



Analisis Daya Saing UMKM Di Provinsi Gorontalo

Moh. Agung Tarape¹, Andi Mardiana²

Ekonomi Syariah, Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 15 Juni 2025

Revised: 10 Juli 2023

Accepted: 16 Juli 2023

Keywords:

UMKM

Daya Saing

Inovasi,

digitalisasi

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa UMKM di Gorontalo masih berada pada tahap bertahan hidup, dengan hambatan utama berupa rendahnya inovasi, literasi digital, akses pasar, dan dukungan kebijakan. Hanya sebagian kecil UMKM yang memanfaatkan teknologi digital atau memiliki sertifikasi produk. Penelitian merekomendasikan strategi berbasis kluster, pelatihan kontekstual, kemudahan akses pembiayaan, serta dukungan branding dan sertifikasi guna meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

This study aims to identify the factors influencing the competitiveness of MSMEs in Gorontalo Province. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through interviews, observations, and document analysis. The findings reveal that MSMEs in Gorontalo remain at a survival stage, facing major challenges such as low innovation, digital literacy, market access, and policy support. Only a small proportion of MSMEs utilize digital technology or hold product certifications. The study recommends a cluster-based strategy, contextual training, improved access to financing, and strengthened branding and certification to enhance sustainable competitiveness.

This is an open-access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Moh Agung Tarape, Andi Mardiana

Ekonomi Syariah, Pascasarjana IAIN Sultan Amai Gorontalo

Jl. Gelatik No. 1 Kota Gorontalo

Email: agungtarape98@gmail.com

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sudah lama menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga membantu menjaga kestabilan ekonomi di tingkat lokal. Di Provinsi Gorontalo, yang masih tergolong sebagai daerah berkembang di kawasan timur Indonesia, peran UMKM menjadi sangat penting. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat.

Sayangnya, meskipun perannya besar, UMKM di Gorontalo masih menghadapi banyak tantangan. Salah satu masalah utamanya adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Padahal, digitalisasi bisa membantu UMKM menjadi lebih efisien, menjangkau pasar lebih luas, dan menciptakan produk yang lebih inovatif. Namun kenyataannya, menurut penelitian Zubedi dan rekan-rekan (2024), kurang dari 35% UMKM di sektor olahan pangan sudah menggunakan teknologi digital secara aktif. Banyak pelaku usaha masih menjalankan bisnis secara konvensional karena keterbatasan literasi digital, kurangnya pelatihan, dan belum meratanya infrastruktur internet.

Masalah lainnya adalah akses pasar yang masih terbatas. Tidak banyak UMKM di Gorontalo yang memanfaatkan e-commerce atau platform digital untuk memasarkan produk mereka. Studi Laiya (2025) menyebutkan hanya sekitar 27% UMKM di Kota Gorontalo yang aktif menjual produknya secara

online. Di sisi lain, kerja sama dengan pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga pendukung usaha juga masih minim dan belum terorganisir dengan baik. Akibatnya, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman masih lemah, terutama dalam menghadapi era industri 4.0.

Penelitian sebelumnya memang sudah banyak membahas UMKM di Gorontalo, tapi belum ada yang secara menyeluruh melihat keterkaitan antara inovasi, digitalisasi, dan peran kebijakan pemerintah daerah. Sebagian besar penelitian hanya fokus pada satu aspek saja, seperti teknologi atau pemasaran, tanpa melihat bagaimana faktor-faktor tersebut saling memengaruhi. Inilah yang menjadi celah penelitian (*research gap*) yang ingin dijawab oleh studi ini.

Penelitian ini ingin menawarkan cara pandang baru dengan melihat secara bersamaan bagaimana inovasi, digitalisasi, dan kebijakan pemerintah berperan dalam memperkuat daya saing UMKM di Gorontalo. Pendekatan ini menggabungkan berbagai teori yang relevan, seperti teori keunggulan bersaing dari Porter, kesiapan digital dari Schwab, dan konsep keterkaitan sektor dari Hirschman. Model yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kondisi lokal Gorontalo, sehingga hasilnya diharapkan benar-benar bisa menjawab persoalan nyata yang dihadapi para pelaku UMKM.

Penelitian ini punya dua manfaat utama. Pertama, secara teori, penelitian ini bisa menambah wawasan tentang bagaimana daya saing UMKM terbentuk, khususnya di daerah yang masih berkembang. Kedua, secara praktis, hasil penelitian ini bisa menjadi masukan penting bagi pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan lembaga pendukung lainnya dalam merancang strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berbasis data.

Dengan pendekatan yang lebih menyeluruh, penelitian ini diharapkan bisa membantu memperkuat posisi UMKM di Gorontalo agar lebih siap bersaing, baik di tingkat nasional maupun global.

