

## PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL OLEH PELAKU UMKM DI KOTA JAYAPURA PROVINSI PAPUA

Alfrida V.P. Yamanop  
[alfrida16\\_uncen@yahoo.co.id](mailto:alfrida16_uncen@yahoo.co.id)  
Christine M. Wakarmamu<sup>2</sup>  
Omince Kobak<sup>3</sup>

### ABSTRAK

*This study aims to get an overview regarding the use of digital applications by MSMEs in Jayapura City, Papua Province. The approach of this research is qualitative and uses descriptive analysis in conveying the results of the data that has been obtained. The data in this study were obtained through observation, interviews, online questionnaires and literature review and other secondary data in accordance with the research theme. The results of the study show that in general the demographic, geographic and infrastructure conditions of Jayapura City support the existence of digital-based community activities for individuals, organizations, government and MSME actors.*

*Keywords: Go Digital, Jayapura City, Papua, MSMEs*

### PENDAHULUAN

Pemerintah menjaga dan mendukung aktivitas UMKM dengan berbagai cara agar tetap bertahan terutama dalam menghadapi dampak pandemi *covid-19* yang melanda seluruh dunia pada akhir tahun 2019 lalu. Pandemi *covid-19* dinyatakan masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020. Kementerian Koperasi dan UMKM menyatakan bahwa penyebaran *covid-19* telah memberikan dampak kurang baik pada kegiatan ekonomi khususnya pada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Beberapa cara telah dilakukan oleh pemerintah melalui dinas-dinas terkait untuk mendukung aktivitas UMKM yaitu melalui bantuan langsung tunai, keringanan pinjaman di bank, pusat komunikasi dan konsultasi serta gerakan *go-digital*.

Salah satu program pemerintah yang sedang giat dilakukan adalah gerakan *Go Digital* UMKM. Program ini sebenarnya tidak hanya ditujukan untuk UMKM saja tetapi juga untuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan atau Badan Usaha Milik Kampung (BUMKam). Bahkan ada dukungan untuk dilakukannya kerjasama antara UMKM dan BUMDes/BUMKam. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha baik UMKM atau BUMDes/BUMKam. Pemerintah mencanangkan *Go Digital* bagi pelaku UMKM di seluruh

Indonesia terutama sejak adanya pandemi *covid-19* guna tercipta daya saing bagi UMKM. Harapannya bahwa UMKM dapat berkembang dalam dunia bisnis baik secara nasional maupun global. Data menunjukkan bahwa sekitar 16% pelaku UMKM yang telah menggunakan aplikasi digital yaitu *e-commerce* dalam usahanya terlebih dahulu sebelum pandemi sehingga dapat bertahan pada saat terjadi pandemi *covid-19*.

Jumlah UMKM secara nasional adalah 65,47 juta, di Provinsi Papua sebanyak 148.647 dan Kota Jayapura sebanyak 19.419. UMKM telah menunjukkan bukti sebagai basis ekonomi yang tetap bertahan saat terjadi krisis ekonomi pada tahun 1997 sampai 1998. Untuk itu maka pengembangan UMKM sangat penting dilakukan guna peningkatan kesejahteraan, mengurangi pengangguran serta meningkatkan pendapatan bagi Negara dan pemerintah daerah. UMKM di Kota Jayapura juga memberikan kontribusi yang cukup besar bagi PAD Kota.

Program *Go Digital* UMKM merupakan upaya yang dilakukan pemerintah guna pemulihan ekonomi secara nasional. Beberapa program pendukung sebenarnya telah dilakukan pemerintah yaitu gerakan nasional bangga buatan Indonesia, gerakan literasi digital nasional hingga penyiapan sarana prasarana jaringan internet khususnya di wilayah 3 T (terdepan, terpencil dan tertinggal). Penggunaan media digital oleh UMKM diharapkan agar menciptakan peluang pasar yang lebih luas lagi.

UMKM memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia yaitu dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja yang ada dan menghimpun 60, 42% dari total investasi. Tapi kemampuan ekspor UMKM masih rendah dan terbatas yaitu sekitar 14,37% dari total ekspor serta penggunaan sarana *e-commerce* yang masih rendah yaitu sekitar 21% (*kominfo.go.id*, 2021). Hal ini menjadi informasi penting bahwa peningkatan literasi digital dan penggunaan media digital bagi pengembangan UMKM di Indonesia dapat berjalan dengan baik dan meningkat. Untuk itu maka pelaku UMKM di berbagai wilayah dapat menggunakan berbagai program dukungan yang telah diberikan oleh pemerintah dengan maksimal.

