

**STUDI KELAYAKAN E-COMMERCE BAGI UMKM SEKTOR PERIKANAN:
MENJANGKAU PASAR DOMESTIK DAN INTERNASIONAL****Konteks Penelitian**

- Digitalisasi UMKM sektor perikanan merujuk pada pemanfaatan teknologi informasi dan platform e-commerce dalam mendukung produksi, distribusi, dan pemasaran hasil perikanan lokal.
- Digitalisasi menjadi strategi untuk menjembatani kesenjangan akses pasar, terutama di wilayah kepulauan seperti Maluku Utara yang memiliki potensi lestari perikanan sebesar 517.000 ton/tahun, namun baru dimanfaatkan sekitar 29%.
- Belum diketahui secara pasti bagaimana kesiapan digital dan kondisi internal UMKM perikanan berpengaruh terhadap keberhasilan digitalisasi, terutama dalam konteks ketimpangan wilayah dan kapasitas teknologi pelaku usaha mikro.

Ringkasan Temuan

- Studi ini menunjukkan bahwa UMKM perikanan di Maluku Utara memiliki potensi digitalisasi yang tinggi, tetapi menghadapi hambatan besar. Indeks kelayakan digitalisasi tercatat sebesar 67,6% (layak bersyarat). Sebanyak 78% pelaku masih menggunakan model bisnis tradisional, dan hanya 12% memahami fitur analitik e-commerce.
- Generasi muda (38%) menjadi kelompok paling adaptif terhadap teknologi. Namun, hanya 56% pelaku usaha memiliki akses internet stabil, dan terdapat 27 jenis produk olahan yang belum terdigitalisasi.
- Ketimpangan digital antara kawasan perkotaan dan kepulauan menghambat akses terhadap pelatihan dan ekosistem digital.
- Dukungan pemerintah pusat dalam bentuk alokasi Rp1,2 triliun untuk digitalisasi UMKM perlu diarahkan secara afirmatif kepada sektor perikanan di wilayah kepulauan.

Pengantar

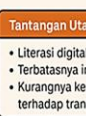
Digitalisasi UMKM sektor perikanan merupakan strategi krusial untuk menjawab tantangan distribusi, akses pasar, dan nilai tambah komoditas perikanan di wilayah kepulauan seperti Maluku Utara. Transformasi ini menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha, kesiapan infrastruktur, serta integrasi kebijakan pusat dan daerah. Skema digitalisasi dapat dipetakan dalam beberapa fase kesiapan: tradisional, transisi, adaptif, integratif, dan terdigitalisasi penuh. Penelitian ini menilai kesiapan tersebut berdasarkan variabel akses internet, pemahaman e-commerce, keberagaman produk, serta kapasitas pelaku usaha dan dukungan kelembagaan. Penelitian ini juga mengkaji temuan empiris sebelumnya (Janjovic dan Winkenbach (2020); Siddik *et al.* (2023); Zakaria & Satyawati (2023); Andriani *et al.* (2024); Irma *et al.*, 2024); Krismajayanti & Darma (2024))

Ringkasan Penelitian

Analisis sekunder dilakukan terhadap data 300 UMKM perikanan di lima kabupaten/kota Provinsi Maluku Utara (Ternate, Tidore, Halmahera Barat, Halmahera Selatan, dan Kepulauan Sula).

**Manfaat Adopsi E-Commerce**

- Peningkatan produktivitas
- Efisiensi distribusi
- Eksposur ke pasar global
- Peningkatan keuntungan

**Tantangan Utama Adopsi**

- Literasi digital rendah
- Terbatasnya infrastruktur
- Kurangnya kepercayaan terhadap transaksi daring

**Strategi Kunci Transformasi**

- Pendidikan dan pelatihan
- Pendampingan UMKM
- Kemitraan dengan platform

**Peningkatan Produktivitas
Perluasan Pasar**

Data dikumpulkan melalui survei lapangan dan observasi, mencakup aspek demografi pelaku usaha, kesiapan teknologi, literasi digital, jenis produk, serta hambatan dan peluang dalam digitalisasi. Evaluasi ini selaras dengan arahan kebijakan nasional mengenai transformasi digital UMKM Dalam Negeri dan mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara berimbang.

Temuan Penelitian

Studi ini menunjukkan bahwa indeks kelayakan digitalisasi e-commerce UMKM sektor perikanan berada pada angka 67,6% (kategori layak bersyarat). Sebanyak 38% pelaku usaha berusia 20–35 tahun, dengan potensi adaptasi teknologi tinggi. Namun, 78% masih menggunakan model bisnis tradisional dan hanya 12% yang memahami fitur strategis dalam platform digital. Ketimpangan terlihat dalam akses internet, di mana hanya 56% responden memiliki akses stabil. Terdapat 27 jenis produk olahan perikanan yang belum terdigitalisasi.

Meskipun anggaran nasional sebesar Rp1,2 triliun telah tersedia, alokasinya belum menjangkau secara merata sektor ini di wilayah kepulauan. Kondisi ini menegaskan pentingnya pendekatan yang responsif, kontekstual, serta kolaboratif lintas sektor dan lintas wilayah guna memastikan efektivitas intervensi.



Hasil analisis menunjukkan bahwa Kota Ternate paling siap dalam transformasi digital UMKM perikanan, diikuti Tidore Kepulauan yang kuat di aspek pasar. Halmahera Selatan dan Barat memiliki potensi pasar namun lemah di aspek teknis dan finansial. Kepulauan Sula menghadapi tantangan terbesar di semua aspek dan membutuhkan intervensi kebijakan afirmatif berbasis wilayah.