KAJIAN TEORI

Teori Daya Saing (Competitive Advantage Michael Porter)

Porter (1985) menekankan bahwa keunggulan bersaing bukan hanya berasal dari harga murah, tetapi dari nilai unik yang dirasakan pelanggan. Dalam konteks UMKM di Gorontalo, keunggulan bersaing dapat dibangun melalui *differentiation* produk berbasis lokalitas, seperti kerajinan tradisional atau olahan pangan khas daerah. Namun, karena banyak UMKM belum mengembangkan *value proposition* yang kuat atau belum membangun merek yang dikenali pasar, mereka cenderung bersaing di level harga murah (*cost-based competition*), yang justru rawan melemahkan keberlanjutan usaha. Untuk itu, strategi peningkatan daya saing UMKM di Gorontalo harus diarahkan pada penciptaan nilai tambah, inovasi produk, dan strategi branding yang mampu memosisikan produk lokal sebagai unggulan.

Untuk memperdalam analisis terhadap *Teori Daya Saing Michael Porter* dalam pada UMKM di Gorontalo, perlu dipahami bahwa Porter (1985) menyajikan tiga strategi generik untuk meraih keunggulan bersaing: *cost leadership*, *differentiation*, dan *focus*. UMKM di Gorontalo, pada kenyataannya, sebagian besar secara tidak sadar mengandalkan strategi *cost leadership*, yakni menawarkan harga murah sebagai daya tarik utama. Namun strategi ini tidak selalu menguntungkan bagi sektor mikro dan kecil yang memiliki keterbatasan skala produksi, modal, dan efisiensi operasional. Akibatnya, mereka rentan terhadap persaingan harga, terutama dari produk luar daerah atau impor murah yang lebih terstandarisasi.

Sebaliknya, *differentiation strategy* dapat menjadi pilihan yang lebih relevan dan berkelanjutan. Produk-produk khas Gorontalo seperti sulaman karawo, abon ikan tuna, atau pisang goroho memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk unggulan dengan nilai tambah berbasis identitas budaya dan kualitas lokal. Namun, strategi diferensiasi ini memerlukan dukungan dalam hal riset desain, inovasi kemasan, sertifikasi mutu, serta narasi branding yang kuat untuk membentuk persepsi pasar.

Porter juga menekankan pentingnya *value chain*, yakni rantai aktivitas yang menciptakan nilai bagi konsumen. Dalam kasus UMKM di Gorontalo, banyak pelaku usaha yang belum mampu mengelola seluruh rantai nilai secara optimal, dari pengadaan bahan baku hingga distribusi dan pemasaran. Misalnya, pengemasan dan pemasaran seringkali menjadi titik lemah, padahal dua aspek ini sangat

menentukan daya saing produk di pasar luar daerah maupun ekspor. Dalam hal ini, penguatan *backward* dan *forward linkage* menjadi krusial, termasuk kemitraan dengan koperasi, BUMDes, atau e-commerce lokal untuk memperkuat posisi tawar UMKM.

Dengan memperkuat *unique selling proposition (USP)* produk lokal melalui penciptaan cerita produk (*product storytelling*), pengemasan modern, serta pendekatan berbasis komunitas dan budaya lokal, UMKM di Gorontalo dapat bergerak dari persaingan berbasis harga menuju persaingan berbasis nilai dan pengalaman. Strategi ini selaras dengan pendekatan Porter yang mendorong penciptaan keunggulan kompetitif jangka panjang melalui nilai, bukan hanya efisiensi biaya.

Teori Inovasi dan Kewirausahaan (Schumpeterian Innovation)

Schumpeter (1934) melihat inovasi sebagai proses “creative destruction” di mana usaha baru menggantikan model lama. Di Gorontalo, banyak UMKM yang masih berada pada tahap imitasi produk (produk serupa dengan sedikit modifikasi). Kurangnya riset pasar dan minimnya budaya inovasi menyebabkan stagnasi daya saing.

Inovasi tidak harus mahal atau berbasis teknologi tinggi. Inovasi kontekstual—misalnya pengemasan produk, kanal distribusi yang lebih digital, atau kolaborasi produk dengan sektor pariwisata dapat menjadi titik masuk yang relevan. Peningkatan kapasitas inovatif pelaku UMKM harus dibangun melalui inkubasi bisnis, kolaborasi dengan akademisi, dan fasilitasi akses riset terapan yang sesuai dengan kebutuhan lokal.

