



PEMERINTAH PROVINSI
JAWA TIMUR

POLICY BRIEF

JUDUL :

“Transformasi Digital
untuk UMKM Jawa Timur
Berdaya Saing Global”



TEMA UTAMA :

Inovasi Kebijakan dalam Mewujudkan
Jawa Timur sebagai Gerbang Baru Nusantara
melalui Penguatan SDM, Konektivitas Ekonomi,
Hilirisasi Potensi Daerah, dan
Transformasi Digital



SUB TEMA :

Inovasi Kebijakan Pengembangan
Ekonomi Kreatif, UMKM, dan
Industri Berbasis Digital.



Oleh :

Ir. Ismail MM

Jatim
GERBANG BARU
NUSANTARA



POLICY BRIEF

1. RINGKASAN EKSEKUTIF

Jawa Timur memiliki posisi strategis sebagai salah satu pusat ekonomi, industri, perdagangan, jasa, dan konektivitas nasional. Pada tahun 2025, perekonomian Jawa Timur mencapai Rp3.403,17 triliun atas dasar harga berlaku dan tumbuh sebesar 5,33 persen. Struktur ekonomi masih didominasi oleh industri pengolahan dengan kontribusi 31,32 persen, sedangkan konsumsi rumah tangga mencapai 60,78 persen dari sisi pengeluaran. Kondisi tersebut menunjukkan besarnya kekuatan pasar domestik sekaligus peluang untuk memperkuat keterkaitan antara industri, UMKM, ekonomi kreatif, dan perdagangan digital.

Namun, potensi ekonomi tersebut belum sepenuhnya dikonversi menjadi peningkatan nilai tambah lokal, skala usaha, produktivitas, dan akses pasar global. Pada November 2025 terdapat 24,03 juta penduduk yang bekerja, tetapi hanya 38,18 persen yang bekerja dalam kegiatan formal. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) masih sebesar 3,71 persen. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pembangunan ekosistem usaha yang mampu menciptakan lapangan kerja produktif dan berkelanjutan.

Dari sisi industri, Jawa Timur memiliki 5.846 perusahaan industri manufaktur skala menengah dan besar pada tahun 2025, di luar industri mikro dan kecil. Jumlah tersebut merupakan potensi besar untuk menjadikan industri sebagai *anchor market* bagi UMKM dan pelaku ekonomi kreatif melalui kemitraan rantai pasok, pengadaan, desain, kemasan, konten digital, jasa teknologi, logistik, dan ekspor.

Permasalahan utama bukan semata-mata kekurangan program pemberdayaan, melainkan belum terintegrasinya ekosistem kebijakan. Intervensi pemerintah masih berpotensi tersebar pada pelatihan, perizinan, pembiayaan, digitalisasi, promosi, sertifikasi, dan pemasaran tanpa satu sistem yang menghubungkan pelaku usaha secara utuh mulai dari tahap ide, produksi, legalitas, digitalisasi, pembiayaan, pasar, kemitraan industri, hingga ekspor.

Kebutuhan terhadap pendampingan digital juga cukup besar. Dalam program *onboarding digital marketing* Bank Indonesia tahun 2025 terdapat 372 pendaftar yang kemudian direncanakan dikurasi menjadi 32 UMKM untuk mengikuti pelatihan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa kebutuhan pendampingan digital masih lebih besar dibandingkan kapasitas intervensi program yang tersedia.

Policy brief ini menggunakan pendekatan *problem tree*, *gap analysis*, dan analisis multikriteria kebijakan. Tiga alternatif yang dianalisis adalah: (1) mempertahankan dan memperkuat pola program sektoral; (2) membangun platform digital pemasaran; dan (3) membangun ekosistem terpadu **Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital**. Hasil analisis menunjukkan bahwa alternatif ketiga memberikan dampak paling besar karena mampu mengintegrasikan SDM, digitalisasi, hilirisasi, akses pasar, pembiayaan, kemitraan industri, dan ekspor.

Rekomendasi utama adalah Pemerintah Provinsi Jawa Timur mengembangkan **Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital sebagai orkestrator ekosistem**, bukan sekadar aplikasi. Sistem tersebut mengintegrasikan *single business profile*, kurasi produk, peningkatan kapasitas digital, pembiayaan, sertifikasi, perlindungan HKI, *digital marketing*, *business matching*, pengadaan pemerintah dan korporasi, *marketplace*, serta fasilitasi ekspor berbasis klaster komoditas unggulan kabupaten/kota.