Wilayah	Aspek Pasar	Aspek Teknis-Operasional	Aspek Finansial	Rata-rata Skor Kelayakan	Kategori
Kota Ternate	82%	74%	68%	74,67%	Layak
Kepulauan Tidore	78%	68%	68%	70,00%	Layak
Halmahera Selatan	76%	61%	66%	68,33%	Layak
Halmahera Barat	71%	58%	55%	61,33%	Layak
Kepulauan Sula	63%	59%	46%	56,00%	Cukup Layak

Analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan pesat pasar e-commerce produk perikanan, baik di tingkat nasional maupun internasional, membuka peluang strategis bagi UMKM perikanan Maluku Utara untuk memperluas jangkauan pasarnya secara signifikan. Di tingkat domestik, permintaan tumbuh 22% per tahun, terutama dari konsumen urban yang sadar kesehatan dan pelaku kuliner yang membutuhkan produk laut berkualitas tinggi dan berstandar higienis. Di kawasan regional ASEAN, pertumbuhan ekspor sebesar 15% per tahun didorong oleh meningkatnya akses logistik laut langsung ke negara-negara seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand, serta tingginya preferensi pasar terhadap produk laut tropis seperti tuna, gurita, dan rumput laut kering. Selain itu, diaspora yang tersebar di kota-kota besar dunia seperti Jakarta, Manado, hingga Australia dan Belanda, menciptakan ceruk pasar premium untuk produk tradisional seperti ikan asap dan sambal roa. Namun, untuk dapat bersaing secara efektif di pasar internasional, UMKM perikanan Maluku Utara perlu meningkatkan kapasitas produksi, menjamin kontinuitas pasokan, serta memenuhi standar mutu dan sertifikasi ekspor seperti HACCP, GMP, dan traceability. Strategi diversifikasi produk sesuai segmen konsumen, digitalisasi proses pemasaran dan distribusi, serta penguatan rantai logistik dingin dari titik pendaratan hingga konsumen akhir menjadi kunci agar UMKM lokal mampu terintegrasi ke dalam ekosistem e-commerce dan perdagangan global secara berkelanjutan.

Rekomendasi Kebijakan

1. Kembangkan Pusat Inovasi Digital Sektor Perikanan di kawasan kota (Ternate, Tidore) untuk pelatihan dan inkubasi bisnis digital.
2. Fasilitasi pembiayaan berbasis komunitas dan insentif fiskal bagi UMKM yang mengadopsi teknologi e-commerce.
3. Integrasikan e-commerce lokal dengan sistem logistik berbasis pelabuhan dan desa pesisir.
4. Terapkan regulatory sandbox untuk uji coba teknologi baru di sektor perikanan (mis. blockchain, smart contract logistik).
5. Bangun sistem monitoring dan evaluasi partisipatif yang melibatkan pemerintah daerah, akademisi, swasta, dan pelaku UMKM.

References

1. Badan Pusat Statistik. (2024). Maluku Utara Dalam Angka 2024.
2. Irma, J., Chong, T., & Ram, J. (2024). Empirically examining barriers to e-business adoption in SMEs in Indonesia. The Electronic Journal of Information Systems. Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/j.16814835.2016.tb00518.x>
3. Janjevic, M., & Winkenbach, M. (2020). Characterizing urban last-mile distribution strategies in mature and emerging e-commerce markets. Transportation Research Part A: Policy and Practice. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0965856419301065>
4. Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2024). Rencana Strategis Transformasi Digital UMKM 2024–2029. Jakarta: Kemenkop UKM.
5. Krismajayanti, N. P. A., & Darma, G. S. (2024). Drivers, Barriers, and Key Success of Digital Transformation on SMEs: A Systematic Literature Review. JASF: Journal of Accounting, Strategy and Finance. Retrieved from <https://iasf.upnjatim.ac.id/index.php/iasf/article/download/505/88>
6. Laporan Akhir Studi Kelayakan E-Commerce UMKM Sektor Perikanan di Provinsi Maluku Utara (Mei 2025).
7. Siddik, A. B., Abbas, S. K., & Hamayun, M. (2023). Impact of E-Commerce and Digital Marketing Adoption On The Financial And Sustainability Performance Of MSMEs During the COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. Sustainability. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/2/1594>



Naskah policy brief ini disusun oleh **Muhammad Asril Arilaha** (ketua tim riset), bersama anggota tim riset **Pusat Studi Kebaharian Universitas Khairun**. Kajian transformasi digital melalui e-commerce terhadap UMKM sektor perikanan di Provinsi Maluku Utara ini dilaksanakan bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Maluku Utara. Untuk informasi lebih lanjut, dapat menghubungi: **Pusat Studi Kebaharian Universitas Khairun**.

Cara Pengutipan

Mohon cantumkan referensi dokumen ini sebagai berikut:

Arilaha, M.A., Kadir, I.A., Husen, Z., Kaidati, B., Suryani, (2025). *Studi Kelayakan Digitalisasi E-Commerce pada UMKM Sektor Perikanan: Menjangkau Pasar Domestik dan Internasional*. Laporan Penelitian. Pusat Studi Kebaharian Universitas Khairun.

Ucapan Terima Kasih dan Pendanaan:

Policy brief ini merupakan bagian dari hasil riset independen yang didanai melalui **Skema Penelitian Kerjasama Tahun 2025**, yang diselenggarakan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah, Pemerintah Provinsi Maluku Utara. Seluruh pandangan dan opini yang diungkapkan dalam naskah ini sepenuhnya merupakan tanggung jawab penulis dan tidak mencerminkan kebijakan resmi dari Kementerian, lembaga afiliasi, atau instansi pendanaan terkait.

****MAJU BERSAMA DENGAN ILMU****



**BADAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN DAERAH
PROVINSI MALUKU UTARA**

**PUSAT STUDI KEBAHARIAN
UNIVERSITAS KHAIRUN
TERNATE**