Untuk memperdalam analisis berdasarkan *Teori Inovasi Schumpeter (1934)* pada UMKM di Gorontalo, penting untuk analisis lebih jauh bahwa inovasi dalam perspektif Schumpeter tidak hanya sebatas pada penemuan produk baru (*new product*), tetapi juga mencakup lima bentuk inovasi: (1) inovasi produk, (2) inovasi proses produksi, (3) pembukaan pasar baru, (4) eksploitasi sumber bahan baku baru, dan (5) pembentukan organisasi industri baru. Konsep ini menempatkan inovasi sebagai kekuatan utama dalam dinamika kapitalisme, di mana pemain lama akan tergantikan oleh pelaku baru yang lebih adaptif dan kreatif sebuah proses yang disebut *creative destruction*.

UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, menyumbang PDB nasional, serta mengurangi kemiskinan (Yasin & Ferdiansyah, 2025). Di daerah seperti Provinsi Gorontalo, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi lokal, khususnya dalam sektor pertanian, perikanan, dan kerajinan. Namun, tantangan struktural seperti keterbatasan akses modal, teknologi, dan pasar masih membatasi daya saing UMKM (Mardhatillah et al., 2025). Produktivitas UMKM juga masih tertinggal dibandingkan perusahaan besar, yang membuat mereka kurang optimal dalam menjawab tantangan pasar regional dan global (Wulan et al., 2024).

Tantangan ini diperparah oleh kondisi geografis dan infrastruktur di Gorontalo yang belum merata, serta lemahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha (Ayustira & Kumalasari, 2025). Banyak UMKM masih beroperasi secara konvensional, tanpa memanfaatkan teknologi seperti e-commerce, ERP, atau sistem manajemen digital. Padahal, digitalisasi terbukti memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha secara signifikan (Soi & Said, 2025). Sayangnya, minimnya pelatihan berbasis teknologi serta kurangnya insentif pemerintah menjadi hambatan dalam transformasi digital sektor UMKM di Gorontalo (Zubedi et al., 2024).

Pengembangan UMKM di Gorontalo membutuhkan strategi yang lebih holistik dan berbasis konteks lokal. Intervensi tidak cukup jika hanya bersifat finansial seperti bantuan modal atau subsidi, tetapi juga harus mencakup peningkatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, serta kolaborasi lintas sektor (Perdana et al., 2025). Pendekatan seperti penguatan klaster usaha lokal, integrasi ke rantai pasok formal, dan pengembangan inkubasi bisnis berbasis komunitas terbukti efektif meningkatkan daya saing UMKM di berbagai daerah tertinggal di Indonesia (Prayogi et al., 2025).

Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, pelaku industri, dan UMKM sendiri perlu membangun sinergi dalam menciptakan ekosistem bisnis yang adaptif dan responsif terhadap tantangan era digital.

Peran aktif pemerintah sebagai fasilitator dan regulator dalam membangun infrastruktur digital serta ekosistem inovasi sangat penting dalam mempercepat transformasi UMKM menuju daya saing berkelanjutan (Ibrahim & Wolok, 2024). Dengan pendekatan tersebut, UMKM Gorontalo dapat lebih siap bersaing tidak hanya di pasar domestik, tetapi juga dalam arena ekonomi digital nasional dan global.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali realitas sosial, pengalaman, persepsi, dan dinamika yang dihadapi pelaku UMKM dalam konteks lokal yang kompleks dan beragam. Penelitian ini berfokus pada interpretasi makna, bukan pada pengukuran angka, sehingga lebih sesuai untuk menggambarkan tantangan dan strategi yang relevan dengan kondisi empiris di lapangan.

Subjek penelitian terdiri dari para pelaku UMKM di berbagai sektor (kuliner, kerajinan, pertanian olahan, dan jasa), aparatur pemerintah daerah yang menangani urusan koperasi dan UMKM, serta perwakilan dari lembaga pendukung seperti perguruan tinggi, inkubator bisnis, dan asosiasi UMKM. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan keberagaman latar belakang usaha, wilayah geografis, dan keterlibatan mereka dalam program pengembangan daya saing UMKM.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi langsung di lokasi usaha. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka yang disusun berdasarkan tema utama penelitian, yaitu inovasi usaha, penguasaan teknologi, akses pasar, permodalan, dan peran kebijakan pemerintah daerah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi pengalaman dan strategi pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika pasar dan tantangan struktural yang mereka hadapi.

Selain itu, dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data lapangan, seperti dokumen kebijakan UMKM daerah, laporan dinas koperasi, serta catatan kegiatan pelatihan atau pendampingan UMKM.

Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik (thematic analysis) dengan mengikuti tahapan menurut Braun & Clarke (2006), yakni: membaca data secara keseluruhan, melakukan pengkodean awal, mengelompokkan kode ke dalam tema, meninjau tema, dan melakukan interpretasi secara naratif. Melalui proses ini, dihasilkan pemahaman tentang faktor-faktor kunci yang mendukung atau menghambat daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo.

HASIL PENELITIAN

Potret Umum Daya Saing UMKM di Gorontalo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo masih berada pada tahap bertahan hidup (survival) dan belum mampu menembus level kompetitif secara regional maupun nasional. Hal ini terlihat dari rendahnya kinerja ekspor, keterbatasan teknologi, serta belum optimalnya strategi usaha dan kolaborasi antar-pemangku kepentingan (Djibrin et al., 2024). Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode produksi tradisional dan belum banyak melakukan inovasi produk yang adaptif terhadap pasar digital.

Secara internal, keterbatasan inovasi dan penguasaan teknologi merupakan hambatan dominan. Data dari studi Soi dan Said (2025) menunjukkan bahwa hanya sekitar 35% UMKM di Gorontalo yang telah memanfaatkan platform digital dalam produksi dan pemasaran. Bahkan, pelaku usaha yang memiliki gawai pintar sekalipun, banyak yang belum memahami cara mengelola akun e-commerce atau melakukan promosi digital secara optimal. Hal ini menandakan rendahnya literasi digital yang berdampak langsung terhadap efisiensi dan perluasan pasar.

Dari sisi akses pasar, UMKM lokal masih sangat bergantung pada jaringan penjualan tradisional dan lingkungan sekitar. Menurut laporan Bank Indonesia Gorontalo (2023), hanya 12% UMKM di wilayah tersebut yang aktif menjual produknya di luar provinsi. Hambatan seperti logistik, biaya distribusi, dan keterbatasan sertifikasi (PIRT, halal) menghambat perluasan pasar nasional. Djibran et al. (2024) juga mencatat bahwa kurang dari 10% produk UMKM Gorontalo telah mendapatkan sertifikasi resmi yang dibutuhkan untuk ekspansi pasar.

Secara kelembagaan, dukungan dari pemerintah daerah masih belum terkoordinasi secara sistemik. Program bantuan yang ada cenderung bersifat jangka pendek dan tidak menyentuh akar persoalan UMKM. Selain itu, distribusi bantuan seringkali tidak merata dan belum berbasis pada kluster industri. Seperti yang diungkapkan dalam studi oleh Abbas (2022), banyak pelaku UMKM merasa bahwa pelatihan dan program yang tersedia tidak sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka dan tidak berkelanjutan.

Dengan memperhatikan interaksi antara kendala internal dan eksternal ini, maka dapat disimpulkan bahwa daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo masih berada dalam kondisi yang rentan dan belum mampu berkembang ke arah yang lebih kompetitif. Untuk meningkatkan daya saing secara berkelanjutan, diperlukan strategi kolaboratif berbasis lokal, yang mengintegrasikan pelatihan inovasi produk, digitalisasi, fasilitasi akses modal, serta perbaikan kebijakan berbasis kluster sektor unggulan lokal (Porter, 1990; Prayogi & Lesmana, 2025).

Inovasi Produk yang Minim

Sebagian besar UMKM di Gorontalo masih memproduksi barang berdasarkan pengalaman turun-temurun atau tradisi lokal, bukan berdasarkan riset pasar maupun kebutuhan konsumen yang aktual. Pelaku usaha di sektor pangan dan kriya, misalnya, belum banyak melakukan inovasi dalam hal variasi produk atau desain kemasan yang menarik. Banyak produk yang dikemas secara sederhana dan belum memiliki identitas merek yang kuat, apalagi sertifikasi yang relevan seperti halal dan PIRT. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk di pasar yang lebih luas. Minimnya akses terhadap pelatihan inovasi serta lemahnya eksposur terhadap tren pasar nasional memperburuk situasi ini (Djibran et al., 2024; Soi & Said, 2025). Sebagaimana disampaikan oleh Abbas (2022), UMKM di wilayah timur Indonesia umumnya belum memiliki orientasi inovasi karena terbatasnya akses pada sumber informasi, teknologi, dan pendampingan pengembangan produk. Rendahnya inovasi ini menyebabkan produk UMKM cenderung stagnan dan sulit bersaing, baik di pasar digital maupun konvensional.

Penguasaan Teknologi Masih Terbatas

Meskipun mayoritas pelaku UMKM di Gorontalo telah menggunakan ponsel pintar, hanya sebagian kecil yang memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pemasaran maupun manajemen usaha. Platform seperti e-commerce, media sosial, serta aplikasi keuangan digital belum dimanfaatkan secara luas. Studi SMESCO Indonesia menunjukkan bahwa baru sekitar 26% UMKM yang telah terdigitalisasi hingga 2024, dan sebagian besar masih berada di Pulau Jawa (Kompas, 2024). Pelaku UMKM di luar Jawa, termasuk Gorontalo, menghadapi berbagai kendala seperti literasi digital yang rendah, infrastruktur teknologi yang belum merata, dan kurangnya pendampingan teknis (Bisnis Indonesia, 2024).

