



SOSIALISASI PERAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI ERA MODERN

I Putu Gede Diatmika¹, Sri Rahayu², Kurniawansyah³, Ardiyansyah⁴

¹Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

²Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa Besar, Indonesia

^{3,4}Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

*E-mail: gede.diatmika@undiksha.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi, banyak UMKM yang kesulitan untuk bersaing dan berkembang. Dalam konteks ini, penerapan teknologi digital menawarkan peluang besar untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, dan akses pasar bagi UMKM. Metode sosialisasi merupakan strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, ide, kebijakan, atau program kepada khalayak luas dengan tujuan meningkatkan pemahaman, keterlibatan, serta perubahan perilaku yang positif. Dalam kegiatan sosialisasi ini, menggunakan metode sosialisasi, melalui kegiatan Seminar/Workshop yang bertujuan untuk mengkaji peran teknologi digital dalam memperkuat UMKM, dengan fokus pada penerapan platform digital, e-commerce, media sosial, serta sistem pembayaran digital sebagai alat untuk mempercepat transformasi digital UMKM. Hasil kegiatan sosialisasi ini memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Desa Panji Kabupaten Buleleng bahwa digitalisasi memberikan UMKM keunggulan kompetitif dengan memungkinkan mereka untuk bergerak lebih cepat, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. UMKM yang mengadopsi teknologi digital dapat lebih cepat beradaptasi dengan tren global, seperti tren belanja online, penggunaan aplikasi mobile, atau kebutuhan akan keberlanjutan dalam produk. Digitalisasi memainkan peran penting dalam perkembangan UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan daya saing.

Kata kunci: UMKM, digitalisasi, e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital

SOCIALIZATION OF DIGITAL ROLES IN THE DEVELOPMENT OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE MODERN ERA

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy. However, in facing the challenges of globalization and digitalization, many MSMEs find it difficult to compete and develop. In this context, the application of digital technology offers great opportunities to increase competitiveness, efficiency, and market access for MSMEs. The socialization method is a strategy used to convey information, ideas, policies, or programs to the wider public with the aim of increasing understanding, involvement, and positive behavioral changes. In this socialization activity, using the socialization method, through Seminar/Workshop activities that aim to examine the role of digital technology in strengthening MSMEs, with a focus on the application of digital platforms, e-commerce, social media, and digital payment systems as tools to accelerate the digital transformation of MSMEs. The results of this socialization activity provide an understanding to MSME actors in Panji Village, Buleleng Regency that digitalization gives MSMEs a competitive advantage by enabling them to move faster, adapt to market changes, and improve the quality of their products or services. MSMEs that adopt digital technology can adapt more quickly to global trends, such as online shopping trends, the use of mobile applications, or the need for sustainability in products. Digitalization plays a vital role in the development of MSMEs. By utilizing digital technology, MSMEs can access wider markets, improve operational efficiency, reduce costs, and increase competitiveness.

Keywords: MSMEs, digitalization, e-commerce, social media, digital payment systems



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang vital dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menciptakan lapangan kerja, serta mendorong distribusi kesejahteraan ekonomi. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Namun, banyak UMKM yang menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya keterampilan manajerial, serta keterbatasan sumber daya yang menghambat pertumbuhannya. Dalam beberapa tahun terakhir, digitalisasi telah menjadi faktor pendorong utama dalam transformasi ekonomi global, dan UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung lebih mampu bertahan dan berkembang. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memanfaatkan berbagai platform digital untuk promosi dan transaksi. Oleh karena itu, peran teknologi digital sangat penting dalam pengembangan UMKM di era modern.

E-commerce atau perdagangan elektronik memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka ke konsumen di seluruh dunia, tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Platform e-commerce seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada memberikan akses bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta mengurangi ketergantungan pada pasar tradisional. Menurut laporan dari Bank Indonesia (2020), sekitar 25% UMKM telah bergabung dengan platform e-commerce, dan angka ini diperkirakan terus berkembang.