Berdasarkan uraian di atas maka penting untuk mengetahui gambaran umum tentang keberadaan UMKM pasca pandemi *covid-19* secara umum di Papua dan Kota Jayapura pada khususnya serta melihat bagaimana penggunaan media digital oleh UMKM dalam menjalankan usahanya di Kota Jayapura. Hal ini juga untuk mendapat informasi terbaru terkait gerakan *go-digital* UMKM yang dilakukan oleh pemerintah di Kota Jayapura. Kajian ini juga sebagai bentuk tanggung jawab akademisi di Papua untuk mengembangkan dan meningkatkan sumber daya manusia, potensi daerah Papua melalui aktivitas masyarakat yang diantaranya yaitu UMKM. Harapannya hasil kajian ini dapat menjadi sumber referensi bagi kajian selanjutnya serta informasi dalam pengambilan kebijakan yang terkait dengan pengembangan UMKM agar memiliki daya saing dan dapat berkontribusi dengan maksimal untuk pembangunan daerah Kota Jayapura dan Provinsi Papua.

Berdasarkan uraian latar belakang maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran umum keberadaan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Jayapura serta sejauh mana penggunaan digital dalam aktivitas usaha para pelaku UMKM di Kota Jayapura. Tujuan penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek yang ingin dicapai yaitu hasil penelitian berupa data gambaran umum UMKM di Kota Jayapura Provinsi Papua, sejauh mana penggunaan aplikasi digital pelaku UMKM di Kota Jayapura, artikel ilmiah yang termuat dalam jurnal nasional terakreditasi sinta dan seminar hasil. Tujuan jangka panjangnya adalah menjadi sumber referensi penelitian lanjutan serta sumber informasi bagi pengambil kebijakan yang dalam hal ini adalah pemerintah daerah terkait pengembangan ekonomi daerah, pengembangan masyarakat lokal dan UMKM khususnya di kota Jayapura dan Provinsi Papua pada umumnya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Usaha Mikro, kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam pembangunan bangsa dan Negara. Terdapat beberapa definisi dari UMKM. Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) seperti disebutkan dalam Keputusan Menteri Keuangan

No.316/KMK.016/1994 memiliki pengertian sebagai usaha perorangan atau badan usaha yang telah melakukan aktivitas bisnis dengan tingkat penjualan pertahun sebesar Rp. 600.000.000 atau memiliki aset sebesar Rp. 600.000.000 di luar dari kepemilikan tanah dan bangunan (Permana, 2017). Pengertian UMKM melalui Undang-Undang No.9 Tahun 1999 mengalami perubahan dan penyesuaian melalui Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Suci, 2017). Untuk itu maka UMKM terdiri dari beberapa bagian yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha menengah, Usaha Besar dan Dunia Usaha yang masing-masing diatur pembagiannya sesuai dengan undang-undang dengan melihat perbedaan kepemilikan serta modal.

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik individu dan badan usaha perseorangan.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang bukan cabang perusahaan dari usaha besar.
- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi kreatif yang dilakukan oleh perseorangan atau usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi kreatif yang dilakukan oleh badan usaha.

Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Besar yang melakukan kegiatan ekonomi dan berdomisili di Indonesia.

Istilah digital digunakan untuk mewakili segala sesuatu yang digunakan dan diproduksi oleh komputer. Contohnya: tulisan word, gambar, hasil hitungan, video, data yang tersimpan (file). Jenis-jenis perangkat digital diantaranya adalah komputer, laptop, *smartphone* dan lainnya. Berkaitan dengan Gerakan *Go-Digital* UMKM maka diharapkan pelaku UMKM di seluruh Indonesia dapat memanfaatkan media digital yang terkoneksi dengan internet dalam melakukan proses pemasaran produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan guna meningkatkan pangsa pasar sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

Gerakan *go-digital* ini dapat dikatakan sebagai bagian dari aktivitas pemasaran modern yaitu *digital marketing* atau pemasaran digital. Sebelum adanya internet maka toko *offline* atau nyata diperlukan agar konsumen dapat langsung membeli produknya

di toko atau distributor tapi masa sekarang ini itu tidak tidak menjadi penting karena semua aktivitas pemasaran dapat dilakukan secara *online*. Pemasaran digital menurut Sanjaya dan taringan, 2009 dalam Febriyantoro dan Arisandi (2018) adalah sebagai kegiatan pemasaran yang termasuk kegiatan branding dengan menggunakan media berbasis web.