Data Indeks Masyarakat Digital di Kabupaten Gorontalo juga menunjukkan nilai pemberdayaan digital hanya 21,59, jauh di bawah indikator akses dan keterampilan, yang menandakan rendahnya partisipasi aktif masyarakat, termasuk UMKM, dalam ekosistem digital (Diskominfo Kabupaten Gorontalo, 2023). Selain itu, banyak pelaku usaha menyatakan bahwa mereka tidak memahami cara membuat toko daring, mengelola promosi digital, atau memanfaatkan teknologi untuk pencatatan keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Wulandari dan Nasution (2023), yang menyimpulkan bahwa keterbatasan literasi digital secara signifikan menghambat daya saing UMKM, terutama di wilayah non-metropolitan.

Akses Pasar yang Belum Luas

Produk-produk UMKM di Provinsi Gorontalo masih sangat terkonsentrasi di pasar lokal dan belum berhasil menembus pasar antarprovinsi secara signifikan. Menurut Bank Indonesia Provinsi Gorontalo melalui acara *Gebyar UMKM 2025*, pemerintah telah mendorong perluasan akses pasar menjelang festival regional dan nasional, namun hingga April 2025, hanya 46 UMKM yang lolos tahap kurasi untuk ekspansi lebih luas (ANTARA News, 2025). Hambatan utama mencakup terbatasnya jejaring distribusi dan mahalnya logistik untuk menjangkau luar daerah, serta minimnya kerja sama formal dengan pengecer besar dan strategi promosi yang belum optimal (Gorontalo Post, 2025).

Bank Indonesia menilai bahwa Galeri UMKM (Olaku) merupakan langkah strategis dalam memperluas akses pasar UMKM, namun implementasinya masih terbatas dan belum menjangkau mayoritas pelaku usaha, khususnya di luar kawasan perkotaan (gorontalo.antaranews.com, 2025). Sementara itu, *Gebyar UMKM Gorontalo 2025* mencatat total transaksi Rp 2,04 miliar selama tiga hari dari 190 UMKM dan 4.720 pengunjung. Meski angka ini cukup signifikan secara lokal, pencapaian tersebut belum merepresentasikan penetrasi pasar antarprovinsi atau internasional (berita.gorontaloprov.go.id, 2025).

Ketiadaan kerja sama distribusi formal serta kendala informasi dan biaya untuk mengikuti pameran luar daerah menjadi penghambat utama. Hal ini menunjukkan bahwa akses pasar UMKM Gorontalo masih berada pada tahap awal dan belum mampu bersaing secara nasional.

Permodalan yang Sulit Diakses

Mayoritas pelaku UMKM di Gorontalo masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman dari keluarga. Akses ke pembiayaan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) masih rendah. Data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Gorontalo (2024) menunjukkan hanya 28% dari pelaku UMKM yang pernah memanfaatkan fasilitas kredit perbankan. Kendala utama meliputi ketiadaan jaminan, tidak adanya pembukuan usaha, serta kurangnya pemahaman prosedur pengajuan pinjaman. Seperti diungkapkan oleh Lakoro (2021), rendahnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM membuat mereka sulit memenuhi persyaratan administrasi kredit. Akibatnya, mereka kesulitan meningkatkan kapasitas produksi atau melakukan ekspansi pasar.

Dukungan Kebijakan yang Belum Terstruktur

Dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap pengembangan UMKM di Provinsi Gorontalo hingga kini masih bersifat sporadis dan belum tersusun dalam kerangka kebijakan yang terstruktur dan berkelanjutan. Banyak program seperti pelatihan, pemberian alat produksi, hingga fasilitasi pameran memang telah diluncurkan, tetapi pendekatannya cenderung jangka pendek dan belum menyentuh akar persoalan yang dihadapi pelaku UMKM. Program-program tersebut lebih berperan sebagai solusi sesaat dibanding sebagai bagian dari strategi jangka panjang yang terencana.

Salah satu persoalan utama terletak pada relevansi materi pelatihan yang diberikan. Seperti dicatat oleh Said dan Wantu (2024), banyak pelatihan UMKM yang diberikan oleh pemerintah bersifat terlalu umum dan tidak disesuaikan dengan karakteristik sektor usaha tertentu. Misalnya, pelatihan manajemen umum diberikan kepada pelaku UMKM makanan olahan, padahal kebutuhan mereka lebih spesifik pada teknik pengemasan, standar keamanan pangan, atau sertifikasi produk. Hal ini menunjukkan belum adanya pemetaan kebutuhan yang komprehensif sebelum program dilaksanakan. Ketidaktepatan konten pelatihan tentu membuat hasilnya kurang berdampak pada peningkatan kualitas usaha.

