

Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digital

Alfiyyah Zhahirah¹, Septiani Putri Wibowo², Ananda Ramadhani³,
M. Rizky Randa Pratama⁴, Maya Panorama⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Raden Fatah Palembang

e-mail: anandaramadhani342@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peluang dan tantangan usaha mikro kecil dan menengah di era digital. Pembangunan perekonomian di Indonesia didorong oleh beberapa sektor, dimana sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting. Meskipun usaha mikro, kecil, dan menengah telah membuktikan perannya dalam perekonomian nasional, namun masih banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM. Hambatan dan kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan usahanya sangatlah kompleks dan mencakup banyak aspek yang berbeda-beda, yang masing-masing aspek tersebut saling bergantung satu sama lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peluang dan tantangan apa saja yang akan dialami oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif literatur (library research). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesatnya perkembangan teknologi digital selain memberikan tantangan bagi dunia usaha juga memberikan peluang dan potensi besar untuk meningkatkan perekonomian dan dunia usaha. Teknologi menjadi peluang bagi para pengusaha UMKM untuk berbisnis dengan mudah dan murah. Tuntutan era digital membuat UMKM harus mampu memanfaatkan pasar domestik dan internasional. Di sisi lain, UMKM dapat didorong dengan beberapa kebijakan baik dari pemerintah maupun dari UMKM itu sendiri.

Kata kunci: *Ekonomi Pembangunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Digital*

Abstract

The aim of this research is to determine the opportunities and challenges of micro, small and medium enterprises in the digital era. Economic development in Indonesia is driven by several sectors, where the micro, small and medium enterprise sector plays a very important role. Even though micro, small and medium enterprises have proven their role in the national economy, UMKM still face many obstacles. The obstacles and constraints faced by UMKM players in improving their business capabilities are very complex and include many different aspects, each of which is interdependent on the others. The aim of this research is to find out what opportunities and challenges will be experienced by Micro, Small and Medium Enterprises in the digital era. This research uses qualitative literature methods (library research). The research results show that the rapid development of digital technology, apart from providing challenges for the business world, also provides great opportunities and potential to improve the economy and business world. Technology is an opportunity for UMKM entrepreneurs to do business easily and cheaply. The demands of the digital era mean that UMKM must be able to take advantage of domestic and international markets. On the other hand, MSMEs can be encouraged with several policies both from the government and from the UMKM themselves.

Keywords : *Economic Development, Micro Small and Medium Enterprises, Digital*

PENDAHULUAN

UMKM merupakan hal yang sangat penting bagi perekonomian negara, karena hanya mereka yang dinilai mampu bertahan dari gempuran persaingan dagang dan krisis perekonomian negara. Pembangunan perekonomian di Indonesia didorong oleh beberapa sektor, dimana sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting. Meskipun UMKM dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian, namun sayangnya masih terdapat permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku usaha UMKM. Sektor UMKM dapat bertahan dari krisis ekonomi, dengan cara mendongkrak pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun usaha mikro, kecil, dan menengah telah membuktikan perannya dalam perekonomian nasional, namun masih banyak kendala yang dihadapi. Pada hakikatnya, hambatan dan kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan usahanya sangatlah kompleks dan mencakup banyak aspek yang berbeda-beda, yang masing-masing aspek tersebut saling bergantung satu sama lain.