2. PENDAHULUAN DAN LATAR BELAKANG

Jawa Timur memiliki modal ekonomi yang sangat kuat untuk mengambil peran sebagai **Gerbang Baru Nusantara**. Pertumbuhan ekonomi 2025 sebesar 5,33 persen menunjukkan bahwa fondasi ekonomi daerah relatif kuat. Industri pengolahan sebagai penyumbang 31,32

persen PDRB juga menyediakan basis permintaan yang besar bagi pengembangan industri pendukung dan UMKM.

Di sisi lain, transformasi ekonomi tidak cukup hanya diukur dari pertumbuhan PDRB. Tantangan strategis Jawa Timur adalah bagaimana memastikan pertumbuhan tersebut menciptakan **nilai tambah yang lebih besar di daerah, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan produktivitas UMKM, dan memperkuat daya saing produk lokal.**

Ekonomi kreatif mempunyai posisi penting dalam strategi tersebut karena menggabungkan kreativitas, budaya, teknologi, desain, pengetahuan, dan kewirausahaan. UU Nomor 24 Tahun 2019 menegaskan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah mempunyai tanggung jawab menciptakan dan mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif agar mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian dan meningkatkan daya saing global.

Sementara itu, PP Nomor 7 Tahun 2021 memberikan mandat kepada pemerintah pusat dan daerah untuk memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan UMKM, termasuk melalui pembinaan, fasilitas, inkubasi, dan penyediaan ruang promosi. Bahkan, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, dan badan usaha swasta diwajibkan menyediakan tempat promosi dan pengembangan usaha mikro dan kecil paling sedikit 30 persen pada area komersial/infrastruktur publik tertentu.

Dengan demikian, tantangan kebijakan Jawa Timur bukan lagi sekadar "**bagaimana UMKM menjadi digital?**", tetapi: **Bagaimana digitalisasi digunakan untuk menaikkan kelas UMKM dan ekonomi kreatif dari usaha berbasis lokal menjadi usaha yang terkoneksi dengan industri, rantai pasok, pasar nasional, dan pasar global?**

Tabel 1. Indikator Strategis yang Menunjukkan Peluang dan Tantangan

Indikator	Data terbaru	Makna Kebijakan
PDRB Jawa Timur 2025	Rp3.403,17 triliun	Basis ekonomi sangat besar untuk menciptakan pasar dan rantai nilai
Pertumbuhan ekonomi 2025	5,33%	Ekonomi tumbuh, tetapi perlu dikonversi menjadi produktivitas dan nilai tambah
Kontribusi industri pengolahan	31,32%	Tersedia <i>anchor industry</i> untuk kemitraan UMKM
Penduduk bekerja, Nov. 2025	24,03 juta orang	Besar potensi tenaga kerja dan pasar
Pekerja formal, Nov. 2025	38,18%	Masih diperlukan penciptaan pekerjaan produktif/formal
TPT, Nov. 2025	3,71%	Pengembangan usaha perlu diarahkan pada penciptaan pekerjaan
Industri manufaktur menengah/besar 2025	5.846 usaha	Potensi <i>off-taker</i> dan rantai pasok UMKM
Pendaftar program <i>onboarding</i> digital BI 2025	372 UMKM	Permintaan digitalisasi cukup tinggi
Rencana peserta hasil kurasi	32 UMKM	Menunjukkan perlunya model akselerasi yang lebih berskala

Sumber: BPS Provinsi Jawa Timur dan Bank Indonesia; diolah.

3. ANALISIS PERMASALAHAN

3.1 Diagnosis Masalah

Masalah inti yang dihadapi adalah **belum terbangunnya ekosistem terpadu yang menghubungkan ekonomi kreatif, UMKM, industri, teknologi digital, pembiayaan, dan**

pasar, sehingga digitalisasi belum optimal menghasilkan peningkatan skala usaha dan nilai tambah daerah.

Terdapat lima akar masalah utama.

Pertama, fragmentasi program. Program pemberdayaan UMKM dan ekonomi kreatif tersebar pada berbagai perangkat daerah dan lembaga. Pelatihan, sertifikasi, promosi, pembiayaan, digitalisasi, dan fasilitasi ekspor belum selalu disusun berdasarkan satu *business journey* pelaku usaha.