Selain itu, distribusi bantuan dan pelatihan juga masih terkonsentrasi di wilayah perkotaan. Laporan Bappeda Provinsi Gorontalo (2023) menegaskan bahwa mayoritas program pemerintah belum menjangkau UMKM di daerah pedalaman dan pesisir. Padahal, sebagian besar pelaku usaha justru berada di luar pusat kota dan memiliki potensi lokal berbasis sumber daya alam seperti perikanan, pertanian, dan kerajinan khas. Ketimpangan akses terhadap program pemerintah ini membuat pengembangan UMKM cenderung tidak merata, dan memperbesar kesenjangan ekonomi antarwilayah.

Kelemahan lainnya adalah kurangnya koordinasi antarlembaga pemerintah daerah yang menangani UMKM. Berbagai dinas seperti Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan

Perdagangan, Dinas Kominfo, serta dinas lainnya sering menjalankan program sendiri-sendiri tanpa sinergi. Misalnya, pelatihan digitalisasi tidak dibarengi dengan penyediaan akses internet atau bantuan perangkat digital. Akibatnya, program yang dilaksanakan menjadi kurang efektif karena tidak saling melengkapi.

Kebijakan yang tidak terintegrasi ini pada akhirnya membuat pelaku UMKM tidak memiliki pendampingan yang berkelanjutan. Banyak dari mereka hanya menerima pelatihan satu kali tanpa tindak lanjut berupa mentoring atau dukungan lanjutan. Transformasi usaha yang diharapkan pun tidak terjadi. Bahkan, dalam beberapa kasus, pelaku UMKM justru menjadi tergantung pada bantuan pemerintah, alih-alih menjadi lebih mandiri dan berkembang secara inovatif.

Jika situasi ini dibiarkan, maka dalam jangka panjang UMKM di Gorontalo berisiko terjebak dalam ekosistem usaha yang stagnan dan tidak mampu bersaing di tengah arus ekonomi digital. Mereka akan terus tertinggal dalam hal inovasi, teknologi, dan akses pasar. Karena itu, reformasi kebijakan menjadi sangat mendesak. Pemerintah daerah perlu membangun pendekatan yang lebih strategis dan menyeluruh—melalui pemetaan klaster UMKM, penyusunan pelatihan berbasis kebutuhan sektor, sinergi lintas dinas, hingga pembentukan sistem evaluasi berbasis dampak. Pendekatan inilah yang dapat memperkuat ketahanan dan daya saing UMKM secara berkelanjutan di Gorontalo.

Komoditas Unggulan Lokal Belum Dimaksimalkan

Potensi kekayaan produk lokal di Gorontalo seperti abon ikan, jagung manis, pisang goroho, dan sulaman karawo sebetulnya menjadi aset penting yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah berbasis sumber daya lokal. Produk-produk tersebut tidak hanya memiliki nilai budaya yang tinggi, tetapi juga daya tarik pasar yang kuat karena keunikannya. Sayangnya, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan menjadi komoditas unggulan yang berdaya saing tinggi di pasar nasional maupun internasional.

Sebagaimana diungkap dalam laporan Gebyar UMKM 2025 yang diselenggarakan oleh Bank Indonesia dan Pemerintah Provinsi Gorontalo, dari total 190 UMKM peserta, hanya sekitar 12% yang telah mengantongi sertifikasi halal atau PIRT. Bahkan, hanya 46 UMKM yang berhasil lolos tahap kurasi untuk ekspansi ke pasar yang lebih luas. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar produk lokal belum memenuhi standar minimum yang dibutuhkan untuk memasuki pasar formal.

Rendahnya kualitas kemasan menjadi salah satu hambatan paling mencolok. Banyak produk UMKM di Gorontalo masih dikemas secara sederhana, tanpa informasi produk yang memadai atau tampilan visual yang menarik. Kemasan yang tidak profesional tidak hanya mengurangi daya tarik produk, tetapi juga menurunkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk tersebut. Selain itu, belum adanya branding yang kuat menyebabkan produk-produk lokal sulit dikenali dan tidak memiliki keunggulan pembeda di tengah persaingan pasar.