Di era digital saat ini, pelaku usaha UMKM memerlukan teknologi informasi yang tepat untuk dapat tumbuh dan bersaing di era digital ini. Sulitnya pelaku usaha UMKM mendapatkan solusi IT yang sesuai karena tidak memiliki tim sumber daya manusia khususnya yang ahli di bidang teknologi informasi. Hambatan lainnya adalah beragamnya produk teknologi yang membuat pelaku UMKM bingung dalam memilih solusi yang tepat. Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu dibimbing dalam memilih teknologi informasi yang tepat berdasarkan jenis usaha dan kebutuhannya, serta perlu memahami cara menggunakan pemasaran digital yang benar agar konsumen dapat mengetahui apa saja yang dijual oleh para pelaku UMKM dan kemudian para pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan produk yang mereka pasarkan atau jual.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif literatur (library research). Sumber data pada penelitian ini berasal dari artikel, jurnal ilmiah, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti, yang dimana pada penelitian ini akan membahas tentang permasalahan yang akan dihadapi oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), serta peluang yang tersedia pada era digital saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Pemasaran Digital Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Perkembangan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan online. Maraknya teknologi digital telah menggeser pemasaran yang tadinya dilakukan secara tradisional, kini beralih ke digital dengan memanfaatkan media sosial, aplikasi, dan website untuk memasarkan produknya. Memanfaatkan media online atau media sosial menjadi pilihan yang tepat dan akurat bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha yang dijalankannya. Kemudahan dalam mengakses internet, dapat memberikan manfaat besar serta, dan juga para pelaku UMKM tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk menyewa toko, lapak, ataupun bangunan yang biasa digunakan dalam memasarkan produk di pasar. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan utama mengapa para pelaku UMKM dapat memilih media online sebagai solusi atau untuk memperluas jangkauan dalam mengembangkan usahanya.

Para pelaku UMKM harus merespon cepat atau cepat tanggap di era ekonomi digital dengan mengembangkan usahanya. Media online atau media sosial berpotensi sangat membantu bagi para pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan jasanya, karena dapat menjangkau wilayah yang luas dengan biaya yang hemat. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat melakukan kegiatan pemasaran seperti memperkenalkan produk atau mempromosikan produk, menjalin komunikasi dengan konsumen dan calon pelanggan konsumen, dan serta memperluas jaringan bisnis.

Aplikasi Jejaring sosial yang banyak dipilih oleh para pelaku UMKM untuk memasarkan atau mempromosikan produk bisnisnya adalah Facebook, Email, situs belanja, Twitter, website pribadi, Tiktok, Instagram dan aplikasi belanja online. Mereka bisa memulainya dengan memposting foto atau membuat video yang menarik dan kreatif terkait dengan produk yang akan

dipasarkan secara detail melalui jejaring sosial, seperti Tiktok, Facebook, Twitter, Instagram, dan media sosial lainnya yang bisa untuk mempromosikan suatu produk atau barang kepada konsumen. Metode ini cukup kuat dan efektif serta dapat membantu mengurangi biaya. Pelaku UMKM juga tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk mempromosikan produknya, melainkan hanya harus terus memikirkan ide-ide kreatif yang akan membuat konsumen tertarik untuk melihat produknya di media online.

Teknik pemasaran melalui jejaring sosial juga dinilai lebih tepat sasaran dan lebih dekat dengan konsumen karena seringkali pengguna jejaring sosial memberikan respons yang lebih cepat, seperti mengklik, menyukai, atau tidak menyukai suatu produk. Oleh karena itu, reaksi-reaksi tersebut dapat direspon lebih cepat oleh para pelaku UMKM. Dan juga respon dari konsumen baik itu respon positif atau negative itu sangat diperlukan bagi pelaku UMKM untuk menjadi bahan evaluasi dari produk atau barang yang diproduksi dan dipasarkan. Pengaruh jejaring sosial juga dikatakan sangat dahsyat karena dapat menyebarkan informasi produk dari satu pengguna jejaring sosial ke pengguna jejaring sosial lainnya dengan lebih cepat.

Penggunaan media sosial memang sangat populer, namun harus diingat bahwa isi sebuah akun tidak selalu dihargai jika terus dijual. Alangkah baiknya jika audiens mendapatkan satu atau dua hal selain iklan produk, seperti tips membuat sesuatu. Iklan digital melalui media sosial sebenarnya merupakan hal yang baik. Namun, jejaring sosial tersebut masih belum bisa menerima pembayaran dan melacak jejak pembeli.

Selain melalui media sosial, para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya lewat aplikasi belanja online seperti shopee, tokopedia, bukalapak, dan masih banyak lagi. Pemasaran melalui aplikasi ini hampir sama dengan pemasaran melalui media sosial, perbedaannya hanya pada sistemnya saja, aplikasi belanja online lebih menjamin keamanan dalam bertransaksi dengan membuat aturan pengembalian dana jika barang yang diterima memiliki kecacatan atau barang yang diterima berbeda dengan yang dibeli dan memberikan verifikasi pada produk original agar pembeli bisa percaya pada toko tersebut, sedangkan pada media sosial lebih rawan terjadi penipuan karena orang bisa dengan mudah membuat akun media sosial dan mengedit profilnya agar terlihat seperti profesional.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa digital/teknologi merupakan peluang bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk berbisnis dengan mudah dan murah. Tuntutan era digital membuat pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus mampu memanfaatkan pasar digital. Tidak adanya batasan geografis memberikan peluang besar untuk menciptakan pasar yang lebih luas.

Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digital Transformasi Digital

Transformasi Digital yang semakin maju dan canggih membawa banyak manfaat bagi perkembangan dunia bisnis saat ini. Teknologi dapat menghemat waktu, tenaga, dan biaya dengan hasil yang optimal. Namun, transformasi ini dapat menimbulkan tantangan besar jika bisnis yang diatur tidak dapat mengimbangnya.

Selain itu, ketakutan untuk mengubah kebiasaan lama akan meningkatkan kekhawatiran jika transformasi yang dicapai tidak sesuai harapan atau gagal. Sebuah bisnis harus mampu beradaptasi dengan teknologi yang terus berkembang. Pemilik bisnis perlu terus meneliti dan belajar. Ini mungkin terdengar membutuhkan waktu dan usaha, namun jika berhasil, hal ini justru akan membuat menjalankan bisnis menjadi lebih mudah.

Kecepatan

Sama seperti teknologi yang mengharuskan pemilik bisnis untuk beradaptasi, masyarakat saat ini juga membutuhkan produk dan layanan yang cepat dan nyaman. Dan jika keinginan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh pemilik usaha, maka konsekuensinya lambat laun usaha tersebut akan ditinggalkan oleh konsumen. Pemilik bisnis dapat mengatasi masalah ini dengan berkolaborasi dengan teknologi yang tersedia saat ini. Bisnis yang dipadukan dengan teknologi bisa maju lebih cepat karena mengikuti perkembangan pasar. Salah satu penerapan teknologi ini

adalah otomatisasi manajemen sumber daya Perusahaan, seperti penggunaan aplikasi berbasis cloud untuk mengelola karyawan, aplikasi keuangan bahkan aplikasi penyimpanan.

Sumber Daya Manusia

Teknologi sudah diterapkan dalam dunia usaha, namun masih ada beberapa hal yang harus dilakukan, yaitu menjadikan sumber daya manusia yang direkrut juga bisa beradaptasi dan dapat memanfaatkannya dengan kreatif dalam menggunakan teknologi. Jangan biarkan biaya besar untuk memperbarui teknologi tidak optimal karena orang-orang yang terlibat tidak dapat menggunakannya dan tidak bisa memanfaatkannya dengan baik dan benar.

Jika pelaku usaha ingin beroperasi secara profesional dan berkembang, ia perlu merekrut orang yang mempunyai kinerja yang berkualitas dan bermanfaat bagi usaha itu sendiri. Selain itu, pemilik usaha juga perlu secara berkala melatih dan meningkatkan pengetahuan untuk beradaptasi dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, agar dapat menggunakannya dengan baik dan benar sesuai dengan perkembangan teknologi.

Masyarakat Yang Senantiasa Berubah

Selain ingin segala sesuatunya serba cepat dan praktis, tantangan masyarakat saat ini adalah karena terus berkembang, baik dari segi selera, keinginan, dan kebutuhan. Masyarakat saat ini mudah bosan pada satu hal saja dan memiliki keinginan yang cukup kompleks dan banyak. Sehingga mereka juga lebih pintar dalam memilih produk mana yang cocok untuk mereka, dan mana yang tidak.

Hal ini menjadi tantangan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) karena menuntut pemilik usaha untuk lebih sering berpikir kreatif dan berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan. Pemilik usaha juga dituntut berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang unik dan tidak biasa. Namun tantangan ini sebenarnya bisa bermanfaat di masa depan. Upaya pemilik usaha untuk terus berinovasi akan menambah pengetahuan terhadap pasar dan produk. Dan tentunya dapat menghasilkan keuntungan maksimal sebesar kedepannya.

