

MENDORONG PERTUMBUHAN UMKM MELALUI PLATFORM DIGITAL

¹Baenil Huda, ²Tukino

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Buana Perjuangan Karawang
baenil88@ubpkarawang.ac.id, tukino@ubpkarawang.ac.id^{1,2}

ABSTRAK

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi fokus utama dalam upaya meningkatkan ekonomi lokal dan nasional. Di era digital yang terus berkembang, transformasi digital menjadi kunci penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Artikel ini mengulas peran penting platform digital dalam mengakselerasi pertumbuhan UMKM dengan menjelajahi cara-cara di mana transformasi digital melalui platform-platform ini dapat memberikan manfaat signifikan. Artikel ini juga membahas tantangan yang mungkin timbul selama proses transformasi digital UMKM dan merumuskan solusi potensial untuk mengatasi hambatan tersebut. Melalui wawasan holistik ini, artikel ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana platform digital memiliki potensi untuk meningkatkan kinerja, ekspansi pasar, dan keberlanjutan UMKM di era yang didorong oleh teknologi.

Kata kunci: Pertumbuhan UMKM, Platform Digital, Keberlanjutan Bisnis.

PENDAHULUAN

Pandemi telah menimbulkan atmosfer penuh ketegangan dan kecemasan di kalangan pekerja yang berada dalam lingkungan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di negara-negara berkembang (Jalil et al., 2023). Sudah menjadi konteks dalam literatur bahwa strategi pemasaran dalam konteks kewirausahaan merupakan faktor sentral yang mendukung dan mempertahankan kelangsungan hidup UKM (Al-Shaikh & Hanaysha, 2023). Dengan demikian, beberapa proposisi telah diusulkan dengan merujuk pada penelitian yang telah dianalisis sebagai fondasi untuk penelitian empiris yang akan datang, bertujuan untuk menguji dampak dimensi pemasaran dalam ranah kewirausahaan terhadap pembinaan bisnis UKM.

Kelompok UKM, dikenal sebagai motor inovasi utama, dianggap sebagai instrumen yang tak tergantikan dalam mempromosikan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan memperkuat

potensi inovasi secara menyeluruh (Li & Pang, 2023). UKM memainkan peran sentral dalam mengembangkan infrastruktur ekonomi di banyak negara (Babu & Yadav, 2023). Tidak hanya itu, penetrasi keuangan digital juga telah mengatasi batasan dalam batasan bagi UKM yang memiliki aset terbatas, model bisnis yang menonjol, dan laju pertumbuhan yang pesat. Oleh karena itu, melalui jalur ini, UKM dapat memperoleh dukungan keuangan secara informal, mengatasi hambatan pendanaan yang ada (Feng et al., 2023).

Melalui manajemen yang cermat terhadap UKM, diharapkan akan mampu meningkatkan aktivitas ekonomi di wilayah pedesaan sesuai dengan permintaan masyarakat, dengan akibatnya berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat (Simatupang, 2022). Dalam persaingan dengan berbagai kelompok usaha, UMKM memiliki peranan yang sangat penting, baik dari segi kualitas, harga, maupun layanan. Mengingat cakupan skala yang lebih kecil dari UMKM, inovasi dalam semua aspek ini menjadi suatu keharusan (Salam & Huda, 2023).