Minimnya inisiatif untuk memperoleh sertifikasi, baik yang bersifat wajib seperti PIRT maupun yang strategis seperti halal, juga membatasi daya saing. Padahal, sertifikasi menjadi indikator kepercayaan pasar, terutama untuk konsumen di luar daerah yang sangat memperhatikan aspek legalitas dan keamanan produk. Menurut Djibran et al. (2024), tanpa sertifikasi dan strategi pengemasan yang tepat, produk lokal cenderung tertahan pada pasar tradisional dan tidak mampu bersaing di pasar retail modern.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengembangan komoditas unggulan lokal di Gorontalo memerlukan intervensi yang lebih serius dan terarah. Pemerintah daerah, bersama dengan lembaga pendamping usaha dan perguruan tinggi, perlu membangun sistem inkubasi dan fasilitasi yang mendukung peningkatan kualitas produk dari hulu ke hilir—mulai dari pengolahan bahan baku, inovasi desain kemasan, proses sertifikasi, hingga strategi pemasaran berbasis digital. Dengan pendekatan tersebut, kekayaan produk lokal tidak hanya menjadi simbol identitas daerah, tetapi juga motor penggerak ekonomi yang kompetitif dan berkelanjutan.

Keterkaitan Antar Faktor Daya Saing

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Gorontalo memiliki sifat sistemik dan saling berkaitan, bukan sekadar masalah yang berdiri sendiri. Rendahnya tingkat inovasi, misalnya, tidak dapat

dipisahkan dari keterbatasan akses terhadap teknologi, pelatihan, dan pembiayaan. Banyak pelaku UMKM kesulitan mengembangkan produk baru atau memperbaiki proses produksinya karena tidak memiliki alat, tidak mengetahui teknologi yang relevan, atau tidak memiliki modal untuk melakukan investasi awal. Ketergantungan pada metode produksi tradisional dan pola usaha konvensional semakin mempersempit peluang untuk berkembang.

Di sisi lain, sempitnya akses pasar tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan logistik atau distribusi, tetapi juga diperburuk oleh lemahnya infrastruktur pendukung serta kebijakan daerah yang belum strategis dan berkelanjutan. Misalnya, tanpa jaringan transportasi dan digital yang memadai, produk UMKM akan tetap terjebak dalam pasar lokal dan sulit menembus wilayah regional maupun nasional. Begitu juga jika kebijakan pemerintah hanya berfokus pada program bantuan jangka pendek tanpa memperkuat kelembagaan UMKM, maka intervensi tersebut akan bersifat temporer dan kurang berdampak jangka panjang.

Sebagaimana ditegaskan oleh Prayogi dan Lesmana (2025), daya saing UMKM bukanlah hasil dari satu faktor tunggal, melainkan kombinasi kompleks antara elemen internal dan eksternal. Faktor internal seperti kemampuan inovasi, manajemen usaha, dan strategi pemasaran harus berjalan seiring dengan dukungan eksternal berupa regulasi yang tepat, akses terhadap pasar dan pembiayaan, serta infrastruktur digital dan fisik yang memadai. Tanpa pendekatan yang terintegrasi dan berbasis ekosistem, pelaku UMKM akan terus mengalami stagnasi, di mana mereka tidak memiliki cukup kapasitas untuk melakukan inovasi, tidak mampu memperluas pasar, dan tidak cukup menarik bagi lembaga keuangan untuk diberi pembiayaan.

Dengan kata lain, solusi terhadap tantangan UMKM di Gorontalo harus bersifat menyeluruh dan simultan. Dibutuhkan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan komunitas lokal untuk membangun ekosistem yang mendukung. Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing secara individu, tetapi juga memperkuat ketahanan kolektif sektor UMKM dalam menghadapi dinamika pasar dan transformasi ekonomi digital.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa daya saing UMKM di Provinsi Gorontalo masih berada pada tahap bertahan hidup dan belum menunjukkan daya saing yang kuat di tingkat regional maupun nasional. Hambatan internal seperti minimnya inovasi produk dan rendahnya penguasaan teknologi, serta hambatan eksternal seperti akses pasar yang sempit, sulitnya permodalan, dan lemahnya dukungan kebijakan, saling berkaitan dan memperlemah kapasitas kompetitif UMKM. Data menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital atau memiliki sertifikasi produk, sementara akses pasar antarprovinsi dan program pembiayaan formal masih terbatas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan wilayah responden dan tidak melibatkan pendekatan kuantitatif yang lebih luas untuk mengukur pengaruh antar faktor. Namun, temuan ini tetap relevan untuk menggambarkan kondisi umum UMKM di Gorontalo.

Implikasinya, upaya pengembangan UMKM di Gorontalo harus beralih dari program jangka pendek menjadi strategi jangka panjang yang membangun ekosistem UMKM berbasis klaster lokal. Pemerintah perlu menyusun kebijakan yang lebih terstruktur, memperluas pendampingan digital, mempermudah akses pembiayaan, serta mendorong kolaborasi dengan sektor swasta dan pendidikan tinggi.