Kedua, digitalisasi masih cenderung berupa adopsi teknologi, bukan transformasi model bisnis. Penggunaan media sosial, QRIS, atau *marketplace* belum otomatis meningkatkan produktivitas dan omzet. Digitalisasi perlu diarahkan untuk memperbaiki proses bisnis, pemanfaatan data, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengembangan produk.

Ketiga, koneksi UMKM dengan industri besar masih lemah. Basis industri manufaktur Jawa Timur seharusnya dapat menjadi sumber permintaan bagi UMKM sebagai pemasok bahan, komponen, kemasan, jasa desain, teknologi, logistik, dan layanan kreatif. Namun, hubungan tersebut memerlukan mekanisme *matching* dan standardisasi yang terstruktur.

Keempat, keterbatasan kapasitas SDM. Transformasi digital membutuhkan kompetensi yang lebih luas daripada sekadar pemasaran digital, meliputi *data analytics*, branding, desain, AI, manajemen keuangan digital, keamanan siber, *e-commerce*, ekspor, dan pengembangan produk.

Kelima, belum optimalnya pemanfaatan data sebagai dasar intervensi. Data mengenai kondisi usaha, tenaga kerja, permodalan, penggunaan internet, distribusi, dan pemasaran telah tersedia. Tantangannya adalah mengubah data tersebut menjadi *business intelligence* untuk menentukan pelaku usaha yang membutuhkan intervensi, jenis intervensi yang tepat, serta mengukur efektivitas dan dampak kebijakan.

3.2 Gap Analysis

Analisis kesenjangan menunjukkan bahwa kondisi saat ini masih berbeda dengan kondisi yang diharapkan. Banyak program yang masih bersifat sektoral, sedangkan yang dibutuhkan adalah satu ekosistem layanan yang terintegrasi. Digitalisasi yang masih berorientasi pada media sosial dan *marketplace* perlu ditingkatkan menjadi transformasi model bisnis berbasis data. Pelatihan yang bersifat *event-based* perlu bergeser menjadi pendampingan berdasarkan *business journey*. Promosi produk perlu diarahkan menjadi akses pasar dan *off-taker*. UMKM individual perlu dihubungkan dengan industri besar, sementara data yang tersebar perlu diarahkan menuju *single business profile*.

Implikasinya, kebijakan baru tidak seharusnya sekadar menambah program secara parsial. Yang dibutuhkan adalah perubahan arsitektur intervensi dari pendekatan **program-oriented menuju ecosystem-oriented** dan dari **activity-based policy menuju outcome-based policy**.

4. ALTERNATIF KEBIJAKAN

Terdapat tiga alternatif kebijakan, yaitu :

Alternatif 1 – Memperkuat Program yang Ada. Pemerintah mempertahankan program sektoral dengan meningkatkan anggaran pelatihan, promosi, sertifikasi, pembiayaan, dan digitalisasi. Keunggulannya adalah relatif mudah dilaksanakan dan tidak membutuhkan perubahan kelembagaan besar. Namun, kelemahannya adalah risiko duplikasi program, fragmentasi intervensi, dan kesulitan mengukur dampak secara keseluruhan.

Alternatif 2 – Membangun Platform Digital UMKM dan Ekonomi Kreatif. Platform berfungsi sebagai katalog, sarana promosi, transaksi, dan informasi layanan. Alternatif ini dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Namun, terdapat risiko

platform hanya menjadi *marketplace* baru dan tidak menyelesaikan persoalan kualitas produk, SDM, pembiayaan, sertifikasi, dan koneksi industri.

Alternatif 3 – Membangun Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital. Alternatif ini membangun ekosistem terpadu yang menghubungkan **Talent → Produk → Legalitas → Digitalisasi → Pembiayaan → Industri → Pasar → Ekspor**. Platform digital hanya menjadi instrumen pendukung, sedangkan inti kebijakannya adalah orkestrasi ekosistem dan pendampingan berbasis hasil.

Berdasarkan analisis multikriteria dengan enam kriteria, yaitu dampak ekonomi, integrasi ekosistem, kelayakan implementasi, kecepatan hasil, inklusivitas daerah, dan keberlanjutan, alternatif 3 yaitu **Membangun Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital** memiliki score tertinggi karena paling mampu mengatasi akar masalah, bukan hanya gejalanya.