Namun demikian, potensi besar ini masih belum sepenuhnya dimanfaatkan, mengingat sebagian besar data dan aplikasi inovatif masih terisolasi dalam sektor industri masing-masing. Akan tetapi, baik dalam kalangan akademisi maupun praktisi, platform industri digital dianggap sebagai langkah fundamental selanjutnya dalam evolusi transformasi digital yang lebih matang (Madanaguli et al., 2023). Riset yang telah ada menunjukkan bahwa platform digital memiliki perbedaan mendasar dari konvensi bisnis, karena lebih menitikberatkan pada penciptaan nilai melalui hubungan berbagai entitas pelaku daripada hanya berfokus pada produksi dan penjualan barang atau jasa itu sendiri (Wen, 2023). Mengembangkan ulang platform digital B2B menjadi salah satu bidang teknologi yang sangat diminati (Caporuscio et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis deskriptif dan literatur telaah untuk menginvestigasi bagaimana penggunaan platform digital berperan dan berdampak pada perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Proses awal melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber literatur, termasuk jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan publikasi terkait. Data yang terhimpun kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola, peluang, hambatan, serta perubahan digital yang dialami oleh UMKM. Tahapan-tahapan penelitian diuraikan dalam urutan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penetapan melakukan Teoritis: Membentuk dasar kontekstual untuk penelitian dengan penyembunyian literatur terkait pandemi dan dampaknya pada UKM, strategi pemasaran kewirausahaan, peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan keuangan digital dalam mendukung UKM. Penelitian literatur akan membentuk dasar proposisi-proposisi yang akan dibutuhkan.
2. Hipotesis Perumusan: Berdasarkan pemahaman literatur, merumuskan hipotesis yang menghubungkan dimensi kewirausahaan dengan keberlanjutan bisnis UKM di tengah pandemi. Misalnya, hipotesis mengenai pengaruh strategi pemasaran kewirausahaan terhadap peningkatan kinerja UKM.
3. Pemilihan Sampel dan Pengumpulan Data: Menentukan sampel dari UKM di negara berkembang yang mengalami pandemi. Gunakan metode survei atau wawancara untuk mengumpulkan data tentang praktik kewirausahaan pemasaran yang diterapkan oleh UKM dan dampaknya pada keberlanjutan bisnis.
4. Analisis Data: Menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan. Menganalisis korelasi antara dimensi pemasaran kewirausahaan dan faktor keberlanjutan bisnis seperti pertumbuhan, profitabilitas, dan adaptabilitas di masa pandemi.
5. Hasil Interpretasi: Menginterpretasikan hasil analisis data untuk mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara strategi pemasaran kewirausahaan dan keberlanjutan bisnis UKM. Mengkaji mengungkapkan temuan ini dalam konteks mendukung pertumbuhan UKM di tengah gerak.
6. Diskusi dan Kesimpulan: Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi, menemukan temuan penelitian dengan membandingkannya dengan literatur yang ada. Menguraikan kontribusi penelitian ini terhadap pemahaman tentang bagaimana dimensi pemasaran kewirausahaan dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis UKM di masa pandemi.
7. Rekomendasi dan Implikasi: Mengemukakan rekomendasi praktis bagi pelaku UKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan terkait tentang bagaimana meningkatkan strategi pemasaran dalam kerangka mendukung keberlanjutan bisnis di tengah ledakan pandemi.
8. Keterbatasan Penelitian dan Bidang Masa Depan: Kemiskinan metodologi dan area yang belum tercakup dalam penelitian ini. Menyarankan bidang-bidang penelitian lebih lanjut yang dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran kewirausahaan dalam keberlanjutan bisnis UKM.

9. Penulisan Laporan Penelitian: Menyusun laporan penelitian dengan memasukkan seluruh tahapan penelitian, temuan, interpretasi, rekomendasi, dan diskusi tentang implisit hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian.

1. Hasil Analisis Deskriptif Sastra: Dari analisis deskriptif terhadap berbagai sumber literatur, ditemukan sejumlah temuan yang menggambarkan peran dan dampak penggunaan platform digital dalam pengembangan UMKM.
2. Peningkatan Akses Pasar: UMKM yang mengadopsi platform digital memiliki akses lebih luas ke pasar global melalui e-commerce dan media sosial. Mereka dapat menjangkau konsumen potensial di berbagai lokasi geografis tanpa dibatasi oleh batasan fisik.
3. Efisiensi Operasional: Penggunaan platform digital memungkinkan UMKM untuk mengotomatisasi proses bisnis seperti manajemen inventaris, transaksi pembayaran, dan pemrosesan pesanan. Ini menghasilkan efisiensi dalam operasi sehari-hari.
4. Promosi dan Branding: Platform digital memfasilitasi promosi produk dan metode pencitraan merek dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional. UMKM dapat memanfaatkan media sosial dan iklan online untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek.
5. Interaksi Pelanggan: UMKM dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui platform digital, memberikan kesempatan untuk mendapatkan umpan balik, tanggapan cepat, dan memahami preferensi konsumen secara lebih baik.

Pembahasan Temuan:

Penggunaan platform digital telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan UMKM dalam berbagai aspek. Dalam era globalisasi dan transformasi digital, kehadiran online menjadi esensial bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang. Hasil analisis menunjukkan bahwa platform digital telah merombak cara UMKM beroperasi dan berinteraksi dengan lingkungan bisnis.