Untuk itu, rekomendasi yang dapat diajukan mencakup peningkatan pelatihan inovasi dan digitalisasi yang kontekstual, penyediaan skema pembiayaan inklusif berbasis klaster, perumusan roadmap pengembangan UMKM daerah, serta penguatan branding dan sertifikasi komoditas unggulan. Dengan strategi terintegrasi dan dukungan lintas sektor, UMKM Gorontalo berpotensi naik kelas dan menjadi penggerak ekonomi daerah yang berdaya saing tinggi.

REFERENSI

- Abbas, R. (2022). *Ketimpangan Pengembangan UMKM di Wilayah Timur Indonesia: Studi Kasus Gorontalo dan Maluku*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 10(2), 145–158.
- Ayustira, N., & Kumalasari, D. (2025). *Tantangan Digitalisasi UMKM di Kawasan Tertinggal*. *Jurnal Inovasi Digital*, 7(1), 33–47.
- Bank Indonesia Provinsi Gorontalo. (2023). *Laporan Tahunan UMKM dan Akses Pasar Wilayah Sulawesi*. Gorontalo: BI Representative Office.
- Bisnis Indonesia. (2024). *Literasi Digital Menjadi Tantangan UMKM di Luar Jawa*. [Online]. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co>
- Djibran, M. A., Ramadhan, F., & Noor, H. (2024). *Pemetaan Daya Saing UMKM di Kawasan Timur Indonesia*. *Jurnal Manajemen Strategis*, 19(1), 1–20.
- Diskominfo Kabupaten Gorontalo. (2023). *Laporan Indeks Masyarakat Digital Kabupaten Gorontalo 2023*. Limboto: Dinas Komunikasi dan Informatika.
- Gorontalo Post. (2025). *Hanya 46 UMKM Lolos Kurasi Ekspansi Nasional*. Edisi April 2025.
- Ibrahim, M., & Wolok, T. (2024). *Kolaborasi Multi-aktor dalam Ekosistem Inovasi Daerah: Studi UMKM Gorontalo*. *Jurnal Inovasi dan Kebijakan Publik*, 8(2), 66–79.
- Kompas. (2024). *SMESCO: 26 Persen UMKM Indonesia Sudah Terdigitalisasi, Mayoritas di Jawa*. [Online]. Diakses dari <https://www.kompas.com>
- Lakoro, Y. (2021). *Literasi Keuangan UMKM dan Akses Pembiayaan Formal di Gorontalo*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Daerah*, 5(2), 123–134.
- Laiya, R. (2025). *Pemanfaatan Platform Digital oleh UMKM di Kota Gorontalo*. *Jurnal Ekonomi Digital dan UMKM*, 3(1), 12–25.
- Mardhatillah, H., Ramli, F., & Sulthon, M. (2025). *Produktivitas UMKM di Kawasan Timur Indonesia: Studi Empiris di Gorontalo dan NTB*. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 6(1), 77–93.
- Pemerintah Provinsi Gorontalo. (2025). *Laporan Resmi Gebyar UMKM 2025*. Diakses dari <https://berita.gorontaloprov.go.id>
- Perdana, B., Saputro, M. Y., & Handayani, S. (2025). *Model Kluster UMKM untuk Peningkatan Daya Saing Daerah*. *Jurnal Pengembangan Wilayah dan Ekonomi Lokal*, 11(2), 54–69.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Prayogi, R., & Lesmana, A. (2025). *Daya Saing UMKM dan Strategi Ekosistem Bisnis Daerah*. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan UMKM*, 4(1), 1–18.
- Said, M. A., & Wantu, D. (2024). *Evaluasi Efektivitas Pelatihan UMKM Berbasis Sektor di Gorontalo*. *Jurnal Manajemen Publik dan Kewirausahaan*, 9(3), 79–92.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Soi, H., & Said, A. (2025). *Digitalisasi UMKM di Provinsi Gorontalo: Peluang dan Tantangan*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 10(1), 45–60.
- Wulandari, D., & Nasution, A. (2023). *Literasi Digital UMKM dan Implikasinya terhadap Daya Saing di Wilayah Non-Metropolitan*. *Jurnal Transformasi Ekonomi*, 8(2), 130–144.
- Wulan, F., Nugroho, A., & Rizki, D. (2024). *Kesenjangan Produktivitas UMKM dan Perusahaan Besar: Studi Nasional*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 25(1), 102–118.
- Yasin, A., & Ferdiansyah, R. (2025). *Kontribusi UMKM terhadap PDB dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Makro*, 7(1), 1–15.
- Zubedi, M., Fauzan, A., & Ilham, R. (2024). *Kesiapan Digital UMKM di Daerah Berkembang: Studi Gorontalo dan Sulbar*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 98–110.