilayah Telekomunikasi Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu wawancara, dokumentasi dan kuisioner. Sampel atau populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang terlibat yang terdiri dari petugas PT. Telkom dan pengelola usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang ada di wilayah telekomunikasi Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert yang bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden, dimana responden diminta untuk mengisi atau melengkapi kuisioner dengan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perkembangan dan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

**Kata Kunci :** *Transparan, Partisipatif, Akurat*

## PENDAHULUAN

Saat ini, Indonesia telah memasuki era ekonomi digital dan revolusi industri 4.0. Ekonomi digital adalah aspek ekonomi yang berbasis pada pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi berbasis digital yang memungkinkan para pelaku bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat menangkap peluang atau kesempatan untuk memperkenalkan dan memasarkan produk-produk mereka melalui jaringan bisnis online berbasis ekonomi digital.

Berdasarkan kegiatan e-Conomic SEA tahun 2019 yang telah dirilis oleh mesin pencari atau *search engine* paling terkenal di dunia yakni Google, menyebutkan bahwa angka pertumbuhan ekonomi digital Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara, mengalahkan Thailand, Singapura, Vietnam, Malaysia dan Philipina. Dampak dari ekonomi digital telah merubah ekonomi global, dan memungkinkan industri kecil atau usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat menjadi industri multinasional mikro, (Eka, 2019).

Peran PT. Telkom Indonesia dalam mendorong dan mengembangkan ekonomi berbasis digital atau ekonomi digital telah memberikan dampak keuntungan yang signifikan bagi masyarakat Indonesia dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah mereka melalui ekonomi digital berbasis internet, mengingat populasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 ini sangat besar, yakni mencapai 212,35 juta orang, dan merupakan pengguna internet terbesar ketiga terbesar di Asia setelah China dan India dan terbesar keempat di dunia setelah Amerika Serikat.

Pengguna internet yang semakin besar di Indonesia akan menciptakan peluang dalam membuka usaha bisnis yang berbasis digital atau dikenal dengan istilah ekonomi digital, demikian pula pengguna internet akan menjadi sasaran atau target pasar yang menjanjikan bagi para pemilik bisnis online, hal tersebut dapat mendorong munculnya bisnis-bisnis atau usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) baru yang bergerak dibidang online yang menggunakan pemasaran sistem online berbasis ekonomi digital. (Sri Adiningsih, 2019)

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap peningkatan perekonomian, peningkatan kontribusi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan nasional haruslah terus dikembangkan dan ditingkatkan agar dapat menyerap banyak tenaga kerja serta meningkatkan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, bahwa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia, serta kontribusi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada produk domestik bruto (PDB) mencapai 61,07% pada tahun 2020. Sebagai penopang perekonomian bangsa, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sudah sepatutnya terus diberdayakan dalam rangka meningkatkan kualitas pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam menyerap tenaga kerja selama ini dan jauh melampaui usaha besar atau perusahaan besar, dimana tenaga kerja menjadi salah satu elemen dari fungsi produksi yang berperan dalam mewujudkan pembangunan ekonomi kerakyatan khususnya di Kabupaten Enrekang. Peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tentunya akan meningkatkan daya beli masyarakat, yang selanjutnya akan meningkatkan produksi barang dan jasa sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Enrekang. Dalam pembangunan bidang ekonomi, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) selalu digambarkan sebagai salah satu sektor yang memegang peranan yang sangat penting karena sebagian besar masyarakat memiliki tingkat pendidikan yang masih rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil pada sektor tradisional maupun semi modern dan modern, dan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga mampu menyerap banyak tenaga kerja. Peranan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tersebut adalah merupakan suatu prioritas dari setiap perencanaan pembangunan yang dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM. (Sri Adiningsih, 2019)

Kontribusi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja yang sangat besar tentulah merupakan sesuatu hal yang sangat baik terhadap peningkatan pendapatan domestik bruto (PDB) Kabupaten Enrekang, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran di Kabupaten Enrekang. Pada era industri 4.0, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dituntut untuk terus mengembangkan daya saing melalui platform ekonomi digital. Dengan terus berkembangnya ekonomi digital yang didukung dengan adanya teknologi terkini tersebut membuat terciptanya perekonomian digital yang terus berkembang pesat di dunia. Segala hal yang menyangkut ekonomi digital segalanya dapat dikendalikan dan diatur sesuai dengan keinginan melalui jaringan internet dengan berbagai

perangkat *gadget, smartphone, computer* dan lain-lain semuanya telah berubah, sehingga fenomena ini semakin mengukuhkan dunia menuju arah ekonomi digital yang maju. (Syikin, 2020)

