

PERAN PENGEMBANGAN BISNIS DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI ERA TRANSFORMASI DIGITAL (STUDI KASUS PADA MODEL BISNIS DIGITAL MARKETING TIKET.COM)

Ayu Puspita Sari Sinaga¹, Toga Sehat Sihite²

ayupuspitasaki605@gmail.com¹, togasehatsihite@gmail.com²

*Corresponding Author : Ayu Puspita Sari Sinaga¹, Toga Sehat Sihite²

✉ ayupuspitasaki605@gmail.com¹, togasehatsihite@gmail.com²

Universitas Simalungun

ABSTRAK

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan pola bisnis, pemasaran, serta interaksi Antara pelaku usaha dan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pengembangan bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui studi literature dan analisis praktik pengembangan bisnis digital pada UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan bisnis digital memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Pengembangan bisnis digital juga mendorong UMKM untuk lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM, akademisi, dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif.

Kata Kunci: Bisnis Digital, UMKM, Daya Saing, Transformasi Digital.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, baik dalam penciptaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal persaingan, keterbatasan sumber daya, dan akses pasar. Di era transformasi digital, tantangan tersebut semakin kompleks seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi yang sangat cepat. Transformasi digital menuntut UMKM untuk tidak hanya mengandalkan cara-cara konvensional, tetapi juga memanfaatkan teknologi digital dalam proses bisnisnya. Pengembangan bisnis digital menjadi salah satu solusi strategis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM. Melalui pemanfaatan teknologi digital yang efektif ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Mata kuliah Pengembangan Bisnis Digital memiliki peran penting dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan dunia usaha saat ini. Melalui kajian akademik dan penelitian, dosen berkontribusi dalam mengembangkan konsep dan praktik bisnis digital yang dapat diterapkan oleh UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis peran pengembangan bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran dan dampak pengembangan bisnis digital terhadap daya saing UMKM. Data penelitian

diperoleh melalui studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan sumber-sumber relevan lainnya yang membahas bisnis digital dan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis praktik-praktik pengembangan bisnis digital yang umum diterapkan oleh UMKM, seperti penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan strategi digital marketing. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan peran bisnis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Bisnis Digital pada UMKM Pengembangan bisnis digital pada UMKM mencakup berbagai aspek, antara lain digitalisasi pemasaran, penggunaan platform e-commerce, pemanfaatan media sosial, serta penerapan sistem digital dalam operasional usaha. Digital marketing memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk dan jasa secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Media sosial menjadi salah satu sarana utama bagi UMKM untuk membangun branding dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Melalui konten yang kreatif dan konsisten, UMKM dapat meningkatkan kesadaran merek dan kepercayaan konsumen. Sementara itu, platform e-commerce memberikan kemudahan bagi UMKM untuk menjual produk secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Peningkatan Daya Saing UMKM Penerapan bisnis digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya saing UMKM. Dari sisi efisiensi operasional, penggunaan teknologi digital membantu UMKM dalam pengelolaan stok, pencatatan keuangan, dan pelayanan pelanggan. Hal ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengambil keputusan bisnis secara lebih cepat dan tepat. Dari sisi pasar, bisnis digital memungkinkan UMKM untuk bersaing dengan pelaku usaha yang lebih besar. Akses terhadap pasar digital membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jaringan pelanggan tanpa batasan geografis. Selain itu, UMKM dapat menyesuaikan strategi pemasaran berdasarkan data dan perilaku konsumen yang diperoleh melalui platform digital. Tantangan dalam Implementasi Bisnis Digital Meskipun memiliki banyak manfaat, pengembangan bisnis digital pada UMKM juga menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan literasi digital, sumber daya manusia, dan infrastruktur teknologi menjadi kendala utama bagi sebagian UMKM. Selain itu, perubahan pola kerja dan budaya organisasi juga memerlukan waktu untuk beradaptasi. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan lembaga pendidikan, sangat diperlukan untuk mendorong keberhasilan transformasi digital UMKM. Mata kuliah Pengembangan Bisnis Digital dapat berperan sebagai sarana edukasi dan pendampingan bagi mahasiswa dan pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis digital yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pengembangan bisnis digital memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era transformasi digital. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, serta meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Meskipun masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasinya, bisnis digital tetap menjadi strategi yang relevan dan diperlukan bagi keberlanjutan UMKM. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran pendidikan tinggi, khususnya melalui mata kuliah Pengembangan Bisnis Digital, dalam mendukung transformasi digital UMKM. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dan praktis bagi pengembangan bisnis digital di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik E-commerce Indonesia. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kemenkop UKM RI. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Transformasi Digital UMKM di Indonesia. Kominfo RI. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). E-Commerce: Business, Technology, Society (16th ed.). Pearson Education. Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage Publications. Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Harvard Business Review. Rangkuti, F. (2018). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. PT Gramedia Pustaka Utama. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Alfabeta. Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan. Ghalia Indonesia. Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran (4th ed.). Andi Offset. Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. Sage Publications.