5. REKOMENDASI KEBIJAKAN

Pemerintah Provinsi Jawa Timur direkomendasikan membangun **Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital** sebagai kebijakan lintas sektor untuk mempercepat transformasi ekonomi kreatif, UMKM, dan industri berbasis digital serta memposisikannya sebagai **orkestrator ekosistem**, bukan sekadar aplikasi.

A. Membangun Single Business Profile

Setiap pelaku usaha yang mengikuti program pemerintah memiliki satu profil digital yang memuat identitas dan legalitas usaha, produk dan kapasitas produksi, sertifikasi, kebutuhan pembiayaan, kompetensi SDM, kesiapan digital, pasar yang dimiliki, potensi kemitraan, dan potensi ekspor. Profil ini menjadi dasar *targeting policy* sehingga intervensi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha dan tidak menggunakan pendekatan “satu program untuk semua”.

B. Digital Business Acceleration

Pelaku usaha dikelompokkan berdasarkan tingkat kematangan digital. **Level 1 Digital Starter** berfokus pada legalitas, QRIS, katalog digital, dan media sosial. **Level 2 Digital Growth** mencakup *e-commerce*, pemasaran digital, pembukuan digital, dan *customer analytics*. **Level 3 Digital Scale-Up** mencakup branding, AI, otomasi, *supply chain*, serta integrasi pembayaran dan data. **Level 4 Global Ready** diarahkan pada sertifikasi, standardisasi, kesiapan ekspor, *business matching*, dan pemasaran global. Dengan pendekatan ini, anggaran pemerintah diarahkan berdasarkan kebutuhan dan tingkat kematangan usaha, bukan sekadar jumlah peserta pelatihan.

C. Menghubungkan UMKM dengan Industri Besar

Basis 5.846 industri manufaktur menengah dan besar di Jawa Timur perlu dimanfaatkan melalui **Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital** Pemerintah berperan sebagai *matchmaker* yang mempertemukan kebutuhan industri besar dengan UMKM pemasok, dilanjutkan standardisasi, kontrak, dan peningkatan kapasitas. Keberhasilan tidak hanya diukur dari jumlah UMKM yang dilatih, tetapi dari jumlah UMKM yang memperoleh kontrak atau kemitraan baru.

D. Mengembangkan Klaster Ekonomi Kreatif dan UMKM Digital

Pengembangan klaster dilakukan berdasarkan keunggulan kabupaten/kota, seperti fesyen dan kriya, kuliner, kopi dan produk pertanian bernilai tambah, pariwisata dan *creative tourism*,

desain dan konten digital, animasi dan gim, produk halal, serta industri kreatif berbasis budaya. Model klaster memungkinkan promosi, pembiayaan, teknologi, desain, produksi, dan ekspor dilakukan secara kolektif sehingga biaya transaksi lebih rendah.

E. Membangun Jatim Digital Export Accelerator

Pelaku usaha potensial perlu diarahkan tidak berhenti pada *marketplace* domestik, tetapi menuju pasar ASEAN dan global. Prosesnya meliputi kurasi produk, peningkatan kualitas dan kemasan, sertifikasi, perlindungan HKI, *export readiness*, *business matching*, agregasi logistik, dan promosi digital internasional.

F. Mengubah Pola Pembiayaan

Pembiayaan perlu bergeser dari pola bantuan menuju **growth financing** berdasarkan tahapan pertumbuhan usaha, yaitu **Pre-start** → **Start-up** → **Growth** → **Scale-up** → **Export**. Pemerintah dapat berperan sebagai *de-risking institution* melalui kurasi, penjaminan sesuai kewenangan, subsidi biaya sertifikasi, serta *matching* dengan perbankan dan lembaga pembiayaan.

G. Menerapkan Outcome-Based Policy

Keberhasilan program tidak lagi terutama diukur dari jumlah pelatihan, peserta, sertifikat, dan kegiatan promosi. Pengukuran perlu beralih kepada pertumbuhan omzet, produktivitas, jumlah tenaga kerja baru, jumlah kontrak kemitraan, peningkatan transaksi digital, jumlah UMKM yang masuk rantai pasok industri, jumlah UMKM ekspor, nilai ekspor, *survival rate* usaha, dan peningkatan nilai tambah produk lokal.

6. ROADMAP IMPLEMENTASI 2026–2029

Implementasi dilakukan secara bertahap, terdiri dari :

Tahun 2026 difokuskan pada integrasi data dan desain ekosistem, dengan keluaran utama berupa *single business profile*, pemetaan program, dan pemetaan klaster.