Definisi *e-commerce* menurut *Association for Electronic Commerce* menyebutkan bahwa secara sederhananya *e-commerce* dapat dikatakan sebagai “mekanisme bisnis secara elektronik”. Karakteristik *e-commerce* yaitu transaksi terjadi antara dua pihak atau lebih, terjadinya pertukaran barang, jasa dan informasi, serta penggunaan media internet sebagai media utama dalam proses bisnis (Richardus Eko Indrajit, 2002:9). Secara sederhana *e-commerce* adalah kegiatan penyebaran informasi dan penjualan melalui media elektronik dengan menggunakan jaringan internet. *E-Commerce* merupakan metode pemasaran yang modern dan banyak digunakan pada saat ini mengingat adanya perkembangan internet yang dapat menghubungkan wilayah-wilayah yang jauh menjadi dekat dan mudah terjangkau.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dilakukan selama kurun waktu 6 (enam) bulan. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Jayapura dan obyek penelitiannya adalah pelaku UMKM di Kota Jayapura Provinsi Papua. Partisipan dalam penelitian ini adalah dinas terkait yaitu Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Jayapura dan pelaku UMKM yang berada di wilayah Kota Jayapura.

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder didapatkan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner dan kajian pustaka. Data-data yang ingin didapatkan dalam penelitian ini adalah berupa data gambaran umum UMKM di Provinsi Papua khususnya di Kota Jayapura, sejauh mana penggunaan aplikasi digital pelaku UMKM di Kota Jayapura.

Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas perekonomian di Kota Jayapura, mengamati media sosial, melakukan wawancara dengan pihak dinas terkait bidang UKM, menghubungi secara random pelaku UMKM via *whatsapp*. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner *online* yang dibuat menggunakan *google form* dan disebarluaskan kepada pelaku UMKM melalui media *whatsapp*. Kuesioner *online* memuat 8 (delapan) pertanyaan yaitu identitas (nama), jenis usaha yang dijalankan, lamanya usaha, alamat, metode promosi yang dilakukan, metode pembayaran yang digunakan dan apakah pernah mengikuti kegiatan pelatihan digital bagi UMKM. Jumlah partisipan yang mengisi *google form* berjumlah 8 orang dan mewakili 5 wilayah distrik yang ada di Kota Jayapura yaitu Distrik Jayapura Utara, Distrik Jayapura Selatan, Distrik Heram, Distrik Abepura dan Distrik Muara Tami. Kajian Pustaka dan literatur dilakukan dengan melihat *website* resmi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Jayapura, berbagai berita terkait digitalisasi UMKM serta menganalisis data sekunder yang didapatkan langsung dari dinas terkait. Semua data yang didapatkan akan dianalisis secara deskriptif.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan akan disampaikan hasil observasi, kajian data primer dan sekunder serta kajian literatur yang sesuai dengan tema penelitian. Pembahasan dimulai dengan Gambaran umum Kota Jayapura, penggunaan media Digital UMKM di Kota Jayapura serta hasil kajian dan rekomendasi.

Kota Jayapura adalah ibu kota provinsi Papua dan merupakan satu-satunya wilayah administratif Kota di Provinsi Papua. Luas wilayah Kota Jayapura adalah sebesar 940 km<sup>2</sup>. Distrik Jayapura utara memiliki luas wilayah 51 km<sup>2</sup>, Distrik Jayapura Selatan 43,4 km<sup>2</sup>, Distrik Heram 63,2 km<sup>2</sup>, Distrik Abepura 155,7 dan Distrik Muara Tami 626,7 km<sup>2</sup>. Secara geografis, wilayah Kota Jayapura dibatasi oleh daratan dan lautan, sebelah utara berbatasan langsung dengan Lautan Pasifik, sebelah timur berbatasan dengan Papua New Guinea, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Keerom dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Jayapura. Data BPS menyebutkan bahwa jumlah penduduk Kota Jayapura tahun 2022 adalah

sebesar 303.760 jiwa dan meningkat 1,18% dari tahun 2021 dengan pembagian penduduk laki-laki sebesar 162.487 jiwa dan perempuan 141.273 jiwa. Wilayah dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Distrik Abepura sebesar 86.251 jiwa atau sebesar 28,4 persen dari jumlah total penduduk.

Program digitalisasi UMKM merupakan program pemerintah yang sedang digaungkan di seluruh Indonesia. Tujuannya adalah agar pelaku UMKM dapat mengembangkan pangsa pasarnya dan meningkatkan pendapatannya. Permasalahan utama yang dialami di seluruh wilayah Indonesia adalah masih rendahnya literasi digital masyarakat dan minimnya infrastruktur layanan internet. Terlebih bagi wilayah di luar pulau Jawa yang mengalami kesulitan akses internet. Provinsi Papua setelah pemberlakuan normal baru maka aktivitas perekonomian mulai berjalan dengan baik kembali. Perekonomian di Provinsi Papua mulai bergeliat lagi pada tahun 2022 ini sesuai dengan data laporan perekonomian Provinsi Papua oleh Lembaga keuangan per Mei 2022 yang menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemberian modal melalui kredit usaha kepada pelaku UMKM. Termasuk dalam hal ini adalah aktivitas pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Data Laporan Perekonomian Provinsi Papua Periode Bulan Mei 2022 yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dapat menjadi rujukan untuk membahas dan mengkaji aktivitas ekonomi masyarakat yang berkaitan dengan UMKM dan *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* di Provinsi Papua pada Triwulan I Tahun 2022 sedikit melambat apabila dibandingkan dengan periode Triwulan IV 2021. Salah satu tantangan utama bagi penjual produk di Papua untuk memasarkan produknya di daerah lainnya adalah biaya kirim yang tinggi sehingga menjadi kurang kompetitif serta variasi produk daerah yang terbatas (BI, p.64,2022). Sebagian besar produk yang dijual menggunakan *e-commerce* dari Provinsi Papua berasal dari Kabupaten Asmat yang terkenal dengan kerajinan berupa patung asmat. Sedangkan berdasarkan kota pembeli maka Kota Jayapura mendominasi transaksi pembelian sebesar 195.596 transaksi dengan pangsa pasar sebesar 45,05% dari total pembelian dari Provinsi Papua. Keberadaan aplikasi digital terutama untuk transaksi keuangan sangat mendukung program pemerintah