Peningkatan akses pasar melalui platform digital telah menghapus hambatan geografis dan memungkinkan UMKM untuk berpartisipasi dalam persaingan global. Namun, perlu diakui bahwa tantangan seperti logistik internasional dan persaingan yang lebih ketat juga muncul dalam skenario ini.

Efisiensi operasional yang dihasilkan dari otomatisasi proses bisnis memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Namun, pengadopsian teknologi ini dapat memerlukan investasi awal yang signifikan dan pelatihan bagi pemilik usaha dan karyawan.

Sementara promosi melalui platform digital memiliki potensi besar, keberhasilannya bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang pasar sasaran dan kreativitas dalam merancang konten yang menarik.

Interaksi langsung dengan pelanggan melalui platform digital memperkuat ikatan antara UMKM dan konsumen, yang dapat mengarah pada pelayanan yang lebih baik dan inovasi produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penggunaan platform digital telah membawa dampak positif yang signifikan dalam pengembangan UMKM. Meskipun memberikan berbagai peluang, penggunaan teknologi ini juga menantang UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan dan bersaing secara efektif dalam lingkungan bisnis yang semakin digital. Dengan memahami manfaat dan menantang yang terkait dengan penggunaan platform digital, UMKM dapat merumuskan strategi yang lebih baik untuk mengoptimalkan potensi yang ditawarkan oleh transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Shaikh, M. E., & Hanaysha, J. R. (2023). A conceptual review on entrepreneurial marketing and business sustainability in small and medium enterprises. *World Development Sustainability*, 2(May 2022), 100039. <https://doi.org/10.1016/j.wds.2022.100039>
- Babu, H., & Yadav, S. (2023). A Supply Chain Risk Assessment Index for Small and Medium Enterprises in Post COVID-19 Era. *Supply Chain Analytics*, 3(June), 100023. <https://doi.org/10.1016/j.sca.2023.100023>
- Caporuscio, A., Schiavone, F., Bernhard, F., & Escobar, O. (2023). The role of B2B digital platforms for managing future worldwide crisis. A strategic sensitivity framework for exploiting the breakthrough technological innovations. *Technological Forecasting and Social Change*, 194(June), 122741. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122741>
- Chwiłkowska-Kubala, A., Cyfert, S., Malewska, K., Mierzejewska, K., & Szumowski, W. (2023). The impact of resources on digital transformation in energy sector companies . The role of readiness for digital transformation. *Technology in Society*, 74(June). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102315>
- Feng, Y., Meng, M., & Li, G. (2023). Impact of digital finance on the asset allocation of small- and medium-sized enterprises in China: Mediating role of financing constraints. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(3), 100405. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100405>
- Filipe, L., Oliveira, A., & Rodrigues, H. (2023). Technology management has a significant impact on digital transformation in the banking sector ☆. *International Review of Economics and Finance*, 88(June), 1375–1388. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.07.040>
- Jalil, M. F., Tariq, B., Zaheer, M. A., & Ahmed, Z. (2023). Responses to COVID-19, small and

- medium enterprises' corporate social responsibility and psychological capital of employees: From the mediating perspective of affective commitment. *Heliyon*, 9(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15004>
- Li, W., & Pang, W. (2023). Digital inclusive finance, financial mismatch and the innovation capacity of small and medium-sized enterprises: Evidence from Chinese listed companies. *Heliyon*, 9(2), e13792. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13792>
- Madanaguli, A., Parida, V., Sjödin, D., & Oghazi, P. (2023). Literature review on industrial digital platforms: A business model perspective and suggestions for future research. *Technological Forecasting and Social Change*, 194(May 2022). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122606>
- Pingkuo, L. (2023). Can digital transformation enable the energy enterprises to achieve high-quality development?: An empirical analysis from China. *Energy Reports*, 10, 1182–1197. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2023.07.059>
- Salam, B., & Huda, B. (2023). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Digitalisasi Umkm Menuju Masyarakat Mandiri. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 12–24.
- Simatupang, M. (2022). E-ISSN : 2798-2580 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian (KNPP) Ke-2*, 1299–1309.
- Wen, Y. (2023). Rightful resistance: How do digital platforms achieve policy change? *Technology in Society*, 74(October 2022), 102266. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102266>