Tahun 2027 diarahkan pada implementasi dan akselerasi melalui *digital accelerator*, *supplier matching*, dan *creative hub*.

Tahun 2028 berfokus pada *scale-up* dan ekspor melalui penguatan *off-taker*, ekspor, dan kemitraan industri.

Tahun 2029 diarahkan pada konsolidasi dan perluasan sehingga terbentuk ekosistem yang mandiri serta dapat direplikasi ke seluruh kabupaten/kota di Jawa Timur.

Kinerja kebijakan perlu dipantau melalui dashboard tahunan dengan pendekatan **Input** → **Process** → **Output** → **Outcome** → **Impact**. Sasaran akhirnya adalah meningkatnya jumlah UMKM dan pelaku ekonomi kreatif yang naik kelas, terhubung dengan industri, memasuki pasar digital, memperoleh pembiayaan produktif, serta mampu menembus pasar nasional dan global.

7. PENUTUP

Jawa Timur tidak kekurangan potensi ekonomi. Tantangan utamanya adalah mengubah potensi tersebut menjadi nilai tambah melalui orkestrasi kebijakan yang lebih terintegrasi. Pertumbuhan ekonomi sebesar 5,33 persen dan dominasi industri pengolahan sebesar 31,32

persen memberikan fondasi kuat untuk membangun konektivitas antara industri besar, UMKM, ekonomi kreatif, SDM, dan teknologi digital.

Karena itu, kebijakan pengembangan ekonomi kreatif dan UMKM perlu diarahkan pada perubahan paradigma: **dari pelatihan menuju pendampingan; dari digitalisasi menuju transformasi bisnis; dari promosi menuju transaksi; dari bantuan menuju investasi produktif; dari UMKM individual menuju klaster; dari pasar lokal menuju rantai pasok dan pasar global; dari program sektoral menuju ekosistem terpadu; serta dari orientasi output menuju outcome.**

Rekomendasi kunci kepada Gubernur Jawa Timur adalah menetapkan **Pusat Pengembangan Ekonomi Kreatif dan UMKM Berbasis Digital** sebagai orkestrator lintas perangkat daerah dan mitra strategis. Kebijakan ini diharapkan menjadikan digitalisasi sebagai instrumen untuk meningkatkan produktivitas, hilirisasi, konektivitas ekonomi, dan daya saing global.

Dengan kebijakan tersebut, konsep Jawa Timur sebagai **Gerbang Baru Nusantara** tidak hanya diwujudkan melalui fungsi konektivitas geografis dan perdagangan, tetapi juga berkembang menjadi gerbang bagi produk kreatif, talenta digital, UMKM unggulan, inovasi, dan industri bernilai tambah dari Jawa Timur menuju pasar nasional dan global.

Daftar Pustaka

Bank Indonesia. (2025). *Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Timur Februari 2025*. Bank Indonesia. [Laporan Perekonomian Jawa Timur Februari 2025](#)

Bank Indonesia. (2025). *Laporan Perekonomian Provinsi Jawa Timur Agustus 2025*. Bank Indonesia. [Laporan Perekonomian Jawa Timur Agustus 2025](#)

Bank Indonesia. (2025). *Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 3 Tahun 2025 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran*. [PADG Nomor 3 Tahun 2025](#)

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2025). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Jawa Timur 2023 dan 2024*. [Profil Industri Mikro dan Kecil Jawa Timur 2023–2024](#)

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2026). *PDRB harga berlaku Jawa Timur tahun 2025 mencapai Rp3.403,17 triliun dengan PDRB per kapita Rp80,86 juta*. [BPS Jawa Timur – PDRB 2025](#)

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2026). *Jumlah angkatan kerja di Jawa Timur pada November 2025 mencapai 24,96 juta orang*. [BPS Jawa Timur – Ketenagakerjaan November 2025](#)

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2025). *Direktori Industri Manufaktur Provinsi Jawa Timur 2025*. [Direktori Industri Manufaktur Jawa Timur 2025](#)

Pemerintah Republik Indonesia. (2019). *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif*. [UU Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif](#)

Pemerintah Republik Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. [PP Nomor 7 Tahun 2021](#)

Bank Indonesia. (2025). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. [Informasi resmi QRIS Bank Indonesia](#)