yaitu program *go-digital* UMKM secara nasional Beberapa layanan dan aplikasi itu diantaranya adalah ketersediaan mesin ATM dan QRIS.

Layanan keuangan kepada masyarakat di Provinsi Papua melalui ketersediaan mesin ATM terus dilakukan yaitu dengan menambah jumlah mesin ATM. Jumlah mesin ATM pada triwulan I 2022 meningkat dari 818 mesin menjadi 1028 mesin. Penggunaan aplikasi QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) yang mengalami pertumbuhan yang baik. Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat dunia terutama setelah pandemik *covid-19* mengakibatkan digitalisasi menjadi salah satu kebutuhan yang penting. Bank Indonesia melakukan strategi guna pemulihan ekonomi nasional dengan menggalakan penggunaan kanal pembayaran digital melalui QRIS. Jumlah merchant QRIS di seluruh Indonesia berjumlah 14,78 juta pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 lebih menargetkan pada peningkatan jumlah pengguna baru QRIS. Untuk Provinsi Papua, jumlah pengguna QRIS pada Triwulan I adalah 104.000. Keunggulan QRIS adalah pengguna dipermudah dengan tidak perlu memiliki banyak akun di berbagai aplikasi penyedia jasa sistem pembayaran (PJSP) atau uang elektronik. Bagi pelaku UMKM yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran juga menjadi *credit profile* atau rujukan apabila akan melakukan kredit usaha pada pihak perbankan, transaksi lebih mudah dan aman. Jumlah merchant QRIS UMKM di Provinsi Papua mencapai 108.00 unit usaha yang terdiri atas 34,37% usaha mikro; 50,06% usaha kecil; 14,38% usaha menengah; 1,09% usaha besar dan 0,06% untuk Lembaga donasi dan sosial. Berdasarkan wilayah maka merchant QRIS UMKM untuk wilayah Kota Jayapura sebanyak 71.820 unit usaha, Kabupaten Merauke sebanyak 9.751 unit usaha, Kabupaten Jayawijaya sebanyak 6.344 unit usaha, Kabupaten Biak Numfor sebanyak 6.047 unit usaha, Kabupaten Mimika sebanyak 5.351 unit usaha dan sisanya sebanyak 9.490 unit usaha tersebar di kabupaten lainnya.

Data jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Jayapura dari tahun 2016-2021 adalah sebesar 13.748. Ini merupakan jumlah total pendataan UMKM yang ada di 5 (lima) Distrik yaitu Distrik Jayapura Utara sebesar 3.061, Distrik Jayapura Selatan



sebesar 4.449, Distrik Abepura sebesar 2.796, Distrik Heram sebesar 2.117 dan Distrik Muara Tami sebesar 1.325. Dari data yang ada maka jumlah pelaku UMKM yang paling banyak berada pada wilayah Distrik Jayapura Selatan dan paling sedikit jumlahnya berada pada Distrik Muara Tami. Data lengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.

Data yang didapatkan juga pada Bidang UKM Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Jayapura yaitu bahwa telah melakukan pendampingan, pemberian bantuan dana dan pelatihan sejak tahun 2016 sampai dengan tahun 2022. Proses pendampingan telah dilakukan kepada 1.209 UMKM, pemberian bantuan kepada 2.554 UMKM dan pelatihan kepada 605 UMKM. Dari data juga dapat diketahui dampak dari adanya pandemik *covid-19* yang menunjukkan adanya penurunan jumlah pelaku UMKM pada tahun 2021 yang sangat signifikan yaitu dari 5.935 pada tahun 2020 turun menjadi 2.850 pada tahun 2021. Data lengkap dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Jumlah UMKM di Kota Jayapura (2016-2022)**

| DISTRIK             | TAHUN |       |       |       |       |       |      | JUMLAH TOTAL |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------------|
|                     | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022 |              |
| Jayapura Utara      | 317   | 208   | 225   | 279   | 1.457 | 575   | -    | 3.061        |
| Jayapura Selatan    | 341   | 224   | 278   | 251   | 2.784 | 571   | -    | 4.449        |
| Abepura             | 365   | 246   | 369   | 217   | 1.022 | 577   | -    | 2.796        |
| Heram               | 293   | 221   | 186   | 220   | 630   | 567   | -    | 2.117        |
| Muara Tami          | 231   | 155   | 174   | 163   | 42    | 560   | -    | 1.325        |
| <b>Jumlah Total</b> | 1.547 | 1.054 | 1.232 | 1.130 | 5.935 | 2.850 | -    | 13.748       |

Sumber: Bidang UKM Disperidagkop dan UKM Kota Jayapura (2022)

**Tabel 2**  
**Data Pendampingan, Pendataan, Bantuan dan Pelatihan UMKM Tahun 2016-2022 di Kota Jayapura**

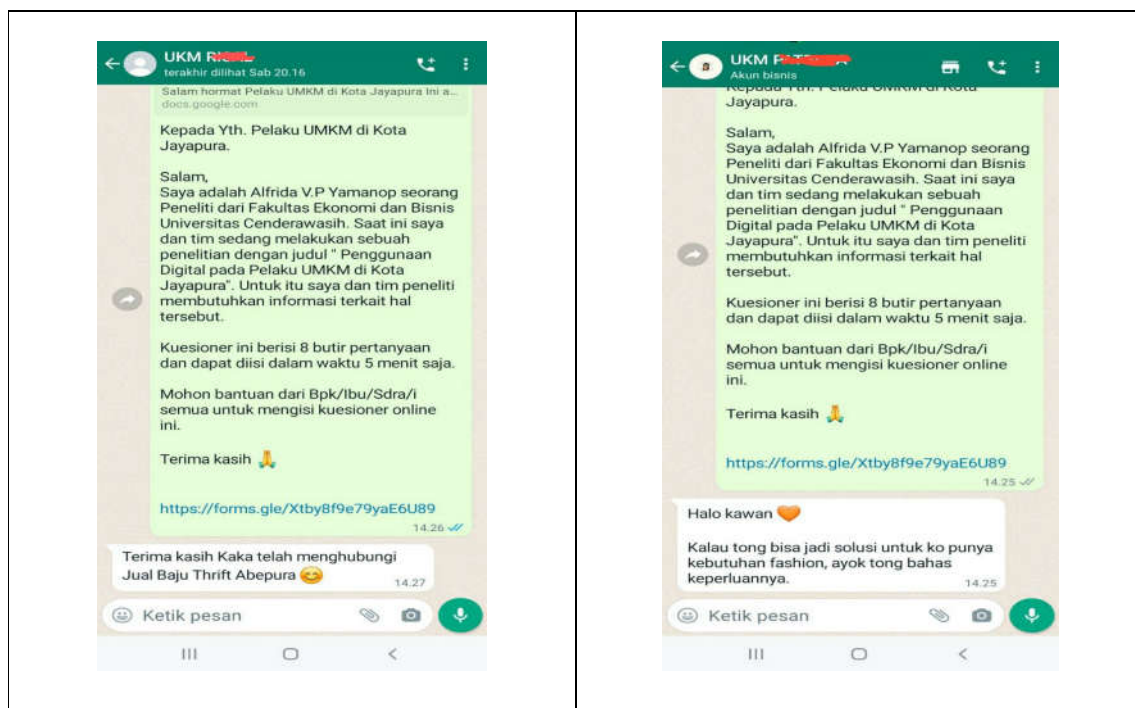
| Distrik          | Pendampingan | Bantuan      | Pelatihan  | Jumlah        |
|------------------|--------------|--------------|------------|---------------|
| Jayapura Utara   | 249          | 482          | 145        | 3.937         |
| Jayapura Selatan | 235          | 563          | 120        | 5.367         |
| Abepura          | 261          | 669          | 135        | 3.861         |
| Heram            | 242          | 454          | 115        | 2.928         |
| Muara Tami       | 222          | 386          | 90         | 2.023         |
| <b>JUMLAH</b>    | <b>1.209</b> | <b>2.554</b> | <b>605</b> | <b>18.116</b> |

Sumber: Bidang UKM Disperidagkop dan UKM Kota Jayapura (2022)

Terkait pelatihan bagi pelaku UMKM di Kota Jayapura belum spesifik berkaitan dengan penggunaan digital tetapi pelatihan telah diberikan yang tentu saja berkaitan dengan proses produksi, pemasaran dan motivasi. Salah satu program pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan oleh Kota Jayapura yang bekerjasama dengan beberapa pihak untuk program *Papuanpreneurs* tahun 2021-2022. *Papuanpreneurs* merupakan program bagi wirausaha muda Papua.

Dalam penelitian ini, tim telah menghubungi beberapa pelaku UMKM di Kota Jayapura termasuk peserta *Papuanpreneurs* tersebut. Terdapat 21 anak muda Papua yang diberikan pelatihan dan didampingi dalam program *Papuanpreneurs*. Wirausaha muda Papua ini telah menggunakan media digital dalam proses komunikasi bisnisnya yaitu menggunakan sarana komunikasi *whatsapp* bisnis. Peneliti telah mencoba menghubungi dua orang pelaku UMK muda ini dan mendapatkan balasan secara elektronik terkait. Ini memberikan indikasi bahwa penggunaan media digital oleh pelaku UMKM yang berada di Kota Jayapura telah dilakukan.

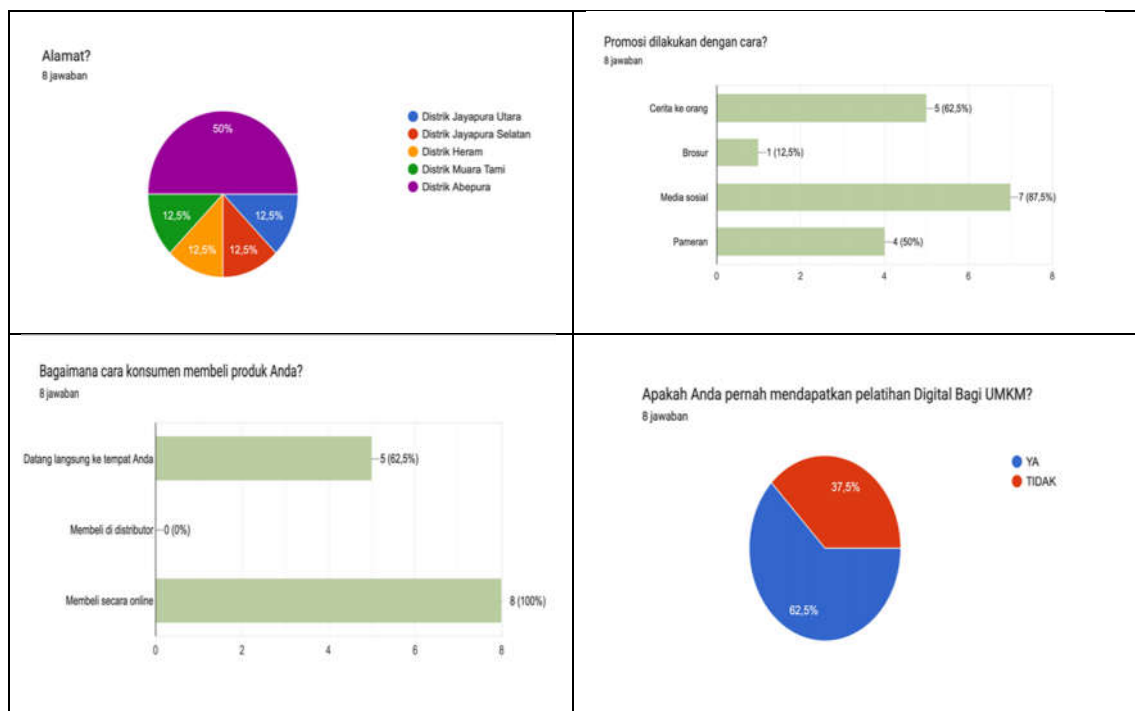
**Gambar 1**  
**Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Bisnis oleh Pelaku UMKM**



Sumber: Data Primer, 2022

Pengambilan data juga dilakukan kepada partisipan yang merupakan pelaku UMKM di Kota Jayapura menggunakan kuesioner *online* dengan bantuan aplikasi *google form*. Hasil pengolahan data (lihat pada tabel Gambar 2, Tabel 3 dan Tabel 4) menunjukkan bahwa ada indikasi penggunaan digital oleh partisipan yang dalam hal ini adalah pelaku UMKM dalam melakukan aktivitas usahanya. Partisipan yang memberikan informasi dalam penelitian ini tinggal mewakili 5 distrik yang ada yaitu Distrik Jayapura utara sebanyak 1 partisipan, Distrik Jayapura Selatan sebanyak 1 partisipan, Distrik Heram sebanyak 1 partisipan, Distrik Abepura sebanyak 4 partisipan dan Distrik Muara Tami sebanyak 1 orang. Hampir semua partisipan telah menggunakan metode promosi *online* yaitu melalui media sosial dan juga masih menggunakan metode konvensional yaitu dengan memberitahukan secara langsung kepada orang lain. Metode penjualan dan pembayaran juga telah menggunakan bantuan aplikasi digital secara *online* dan pembayaran secara *online*. Pilihan pembelian yang digunakan yaitu secara langsung dan online. Pilihan pembayaran yang digunakan yaitu tunai, *online*, kartu kredit dan tranfer bank.