Persaingan Semakin Tinggi

Sekali lagi, teknologi mempunyai pengaruh di sini. Teknologi canggih mempunyai kemampuan untuk mengintegrasikan saluran bisnis sehingga dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Memang benar, sebuah usaha dapat berkolaborasi atau bekerja sama dengan usaha lain di mana pun, di dunia. Dan tentunya, suatu usaha juga mempunyai persaingan dengan banyak usaha lain di belahan dunia lainnya.

Jika tidak dibarengi dengan inovasi yang terus menerus maka usaha tersebut akan tertinggal jauh dari para pesaingnya. Selain itu, tantangan umum lainnya ketika menghadapi lawan adalah bagaimana berkompetisi secara sehat. Karena pada dasarnya berpikir secara kreatif dan inovatif itu sangat penting untuk dilakukan demi memajukan pemasaran yang kita buat. Jika dapat bersaing secara sehat maka akan tercipta lingkungan bisnis yang baik.

SIMPULAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dimiliki oleh perorangan untuk membangun perekonomian di Indonesia dan juga kelangsungan hidup masyarakat. Sekarang perkembangan teknologi di Indonesia sangat pesat, terutama di bidang digitalisasi. Dengan adanya perkembangan teknologi digitalisasi ini para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memanfaatkan teknologi digital tersebut untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang mereka buat untuk mendapatkan konsumen dan membuat produk mereka menjadi laku serta mendapatkan untung.

Dengan berbisnis menggunakan digital ini dapat membuat Masyarakat atau para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ini berfikir kreatif dan inovatif. Mengapa demikian, karena dalam memasarkan atau mempromosikan suatu produk secara digital itu membutuhkan pemikiran yang kreatif, contohnya dengan membuat foto produk atau membuat video produk secara kreatif dan membuat konsumen tertarik untuk membelinya guna untuk mempromosikan produk tersebut

ke dunia maya. Mempromosikan suatu produk di sosial media bisa di Facebook, Tiktok, Instagram, dan sosial media lainnya yang bisa untuk memasarkan suatu produk.

Dengan adanya pemasaran produk secara digital ini, juga dapat memberikan peluang yang besar bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini, dan juga dapat memanfaatkannya dengan baik dan benar. Selain memberikan peluang, pemasaran secara digital ini juga dapat memberikan tantangan bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam mempertahankan suatu produk yang mereka buat agar produknya tidak kalah saing dengan pelaku usaha lainnya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Tindakan Ekspresif yang digunakan guru dalam proses belajar mengajar ditemukan enam jenis tindakan yang digunakan oleh guru TK Tunas Mekar. Enam jenis tindakan ekspresif tersebut diklasifikasikan berdasarkan maksudnya yaitu terima kasih, menyambut atau salam, permintaan maaf, bersimpati, marah, memuji.

DAFTAR PUSTAKA

- Kholidah Nur, Miftahur Rahman Hakim. 2018. Peluang Dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Pengembangan Sumberdaya Wilayah Pantura Dalam Rangka Penguatan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0 Pekalongan*. 2018 : 82-84.
- Sari, R., Sayadi, H., & Komariah, S. (2021). SOSOALISASI TANTANGAN USAHA KECIL DI ERA DIGITAL PADA PELAKU USAHA KECIL DI KELURAHAN KENTEN PALEMBANG. *Suluh Abdi*, 3(2), 76-80.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Sundari, C. (2019). Revolusi industri 4.0 merupakan peluang dan tantangan bisnis bagi generasi milenial di Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019*.
- Japar, A. W., Immanuel, D., Saputra, I., Andreanus, S., & Surya, V. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Belanja Online Pada Masyarakat Indonesia. *Indonesian Business Review*, 2(2), 374-399.
- Khasanah, F. N., Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., & Raharja, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51-62.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 125-130.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Amaria, H., ... & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital.
- Zaidan, N., Salsabila, A., Fahri, B. A., Sinaga, J. F., Syahputra, R. A., Wadeng, T., ... & Al Azhari, M. R. (2023). *Kewirausahaan Era Digital*. Indonesia Emas Group.
- Kasidi, K. (2020). Tantangan Kewirausahaan di Era Ekonomi Digital. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(1), 17-23.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28.
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140-153.
- Aprilia, A. (2019). SOSIALISASI TANTANGAN DAN PELUANG UMKM DI ERA DIGITAL. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT TRI PAMAS*, 1(2), 70-81.
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98-107.