Menurut Brynjolfsson dan McAfee (2014) dalam bukunya *The Second Machine Age*, teknologi digital mengubah cara orang bekerja, berbisnis, dan berinteraksi. Digitalisasi memfasilitasi peralihan dari ekonomi tradisional ke ekonomi berbasis data dan informasi, di mana UMKM dapat memanfaatkan platform online untuk mengakses pasar yang lebih luas, berinteraksi dengan konsumen, dan meningkatkan produktivitas. Penerapan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk mengurangi hambatan biaya transaksi yang ada di pasar tradisional, mempercepat aliran informasi, serta meningkatkan efisiensi operasional, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka (Laudon & Laudon, 2020).

Pemasaran digital adalah salah satu aspek yang paling penting dalam penerapan teknologi digital bagi UMKM. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) dalam bukunya *Marketing 4.0* menjelaskan bahwa digitalisasi telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk mereka, dari pemasaran tradisional ke pemasaran berbasis digital. Dengan penggunaan media sosial, e-commerce, dan aplikasi pemasaran digital lainnya, UMKM dapat menjangkau konsumen secara lebih langsung, personal, dan biaya rendah. Pentingnya bagi UMKM untuk memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran yang efektif. Media sosial bukan hanya untuk memperkenalkan produk tetapi juga untuk membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan keterlibatan, serta menciptakan loyalitas pelanggan.

Penerapan teknologi baru merupakan faktor utama dalam mempercepat perubahan dan transformasi dalam organisasi atau masyarakat. Rogers (2003) dalam teorinya tentang difusi inovasi menjelaskan bahwa adopsi teknologi oleh individu atau organisasi tidak terjadi serentak, tetapi melalui tahapan difusi yang melibatkan pengenalan, adopsi, dan pemanfaatan teknologi. Dalam konteks UMKM, difusi teknologi digital dapat terjadi dalam bentuk adopsi sistem pembayaran digital, penggunaan e-commerce, atau penerapan sistem manajemen berbasis digital. UMKM yang lebih cepat mengadopsi inovasi ini memiliki kesempatan lebih besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan bersaing secara lebih efektif di pasar global.

Meskipun teknologi digital menawarkan berbagai keuntungan, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengimplementasikannya. Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam adopsi digital diantaranya; Banyak UMKM yang belum memiliki pemahaman yang cukup tentang teknologi digital. Beberapa pemilik usaha merasa kesulitan untuk mengintegrasikan sistem digital karena kurangnya pengetahuan atau keterampilan dalam menggunakan perangkat teknologi. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dalam teknologi juga menjadi hambatan yang signifikan; Di beberapa daerah, infrastruktur teknologi dan akses internet yang terbatas menjadi hambatan bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Tanpa konektivitas yang memadai, UMKM sulit untuk mengakses platform digital yang dapat



membantu mereka berkembang. Hal ini sangat mempengaruhi UMKM di daerah terpencil atau pedesaan yang memiliki keterbatasan akses terhadap internet; Meskipun banyak teknologi yang dapat membantu UMKM, biaya implementasi dan pemeliharaan sistem digital sering kali menjadi kendala. Beberapa UMKM, terutama yang berskala kecil, mungkin merasa kesulitan untuk membayar biaya teknologi digital, meskipun potensi manfaat jangka panjangnya sangat besar. Melalui kegiatan sosialisasi ini memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait solusi dalam menghadapi tantangan digital pada UMKM di Desa Panji Kabupaten Buleleng.