Di era ekonomi digital yang semakin maju sekarang ini, membeli atau menjual barang bukan lagi hal yang sulit, masyarakat sudah melek teknologi dan paham tentang jual-beli secara *online* atau *e-commerce*, untuk itu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus pula bisa menjawab tantangan tersebut, karena usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang mampu menopang perekonomian nasional adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki pendapatan yang terus meningkat. Untuk meningkatkan pendapatan tentunya harus meningkatkan penjualan produk. Salah satu strategi penjualan produk yaitu meningkatkan daya saing dan daya tarik konsumen dengan strategi pemasaran yang baik sesuai zaman yakni pemasaran melalui ekonomi *digital* atau *online* atau melalui *e-commerce*. (Setyorini, 2019). Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kabupaten Enrekang saat ini adalah penggunaan media sosial yang berbasis internet atau biasa disebut dengan transaksi *online* atau *e-commerce*. Para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat mempromosikan produknya melalui media sosial sebagai alat komunikasi yang paling diminati oleh masyarakat khususnya kaum millennial, dengan adanya media sosial dapat menjadi media bagi para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam memasarkan produknya.

Ekonomi digital merupakan segala bentuk kegiatan ekonomi yang memanfaatkan dukungan teknologi informasi dan komunikasi. Bagian dari ekonomi digital yang saat ini berkembang dengan pesat yakni *e-commerce (electronic commerce)* dan *fintech (Financial technology)* yang merupakan *software* dalam perdagangan dalam bentuk transaksi penjualan, pembelian, pemasaran dan promosi suatu produk atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet sebagai mediana. Sedangkan *Financial technology* menurut Bank Indonesia adalah merupakan hasil gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi yang dapat menyesuaikan atau merubah model bisnis dari konvensional kemodern.

Persaingan diantara para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang semakin ketat dalam hal ekonomi digital sudah semakin nyata dengan berkembangnya teknologi, oleh karena itu para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai *digital marketing* yang berhubungan dengan ekonomi digital. Keterbatasan pengetahuan dalam berwirausaha dan rendahnya pemanfaatan teknologi tentu akan menghambat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mengembangkan dan memajukan usahanya yang nantinya akan berdampak pada rendahnya pendapatan para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kualitatif dikenal dengan istilah subjek penelitian. Menurut Suliyanto (2018) penelitian kualitatif adalah penelitian berdasarkan pada data kualitatif, dimana data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan-pernyataan atau kalimat. Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informan dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian.

Adapun lokasi penelitian ini adalah berada di wilayah telekomunikasi (WITEL) Sulawesi Selatan-Sulawesi Barat. Peneliti akan melakukan atau melaksanakan penelitian pada saat ijin penelitian dikeluarkan dalam kurun waktu 2 (dua) bulan terhitung mulai bulan Januari sampai dengan bulan Feruari tahun 2023. Populasi dalam hal ini adalah mencakup petugas atau pegawai PT. Telkom, petugas Payment point online banking (PPOB), pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi digital dan lain-lain, dengan populasi sebanyak 100 orang yang meliputi Petugas PT. Telkom, Pelaku bisnis UMKM, dan Lemaga Pelatihan/Kursus. Responden atau Informan dari penelitian ini terdiri dari petugas atau pegawai PT. Telkom, petugas Payment point online banking (PPOB), pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi digital dan lain-lain sebanyak 100 orang.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistimatis data yang

diperoleh dari hasil wawancara, catatan kegiatan lapangan, dan dokumentasi kemudian memuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga data yang diperoleh sudah jenuh. Adapun gambaran dalam analisis data adalah sebagai berikut :

1. *Data collective* / Pengumpulan data
2. *Data reduction* / Reduksi data
3. *Data display* / Penyajian data
4. *ConlutionDrawing / Verification* / Kesimpulan verifikasi

Dengan mengikuti teknik analisis data tersebut di atas, maka analisis data dalam penelitian deskriptif kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data dalam periode tertentu.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Peran PT. Telkom dalam mendorong perkembangan ekonomi digital bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan menggunakan skala Likert menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan antara Peran PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah UMKM di Wilayah Sulawesi Selatan- Sulawesi Barat, hal tersebut berdasarkan beberapa indikator pada hasil kuisisioner yakni :