**Gambar 2**  
Data dari jawaban partisipan di *Google Form*



Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 3**  
**Jenis Usaha, Lama Usaha dan Alamat**

| NO | JENIS USAHA                      | LAMA USAHA            | ALAMAT           |
|----|----------------------------------|-----------------------|------------------|
| 1  | Baju Thrift                      | 1 Tahun               | Abepura          |
| 2  | <i>Online Shop</i>               | 3 Tahun               | Abepura          |
| 3  | Minyak Tanah, Tas Dan Produk MLM | 1 Tahun dan (2-4 Bln) | Abepura          |
| 4  | Kuliner (Kue)                    | 3 Tahun               | Jayapura Selatan |
| 5  | Dagang <i>Online</i>             | 4 Tahun               | Abepura          |
| 6  | Kuliner Papua                    | 3 Tahun               | Heram            |
| 7  | Kue Sagu                         | 4 Tahun               | Muara Tami       |
| 8  | Batik Dan Aksesoris Papua        | 4 Tahun               | Jayapura Utara   |

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 4**  
**Strategi Promosi, Cara Pembayaran Dan Kegiatan Pelatihan Digital**

| No | Jenis Usaha                      | Cara Promosi                              | Cara Membeli   | Cara Membayar           | Pelatihan Digital |
|----|----------------------------------|---|--|-------------------------|-------------------|
| 1  | Baju Thrift                      | Cerita Ke Orang, Media Sosial Dan Pameran | Datag Langsung Ke Tempat Usaha, Membeli Secara <i>Online</i> | Tunai Dan <i>Online</i> | Ya                |
| 2  | <i>Online Shop</i>               | Media Sosial                              | Membeli Secara <i>Online</i>                                 | Tunai                   | Ya                |
| 3  | Minyak Tanah, Tas Dan Produk Mlm | Cerita Ke Orang, Brosur Dan Media Sosial  | Membeli Secara <i>Online</i>                                 | Tunai Dan <i>Online</i> | Ya                |
| 4  | Kuliner (Kue)                    | Cerita Ke Orang Dan Media Sosial          | Datang Langsung Ke Tempat Usaha Dan <i>Online</i>            | Tunai Dan <i>Online</i> | Tidak             |
| 5  | Dagang <i>Online</i>             | Media Sosial Dan Pameran                  | Datang Langsung Ke Tempat Usaha Dan <i>Online</i>            | Tunai Dan Transfer Bank | Ya                |
| 6  | Kuliner Papua                    | Cerita Ke Orang Dan Pameran               | Membeli Secara <i>Online</i>                                 | Tunai                   | Ya                |
| 7  | Kue Sagu                         | Cerita Ke Orang, Media Sosial Dan Pameran | Datang Langsung Ke Tempat Usaha dan <i>Online</i>            | Tunai Dan Kartu Kredit  | Tidak             |
| 8  | Batik Dan Aksesoris Papua        | Media Sosial                              | Membeli Secara <i>Online</i>                                 | Transfer                | Tidak             |

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan pemaparan hasil kajian di atas maka dapat disampaikan beberapa hal sebagai bentuk rekomendasi kepada pemerintah, Lembaga terkait, pelaku UMKM dan masyarakat umum yaitu bahwa Data Bank Indonesia pada Bulan Mei 2022 menyatakan bahwa perekonomian di Provinsi Papua mulai berjalan dengan baik Kembali pasca pandemik

*covid-19* sehingga ini menjadi momentum bagi pelaku UMKM Kembali bangkit dengan dukungan dari pemerintah dan Lembaga keuangan melalui pendampingan dan pemberian modal. Provinsi Papua masih menjadi salah satu provinsi dengan tingkat literasi paling rendah sehingga peningkatan pemahaman literasi khususnya literasi digital melalui sosialisasi dan pelatihan bagi masyarakat umum dan pelaku UMKM khususnya perlu dilakukan. Pendataan, pendampingan, bantuan modal telah dilakukan oleh Disperindagkop dan UKM Kota Jayapura melalui Bidang UKM telah dilakukan sejak tahun 2016. Hal ini perlu terus ditingkatkan terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi dan penggunaan media digital yang semakin massif sebagai bagian dari aktivitas ekonomi secara global. Kota Jayapura merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa keunggulan yaitu mendominasi proses pembelian melalui *e-commerce*. Ini merupakan peluang bagi pelaku UMKM untuk dapat menggunakan media digital sebagai sarana untuk menjual dan transaksi keuangan untuk produk yang dihasilkan. Penggunaan digital oleh pelaku UMKM di Kota Jayapura telah dilakukan walau masih pada taraf sederhana terutama oleh . pelaku wirausaha dari generasi muda telah menggunakan aplikasi digital karena mereka memang lebih melek digital dibandingkan dengan generasi yang lebih tua. Untuk itu maka sosialisasi literasi digital perlu dilakukan kepada semua kalangan pelaku UMKM di Kota Jayapura. Permasalahan utama dalam transaksi *online* bagi UMKM di Provinsi Papua selain literasi digital adalah adalah biaya kirim yang tinggi sehingga menjadi kurang kompetitif serta variasi produk daerah yang terbatas. Untuk itu maka pelaku UMKM perlu dibantu oleh pemerintah terkait strategi produksi, pengemasan dan pola distribusi yang dapat membantu harga jual menjadi murah serta dorongan melakukan inovasi produk daerah sehingga mampu bersaing dan diterima oleh pasar di luar Provinsi Papua.

## SIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat kemukakan. **Pertama**, Data Bank Indonesia pada Bulan Mei 2022 menyatakan bahwa perekonomian di Provinsi Papua mulai berjalan dengan baik Kembali pasca pandemik *covid-19* sehingga ini menjadi momentum bagi

pelaku UMKM Kembali bangkit dengan dukungan dari pemerintah dan Lembaga keuangan melalui pendampingan dan pemberian modal. **Kedua**, Kota Jayapura merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa keunggulan yaitu mendominasi proses pembelian melalui *e-commerce*. Ini merupakan peluang bagi pelaku UMKM untuk dapat menggunakan media digital sebagai sarana untuk menjual dan transaksi keuangan untuk produk yang dihasilkan. **Ketiga**, Pendataan, pendampingan, bantuan modal telah dilakukan oleh Disperindagkop dan UKM Kota Jayapura melalui Bidang UKM telah dilakukan sejak tahun 2016. Hal ini perlu terus ditingkatkan terutama dalam menghadapi perkembangan teknologi dan penggunaan media digital yang semakin massif sebagai bagian dari aktivitas ekonomi secara global. **Keempat**, Secara umum kondisi Kota Jayapura secara demografis, geografis dan infrastruktur mendukung adanya aktivitas masyarakat berbasis digital baik itu untuk individu, organisasi, pemerintah dan pelaku UMKM. **Kelima**, Sebagian besar partisipan pelaku UMKM telah mengemukakan bahwa menggunakan media digital dalam melakukan proses promosi, penjualan, pembayaran dan komunikasi dengan pelanggan atau calon pelanggannya. Ini mengindikasikan bahwa penggunaan digital telah dilakukan walaupun masih pada taraf yang sederhana sebagai akibat dari kurangnya pengetahuan dan pemahaman terkait literasi digital, jenis usaha yang masih berskala kecil dan faktor lainnya, dan **keenam**, Permasalahan utama dalam transaksi *online* bagi UMKM di Provinsi Papua selain literasi digital adalah biaya kirim yang tinggi sehingga menjadi kurang kompetitif serta variasi produk daerah yang terbatas.

Saran yang dapat diberikan yaitu Pemerintah Kota Jayapura melalui dinas terkait (Dinas Perindustrian, perdagangan perlu melakukan sosialisasi literasi digital kepada semua pihak termasuk pelaku UMKM dari segala jenjang usia dan level usaha. Hal ini agar muncul pemahaman tentang penggunaan digital untuk pengembangan usaha yang dijalankan, Juga pendampingan perlu diarahkan untuk membantu strategi produksi, pengemasan dan pola distribusi yang dapat membantu harga jual menjadi murah serta dorongan melakukan inovasi produk daerah sehingga mampu bersaing dan diterima oleh pasar di luar Provinsi Papua.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini bersifat kualitatif dengan dukungan data yang kurang memadai termasuk wawancara mendalam kepada partisipan untuk itu maka diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan responden dengan ukuran sampel yang tepat sehingga mendapatkan sehingga hasilnya menjadi lebih baik, tidak bias serta kesimpulannya bisa digeneralisasikan

### DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia (2022), *Laporan Perekonomian Provinsi Papua*, Vol. 8, No.1.
- BPS Kota Jayapura (2022), *Kota Jayapura Dalam Angka 2022*, Kota Jayapura
- Buku Program Pendidikan Kewirausahaan Kaum Muda 2022, *Superpapuanpreneurs 2021-2022*, Kerjasama Prestasi Junior Indonesia, Prudential Indonesia, Kabupaten Jayapura dan Kota Jayapura.
- Febriyantoro, Moh. Trio Dan Arisandi, Debby (2018), Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean, *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol. 1, No.2.
- Permana (2017), Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, Jakarta
- Richardus Eko Indrajit (2002), *Electronic Commerce. Strategi Dan Konsep Bisnis Dunia Maya*. *Website Resmi Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*, 2021. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id), 2021