METODE

Metode sosialisasi merupakan strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, ide, kebijakan, atau program kepada khalayak luas dengan tujuan meningkatkan pemahaman, keterlibatan, serta perubahan perilaku yang positif. Dalam kegiatan sosialisasi ini, menggunakan metode sosialisasi, adapun tahap pertama yaitu; Seminar/Workshop: Kegiatan yang melibatkan pelaku UMKM di Desa Panji Kabupaten Buleleng, Bali dalam sesi yang lebih terstruktur, dengan presentasi materi diikuti diskusi dan tanya jawab. Tahap kedua yaitu; Pelatihan: Memberikan keterampilan praktis kepada masyarakat, seperti pelatihan keterampilan digital bagi UMKM atau pelatihan keamanan pangan, dan tahap ketiga yaitu; Konsultasi Kelompok: Pendekatan ini melibatkan kelompok UMKM dalam diskusi mengenai masalah spesifik dan memberikan solusi atau panduan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi memiliki potensi besar dalam membantu UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar global. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, serta teknologi manajemen, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Namun, untuk memastikan keberhasilan adopsi teknologi digital, diperlukan upaya bersama antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas untuk mengatasi tantangan yang ada, seperti keterbatasan sumber daya, infrastruktur, dan biaya implementasi.

Kegiatan sosialisasi ini memberikan pemahaman dan pengetahuan terkait solusi dalam menghadapi tantangan digital pada UMKM. Beberapa solusi untuk mengatasi tantangan tersebut diantaranya; *Pendidikan dan Pelatihan Digital*: Pemerintah dan lembaga swasta dapat bekerja sama untuk menyediakan pelatihan digital bagi pemilik dan pekerja UMKM. Ini akan membantu mereka memahami manfaat dan cara menggunakan teknologi digital untuk mempercepat transformasi bisnis mereka. *Peningkatan Infrastruktur Teknologi*: Pemerintah harus meningkatkan infrastruktur teknologi, terutama di daerah-daerah yang memiliki keterbatasan akses internet, untuk memastikan UMKM dapat mengakses platform digital secara efisien. *Subsidi atau Pembiayaan Teknologi*: Untuk mengurangi biaya awal adopsi teknologi, pemerintah atau lembaga keuangan dapat memberikan subsidi atau pinjaman dengan bunga rendah untuk UMKM yang ingin berinvestasi dalam teknologi digital.

Media sosial telah menjadi alat penting dalam pemasaran digital untuk UMKM. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan UMKM untuk memasarkan produk mereka secara kreatif dan interaktif kepada audiens yang lebih luas. Dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan iklan konvensional, media sosial menawarkan kesempatan bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka, membangun brand awareness, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang aktif di media sosial cenderung mengalami peningkatan dalam penjualan dan loyalitas pelanggan. Sistem pembayaran digital seperti OVO, GoPay, DANA, dan transfer bank memudahkan UMKM untuk melakukan transaksi secara cepat, aman, dan efisien. Sistem pembayaran ini memungkinkan UMKM untuk menerima pembayaran dari pelanggan dengan cara yang lebih praktis dan mengurangi ketergantungan pada pembayaran tunai. Selain itu, penggunaan sistem pembayaran digital meningkatkan transparansi dan akuntabilitas transaksi, serta memberikan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi.



Gambar 1. Dokumen Kegiatan Sosialisasi; Peran Digital dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Modern

Penggunaan teknologi digital dalam manajemen bisnis seperti perangkat lunak untuk inventaris, akuntansi, dan pengelolaan keuangan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional. Teknologi ini memungkinkan pemilik usaha untuk memantau performa bisnis secara real-time, mengelola stok barang, serta melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik. Dengan sistem yang lebih efisien, UMKM dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas.