1. Pelayanan petugas PT. Telkom dalam merespon permasalahan dan keluhan pelanggan  
Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang pelayanan petugas PT. Telkom dalam merespon permasalahan dan keluhan pelanggan, sebanyak 51 orang responden atau 56,54% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 49 orang responden atau 43,46% menyatakan Baik.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa petugas PT. Telkom sangat cepat dalam merespon setiap permasalahan atau keluhan dari para pelanggan, disamping itu para pelanggan juga merasa bahwa petugas Telkom memiliki tanggung jawab yang besar dalam memberikan informasi atas permasalahan dan keluhan pelanggan secara langsung dilapangan tanpa harus ke kantor atau plasa Telkom terlebih dahulu.

2. Pengetahuan dan pemahaman petugas PT. Telkom tentang ekonomi digital  
Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang pengetahuan dan pemahaman petugas PT. Telkom tentang ekonomi digital, sebanyak 52 orang responden atau 58,30% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 46 orang responden atau 41,25% menyatakan Baik. Adapun 2 orang responden atau 0,45% menyatakan Sangat Tidak Baik. Adapun sebanyak 2 orang responden menyatakan Sangat Tidak Baik karena responden tersebut merasa pemahaman petugas Telkom yang pernah mereka temui dilapangan belum mampu menjawab pertanyaan dari pelaku UMKM tentang cara mempromosikan barang atau jasa yang mereka sediakan. Hal ini terjadi dikarenakan faktor seperti petugas tersebut masih baru dan belum memiliki pengalaman yang cukup untuk membantu permasalahan pelanggan mengenai pemanfaatan platform digital untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan dari UMKM.

Berdasarkan hasil analisis berdasarkan kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa pengetahuan dan pemahaman petugas PT. Telkom tentang ekonomi digital sangat baik seperti membantu para pelaku UMKM dalam mempromosikan barang atau jasa yang mereka tawarkan, serta dipandu cara penggunaan fasilitas platform digital atau sosial media guna mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan pelaku UMKM tersebut.

3. Dukungan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM  
Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang dukungan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM, sebanyak 55 orang responden atau 60,93% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 43 orang responden atau 37,97% menyatakan Baik dan 1 orang responden atau 0,66% menyatakan Cukup Baik. Adapun sebanyak 1 orang responden menyatakan Cukup Baik karena petugas PT. Telkom sudah memberikan dukungan namun masih memerlukan dukungan lebih lanjut, sedangkan 1 orang responden atau 0,44% menyatakan Tidak Baik karena responden tersebut masih belum mampu memasarkan produknya melalui platform digital. Hal ini bisa terjadi dikarenakan responden dengan rentang usia >40 tahun kurang aktif di platform digital atau media sosial sehingga perlu belajar ekstra untuk proses digitalisasi.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa dukungan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM sangat baik. Hal ini sebagai upaya dari PT. Telkom dalam rangka terus mengoptimalkan infrastruktur layanan guna peningkatan kualitas jaringan yang lebih baik dan perluasan pasar online bagi pelaku UMKM. PT. Telkom melalui ekonomi digital juga selalu berkomitmen dalam membantu para pelaku UMKM untuk memperluas pemasaran produknya dengan memanfaatkan layanan digital PT. Telkom para para pelaku UMKM.

4. Kecepatan jaringan internet/WIFI PT. Telkom dalam mendorong dan mengembangkan sistem digitalisasi UMKM

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Kecepatan jaringan Internet/WIFI PT. Telkom dalam mendorong dan mengembangkan sistem digitalisasi UMKM, sebanyak 50 orang responden atau 56,56% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 45 orang responden atau 40,72% menyatakan Baik. Adapun 2 orang responden atau 1,36% menyatakan Cukup Baik, dan 3 orang responden atau 1,36% menyatakan Tidak Baik karena mereka belum memahami bahwa pada saat hari libur yakni Sabtu dan Minggu jaringan Internet/WIFI agak lelet, hal tersebut dikarenakan banyaknya user atau pemakai pada saat hari libur.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa Kecepatan jaringan Internet/WIFI PT. Telkom dalam mendorong dan mengembangkan sistem digitalisasi UMKM sangat baik karena PT. Telkom selalu berupaya terus mengembangkan infrastruktur, platform dan layanan digitalnya untuk mendukung aktivitas pemasaran produk bagi pelaku UMKM.

5. Petugas PT. Telkom memahami kebutuhan dan harapan pelaku Usaha UMKM

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Petugas PT. Telkom memahami kebutuhan dan harapan para pelaku UMKM, sebanyak 45 orang responden atau 51,49% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 51 orang responden atau 46,68% menyatakan Baik. Adapun 4 orang responden atau 1,83% menyatakan Tidak Baik.. Adapun sebanyak 4 orang responden menyatakan Tidak Baik karena responden sebagai pelaku usaha PPOB menggunakan layanan atau provider yang berbeda dengan PPOB yang digunakan UMKM lain dan direkomendasikan oleh PT. Telkom.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa Petugas PT. Telkom memahami kebutuhan dan harapan para pelaku UMKM sangat baik. Seperti memberikan kualitas jaringan yang baik dan pelayanan dari petugas telkom untuk membantu pemasaran produk pelaku UMKM secara digital.

6. Sosialisasi dan Pelatihan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang sosialisasi dan pelatihan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM, sebanyak 56 orang responden atau 72,13% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 43 orang responden atau 27,39% menyatakan Baik dan 1 orang responden atau 0,48% menyatakan Cukup Baik.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa sosialisasi dan pelatihan PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi UMKM sangat baik. PT. Telkom mendukung kemajuan UMKM melalui peluncuran aplikasi mySooltan yang dapat membantu perluasan pasar UMKM yang memiliki fitur utama seperti QRIS dan PPOB. Adapun pelaku UMKM yang belum mengetahui adanya aplikasi mySooltan tersebut mendapatkan sosialisasi langsung dari petugas Telkom.

7. Promosi yang dilakukan UMKM melalui pemanfaatan ekonomi Digital berbasis jaringan

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Promosi yang dilakukan UMKM melalui pemanfaatan ekonomi digital berbasis jaringan, sebanyak 52 orang responden atau 57,78% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 47 orang responden atau 41,78% menyatakan Baik. Adapun 1 orang responden atau 0,48% menyatakan Tidak Baik karena belum memahami cara mempromosikan produk melalui platform digital, hal ini juga dikarenakan responden dengan rentang usia >40 tahun kurang aktif di platform digital atau media sosial.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para

responden merasa Promosi yang dilakukan UMKM melalui pemanfaatan ekonomi digital berbasis jaringan sangat baik yakni dengan kualitas jaringan yang memadai dan bantuan dari petugas Telkom dalam mempromosikan produk UMKM secara digital

8. Layanan PT. Telkom dalam mendorong persaingan dan kemajuan Usaha UMKM

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Layanan PT. Telkom dalam mendorong persaingan dan kemajuan usaha UMKM, sebanyak 50 orang responden atau 56,18% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 47 orang responden atau 42,25% menyatakan Baik dan 1 orang responden atau 0,67% menyatakan Cukup Baik. Adapun 2 orang responden atau 0,90% menyatakan Tidak Baik. Karena merasa persaingan antara UMKM belum seimbang atau belum sepenuhnya adil karena merasa persaingan produk diderah perkotaan masih lebih unggul dibandingkan produk dari daerah pedesaan.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa Layanan PT. Telkom dalam mendorong persaingan dan kemajuan usaha UMKM sangat baik, Karena para pelaku UMKM ini merasa dengan bantuan digitalisasi UMKM dapat mendorong dan memasarkan produk mereka dengan lebih luas dan tidak hanya terbatas dikota atau didaerah mereka saja.

9. Adanya pelatihan kewirausahaan yang difasilitasi oleh PT. Telkom Bagi pelaku UMKM

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Adanya pelatihan kewirausahaan yang difasilitasi oleh PT. Telkom, sebanyak 52 orang responden atau 57,78% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 47 orang responden atau 41,78% menyatakan Baik. Adapun 1 orang responden atau 0,44% menyatakan Tidak Baik karena belum mengikuti pelatihan kewirausahaan bagi pelaku UMKM yang difasilitasi PT. Telkom atau belum mempelajari cara pemasaran produk secara digital.

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa dengan adanya pelatihan kewirausahaan yang difasilitasi oleh PT. Telkom sangat baik. Selain pelatihan rumah BUMN, dengan fasilitas jaringan dari PT. Telkom juga memudahkan pelaku UMKM sendiri untuk mempelajari bagaimana memasarkan produk mereka lewat platform digital.

10. Bimbingan petugas PT. Telkom dalam menggunakan dan memanfaatkan Ekonomi digital melalui E-commerce, E-marketing, PPOB dll.

Dari 100 orang responden yang diberi kuisisioner, tentang Bimbingan petugas PT. Telkom dalam menggunakan dan memanfaatkan ekonomi digital melalui E-commerce, E-marketing dan PPOB, sebanyak 52 orang responden atau 57,52% menyatakan Sangat Baik dan sebanyak 48 orang responden atau 42,48% menyatakan Baik.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada kuisisioner tersebut di atas menunjukkan bahwa para responden merasa telah mendapat bimbingan seperti cara memasarkan produknya secara digital dan lebih luas dari petugas PT. Telkom guna meningkatkan pendapatan dari para pelaku UMKM dalam menggunakan dan memanfaatkan ekonomi digital melalui E-commerce, E-marketing dan PPOB dengan baik. Adapun peran pengaruh ekonomi digital dalam bagi usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM dengan indikator sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi digital sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan pendapatan UMKM, hal tersebut terjadi karena dengan pemanfaatan ekonomi digital maka pelayanan kepada pelanggan atau konsumen menjadi lebih cepat dan efisien, jangkauan yang lebih luas serta pengiriman produk menjadi cepat dan lancar, hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dengan transaksi *online* terbukti berperan sangat strategis dalam hal pelayanan, penyediaan barang dan jasa yang lebih praktis, murah, cepat, dan hemat, sehingga dapat memberikan peluang yang sangat besar terhadap perkembangan dan peningkatan pendapatan para pelaku UMKM.

Pemanfaatan ekonomi digital merupakan faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha, untuk itu para pelaku UMKM sudah seharusnya memanfaatkan ekonomi digital agar dapat menarik dan menjangkau lebih banyak pelanggan serta lebih efisien dalam memasarkan produknya.

## 2. Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi digital sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pelaku UMKM, hal tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi digital memiliki pengaruh atau dampak yang besar dalam meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM, sebagai akibatnya pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan UMKM dan masyarakat pada umumnya dan ketersediaan tenaga kerja akan mengurangi kemiskinan.

Dalam analisa penulis, penggunaan teknologi melalui ekonomi digital memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya yang membawa peluang besar terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Ketika pendapatan para pelaku usaha meningkat hal tersebut juga akan berdampak pada peningkatan jumlah tenaga kerja dikarenakan adanya peningkatan perluasan usaha bagi pelaku UMKM yang secara tidak langsung memberikan peluang besar terhadap penyerapan tenaga kerja.

## 3. Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Serapan Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pemanfaatan ekonomi digital berpengaruh terhadap peningkatan serapan tenaga kerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa ekonomi digital telah memberikan peluang besar terhadap terciptanya lapangan kerja baru yang memberikan dampak terhadap serapan tenaga kerja, hal tersebut, hal tersebut menunjukkan bahwa ekonomi digital berpengaruh terhadap serapan tenaga kerja. Dampak dari adanya digitalisasi ekonomi digital menyebabkan beberapa jenis pekerjaan akan hilang, namun akan muncul jenis pekerjaan baru yang dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilaksanakan tersebut, yakni tentang peran PT. Telkom dalam mendorong ekonomi digital bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) wilayah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Peran PT. Telkom sangat signifikan dalam mendorong dan mengembangkan ekonomi digital dan peningkatan dan pengembangan usaha para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) serta meningkat dan berkembangnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan serapan tenaga kerja.

### Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan tersebut di atas, maka diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Bagi pelaksana atau petugas PT. Telkom agar dapat terus meningkatkan inovasi dan kerja keras dalam melayani pelaku usaha mikro kecil dan menengah.
2. Bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah agar beralih sistem ekonomi digital dalam rangka mengembangkan usahanya.
3. Bagi generasi muda maupun angkatan kerja agar senantiasa meningkatkan dan mengembangkan keterampilan dan kemampuan serta keterampilannya agar dapat diterima bekerja dalam berbagai perusahaan atau membuka usaha sendiri.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian serta mengembangkan penelitian ini dengan menganalisa ekonomi digital serta pengembangan usaha mandiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. 2019. *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia: Lahirnya Tren Baru Teknologi, Bisnis, Ekonomi, dan Kebijakan di Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Abdul Hadi Iman, dkk, 2019. *Peran Teknologi Finansial Bagi Perekonomian Negara Berkembang*, Jurnal JEBI. Vol 4 Nomor 1 Tahun 2019. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UTS.
- Ade Heryana, 2021. *Informan dan Pemilihan Informan pada Penelitian Kualitatif*, <https://www.researchgate.net>. Diakses pada 20 Maret 2021

- Ansar, 2019. *Teori Ekonomi Mikro*. Bogor: PT. Institut Pertanian Bogor Press
- Abdul Halim. 2020. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*. GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan Volume 1, No. 2
- Agustina, Y., Rahman, A., & Filianti, 2021. *Insentif Pajak Solusi Tepat Bagi UMKM di Masa Pandemi COVID-19*. Wikrama Parahita, Jakarta
- Awali, H., & Rohmah, F. 2020. *Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jakarta
- Dini Fitria Ramadani dan Alim Syariati, 2020. *Ekonomi Digital dan persaingan usaha seagai pendorong pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Makassar*.
- Emi Suwarmi, Kristina Sedyastuti, dan A. Haidar Mirza, 2019. *Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital*, Ikraith Ekonomika Vol 2.
- Edutech, 2020. *Mengenal Macam-Macam Teori Pertumbuhan Ekonomi*, <https://www.kelaspintar.id/blog/tips-pintar/mengenal-macam-macam-teori-pertumbuhan-ekonomi>
- Erlangga Hartanto. 2021 *Pengembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Tidak Hanya Target Pasar Tapi Harus Jadi Pemain Global*. Kominfo.go.id diakses 5 Januari 2022.
- Fatimah, F., Arfianty, A., Nurwani, N., Tarawiru, Y., & Harun, H. (2022). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid-19 melalui Kegiatan Pengenalan Go-Digital bagi UMKM di Kelurahan Ujung Sabbang Kecamatan Ujung Kota Parepare. *MALLOMO: Journal of Community Service*, 2(2), 89-93.
- Fauzi, Akhmad. dan Rusdi Hidayat Nugroho A. 2020. *Management Kinerja*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Hager, G., & Wellein, G. 2021. *Introduction to High Performance Computing for Scientists and Engineers*, 194–210.
- Hadion Wjoyo, et.all, 2021. *Tranformasi Digital Dari Berbagai Aspek.*, Solok: Insan Cendekia Mandiri,
- Kustoro Budiarta, dkk, 2020. *Ekonomi Dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2019.. *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. Kominfo; Jakarta
- Mantasari, D., Arfianty, A., & Fatimah, F. (2023). Pengaruh Kejelasan Sasaran Anggaran Dan Transparansi Terhadap Akuntabilitas Kinerja Pemerintah Desa Pada Pengelolaan Dana Desa Di Kec. Suppa Kab. Pinrang. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 106-114.
- Nasution, M. Irwan Padli, Nurbaiti dkk. 2020. *Face Recognition Login Authentication for Digital Payment Solution at COVID-19 Pandemic*. International Conference on Computer and Informatics Engineering (IC2IE)
- Nursyakilah Syikin, 2020, *Pengaruh perkembangan Ekonomi Digital terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kuliner di Makassar memanfaatkan ekonomidigital untuk mengemangkan usahanya*
- Nurlinda, dan Junus Sinuraya. 2020. *"Potensi UMKM dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur."* Prosiding 1 Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020. Politeknik Negeri Medan, Indonesia: 160-175.

- Pamungkas, Hilmawan Arga, dan Amir Hidayatulloh. 2019. "*Faktor Penentu Perkembangan UMKM Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta.*" Jurnal FEB. 15 (1): 65–71.
- Sari, N. A., 2019. *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar.* Journal of Chemical Information and Modeling,
- Siregar, N., & Rini, Q. K. (2019). *Regulasi Diri Dan Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Remaja Perempuan Yang Berbelanja Online.* Jurnal Psikologi, 12(2), 213–224. Retrieved from
- Shibghatullah Mujaddidi, 2020. *Ekonomi Islam Suatu Pengantar.* Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Tarjo, 2019. *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Anggota IKAPI
- Yusuf, S., & Pawelloi, A. I. (2022). The Importance of Motorcycle Taxi Transport of Agricultural Products and Operator Income in Indonesia. *The Open Transportation Journal*, 16(3), 1-8.