Teknologi digital seperti sistem manajemen bisnis berbasis cloud, perangkat lunak akuntansi, dan alat analisis data memberikan akses kepada UMKM untuk mengelola sumber daya mereka dengan lebih efisien, bahkan dengan anggaran terbatas. Melalui teknologi, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang ada dan meningkatkan efisiensi operasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka. Dengan memanfaatkan teknologi sebagai sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru oleh pesaing, UMKM dapat membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Laudon dan Laudon (2020) menyatakan bahwa pengelolaan teknologi informasi yang baik sangat penting untuk kesuksesan implementasi digitalisasi dalam bisnis. Teknologi informasi tidak hanya berkaitan dengan perangkat keras dan perangkat lunak, tetapi juga mencakup kebijakan, proses, dan orang yang terlibat dalam penerapan teknologi tersebut. Pengelolaan teknologi informasi yang baik berarti memilih teknologi yang tepat, melatih karyawan untuk menggunakan teknologi dengan efisien, dan memastikan bahwa sistem yang diterapkan mendukung kebutuhan operasional UMKM. Keberhasilan digitalisasi UMKM sangat bergantung pada seberapa baik teknologi informasi diterapkan dan dikelola. Sistem pembayaran digital adalah bagian penting dari transformasi digital bagi UMKM, karena memungkinkan transaksi yang lebih cepat, aman, dan efisien. Tobias (2020) dalam teorinya tentang sistem pembayaran digital menjelaskan bahwa keberhasilan sistem pembayaran digital bergantung pada tiga elemen utama: kemudahan penggunaan, kepercayaan pengguna, dan integrasi dengan platform lain. UMKM yang menggunakan sistem pembayaran digital seperti OVO, GoPay, DANA, atau transfer bank dapat merasakan manfaat dalam hal kecepatan transaksi dan pengurangan biaya operasional, serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Penggunaan sistem pembayaran digital juga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam proses transaksi, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis.

Dua faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi, yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan). Dalam konteks UMKM, jika teknologi digital dianggap mudah digunakan dan memberikan manfaat yang jelas, UMKM cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi tersebut. Pemilik UMKM yang merasa bahwa teknologi digital dapat memberikan nilai tambah, seperti mempermudah pemasaran, meningkatkan penjualan,



atau mengurangi biaya operasional, akan lebih termotivasi untuk mengimplementasikan teknologi tersebut dalam bisnis mereka.

Sosialisasi dengan menekankan pada Kajian teori memberikan dasar yang kuat untuk memahami bagaimana digitalisasi memengaruhi pengembangan UMKM. Kegiatan sosialisasi ini memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM bagaimana teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta mengelola sumber daya secara lebih efektif. Dengan memahami dan mengimplementasikan teori-teori ini, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan digitalisasi dan memanfaatkannya untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing bisnis mereka.

SIMPULAN

Digitalisasi tidak hanya membantu UMKM dalam hal pemasaran, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional mereka. Dengan menggunakan alat berbasis digital, UMKM dapat mengotomatisasi banyak proses yang sebelumnya memerlukan waktu dan tenaga manusia, sehingga dapat menghemat biaya operasional. Sistem pembayaran digital seperti GoPay, OVO, dan DANA telah mengubah cara transaksi bisnis dilakukan. UMKM yang mengadopsi metode pembayaran digital tidak hanya membuat transaksi lebih cepat dan mudah, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen karena menawarkan cara pembayaran yang lebih aman dan terverifikasi. Keamanan transaksi menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Dengan semakin ketatnya persaingan di pasar global, UMKM yang tidak mengadopsi teknologi digital berisiko tertinggal. Digitalisasi memberikan UMKM keunggulan kompetitif dengan memungkinkan mereka untuk bergerak lebih cepat, beradaptasi dengan perubahan pasar, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. UMKM yang mengadopsi teknologi digital dapat lebih cepat beradaptasi dengan tren global, seperti tren belanja online, penggunaan aplikasi mobile, atau kebutuhan akan keberlanjutan dalam produk. Digitalisasi memainkan peran penting dalam perkembangan UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga terkait untuk mendukung UMKM dalam proses digitalisasi ini, melalui penyediaan pelatihan, fasilitas pendanaan, serta akses ke infrastruktur digital yang memadai. Digitalisasi bukan hanya tentang mengadopsi teknologi baru, tetapi juga tentang membuka peluang baru yang sebelumnya tidak terbayangkan bagi UMKM, sehingga mereka bisa berkembang dan bersaing di pasar global.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi; peran digital dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di era modern, dan terimakasih juga kepada pihak yang telah membantu hingga artikel ini dapat diselesaikan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson Education.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Tobias, J. (2020). Digital Payment Systems: Trends and Innovations. *International Journal of Digital Payments*, 12(4), 45–63.
- World Bank. (2021). *Digital Economy for Development*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment>