

Dampak Teknologi Terkini dalam Mengembangkan Bisnis Kecil dan Menengah

Shapna Apriyanti

shapnaapriyanti@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kaim Riau

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak positif teknologi terkini terhadap perkembangan bisnis kecil dan menengah (UKM). Dalam era digital yang terus berkembang, UKM semakin mengadopsi teknologi sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan daya saing mereka. Penelitian ini menggunakan metode campuran yang menggabungkan data kuantitatif dari wawancara terhadap UKM yang berpartisipasi. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa UKM yang memanfaatkan teknologi terkini telah mengalami peningkatan signifikan dalam berbagai aspek bisnis. Mereka dapat lebih efisien dalam mengelola inventaris, berinteraksi dengan pelanggan, dan memasarkan produk mereka. Meskipun hasil penelitian menunjukkan dampak positif teknologi terkini pada UKM, ada juga tantangan yang harus dihadapi, termasuk masalah keamanan data, biaya implementasi teknologi, dan pelatihan tenaga kerja. Penelitian ini memberikan wawasan yang berguna bagi pemilik bisnis kecil dan menengah, pemangku kepentingan, dan pihak berwenang dalam mendukung pengembangan UKM melalui penggunaan teknologi terkini.

Kata Kunci: UKM, Teknologi Terkini, Dampak Teknologi.

Pendahuluan

Bisnis kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam ekonomi global. Mereka berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja,

dan inovasi. Di era modern yang terus berkembang, teknologi terkini telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam mengubah cara UKM beroperasi, berkomunikasi, dan bersaing dalam pasar global yang semakin kompetitif.

Menurut Mulyadi (2019), Teknologi terkini, seperti e-commerce dan alat analisis data, telah mengubah cara bisnis kecil dan menengah beroperasi. Mereka memungkinkan UKM untuk mencapai mangsa pasar yang lebih besar, memaksimalkan keuntungan, dan menciptakan kesempatan pertumbuhan yang signifikan.

Menurut Dewi et al. (2018), Penting untuk memahami peran teknologi dalam konteks UKM, karena tantangan khusus, seperti keterbatasan anggaran dan sumber daya, dapat memengaruhi cara UKM mengadopsi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan ini dan menawarkan solusi yang sesuai.

Kemudian menurut Smith dan Brown (2017) mengatakan bahwa Pengetahuan tentang bagaimana UKM mengatasi hambatan dalam mengadopsi teknologi terkini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik bisnis, pemangku kepentingan, dan kebijakan publik

dalam mendukung pengembangan UKM.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, bersama dengan perluasan konektivitas internet, telah membuka peluang baru bagi UKM. Teknologi terkini, seperti solusi perangkat lunak berbasis cloud, media sosial, e-commerce, dan alat analisis data, memungkinkan UKM untuk mengelola operasional mereka dengan lebih efisien, meningkatkan produktivitas, dan mencapai audiens yang lebih luas. Dalam hal ini, penelitian ini peneliti akan mengeksplorasi bagaimana UKM dapat mengintegrasikan teknologi ini dalam strategi bisnis mereka untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Meskipun teknologi terkini menawarkan banyak potensi keuntungan, ada juga tantangan yang harus diatasi oleh UKM dalam mengadopsi teknologi tersebut. Masalah keamanan data, biaya implementasi teknologi, dan perluasan kurva pembelajaran dapat menjadi

hambatan bagi pemilik bisnis kecil dan menengah. Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mencakup analisis mendalam tentang hambatan-hambatan tersebut dan memberikan rekomendasi untuk mengatasi mereka.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemilik UKM, pemangku kepentingan, dan pihak berwenang dalam mendukung pengembangan UKM melalui penggunaan teknologi terkini. Perkembangan teknologi dan adopsi teknologi yang lebih luas di kalangan UKM dapat berpotensi membuka peluang baru dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi serta inovasi dalam bisnis kecil dan menengah. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dampak teknologi terkini, UKM dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran dari data kuantitatif dan referensi jurnal. Pendekatan campuran ini memungkinkan penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dampak teknologi terkini pada UKM.

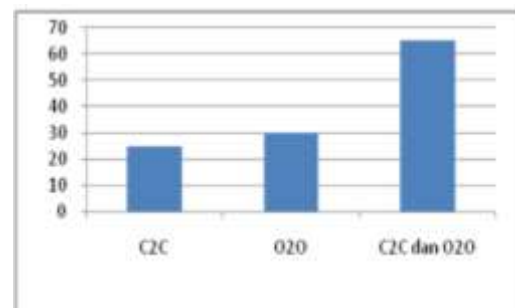
Hasil dan Pembahasan

Untuk dapat bersaing di dalam perkembangan perekonomian yang semakin ketat, pelaku UKM harus dapat meningkatkan skill di berbagai bidang. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UKM agar mampu bersaing dalam era saat ini adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia. Selain untuk meningkatkan kemampuan bersaing dengan para pelaku usaha besar, keberadaan teknologi informasi dapat pula untuk membantu pelaku UKM beroperasi di dalam skala internasional. Di sisi lain dengan keberadaan teknologi informasi bagi UKM dapat menjadikannya sebagai sarana promosi yang efektif.

Salah satu bagian dari pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang bisnis dan perdagangan adalah *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (*business to consumer*) (Karmawan et.al, 2010).

Media *e-commerce* yang digunakan oleh informan dapat diklasifikasikan berdasarkan jenisnya dibagi menjadi tiga yakni (1) *Consumer-to-Consumer (C2C)* *Ecommerce* yakni pelaku UMKM langsung memasarkan produknya ke konsumen baik lewat market place seperti Shoope, Tokopedia dan Buka lapak. Lewat social chatting seperti Whatsapp maupun website yang mempertemukan antara penjual dan pembeli seperti Facebook dan

Instagram sebanyak 25 pelaku UKM (2) *Online-toOffline (O2O)* *E-commerce* dalam hal ini pelaku UKM menggunakan dua saluran baik online maupun offline untuk pemasaran produknya seperti Go-jek dan Grab sebanyak 30 pelaku UKM dan (3) menggunakan kedua jenis media *e-commerce* sebanyak 65 UMKM, tampak pada grafik dibawah.



Jumlah UKM Pengguna Media ECommerce Berdasarkan Jenisnya

Kegiatan penggunaan teknologi informasi yang dilakukan oleh UKM dalam hal ini adalah pemanfaatan *e-commerce* di dalam kegiatan penjualan dan pemasaran produk UKM. Pemanfaatan fasilitas teknologi informasi tersebut untuk membantu dalam kegiatan usaha pelaku UKM. Berdasarkan dampak yang ditimbulkan

dari penggunaan TI oleh pelaku UKM terhadap kegiatan usahanya, dari hasil wawancara kepada para informan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Dampak penggunaan TI terhadap adanya peningkatan jumlah pesanan

Pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan oleh pelaku UKM dengan menggunakan berbagai *platform e-commerce* yang dimiliki dan dikuasai seperti melalui marketplace, social chatting ataupun gabungan keduanya ternyata memberikan tambahan jumlah pesanan dibandingkan pada saat sebelum menggunakan teknologi informasi tersebut. Hal ini dialami pada 94 dari 120 pelaku UKM atau 78% informan yang menyatakan bahwa setelah menggunakan teknologi informasi terjadi peningkatan jumlah pesanan atas produk yang mereka produksi.

b. Dampak penggunaan TI terhadap adanya peningkatan Jumlah produksi

Produksi adalah suatu kegiatan perusahaan yang menghasilkan sesuatu baik berbentuk barang maupun jasa

dalam suatu periode waktu, yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah perusahaan (Fahmi, 2016). Dari referensi jurnal Peningkatan jumlah produksi berkaitan dengan jumlah produk yang dihasilkan dalam hal ini berupa barang. Hasil penggunaan teknologi informasi, dampaknya terhadap produksi dapat dinyatakan bahwa terdapat 80 pelaku UKM atau sebanyak 67% informan yang menyatakan mengalami peningkatan jumlah produksi, hal tersebut dipicu salah satunya dengan adanya peningkatan jumlah pesanan yang terjadi.

c. Dampak penggunaan TI terhadap adanya peningkatan pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan atas barang dan jasa yang dijual. Pendapatan pada dasarnya adalah semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa. Peningkatan pendapatan biasanya dipicu oleh peningkatan pemasaran dan penjualan produk oleh pelaku

UKM. Hanya saja dari hasil penelitian ini pelaku UKM yang mengalami peningkatan pendapatan sebanyak 75 UKM atau 63% yang berasal dari penjualan produknya dengan memanfaatkan teknologi informasi yang dikuasainya.

- d. Dampak penggunaan TI terhadap adanya penambahan jumlah konsumen baru

Dampak lain dari penggunaan teknologi informasi yang terjadi pada pelaku UKM adalah terjadinya penambahan konsumen baru. Baik konsumen baru maupun konsumen yang telah melakukan transaksi sebelumnya. Penambahan ini merupakan hal yang sangat baik bagi pelaku UKM karena dengan adanya penambahan konsumen, diharapkan akan dapat meningkatkan tambahan pendapatan. Hal ini terjadi pada 74 UKM pelaku UKM atau sebanyak 62% informan yang mengalaminya.

Dari hasil penelitian dari jurnal penelitian dihasilkan bahwa kepada para pelaku UKM adanya peningkatan

jumlah pesanan, peningkatan jumlah produksi, peningkatan pendapatan dan penambahan konsumen baru disebabkan para pelaku UKM sudah menggunakan media online dengan memanfaatkan berbagai platform semisal Marketplace, di dalam platform tersebut, pelaku UKM dapat mengunggah berbagai produk untuk ditawarkan kepada konsumen di Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Serta secara *Classified* yakni menggunakan website yang telah tersedia yang hanya berfungsi untuk mempertemukan antara penjual dan pembeli namun tidak memfasilitasi transaksi jual beli online, seperti di Instagram dan Facebook, serta platform social chatting seperti Whatsapp.

Terjadinya dampak dari penggunaan teknologi informasi tersebut ternyata tidak semua pelaku UKM mengalami kenaikan pesanan, kenaikan produksi, kenaikan pendapatan dan penambahan jumlah konsumen baru secara bersamaan. Jika dihitung berdasarkan hasil penelitian

kepada para informan, pelaku UKM yang mengalami hanya terjadi pada 28 pelaku UKM, sedangkan sisanya bervariasi yakni 42 pelaku UKM mengalami tiga dampak, 38 pelaku UMKM mengalami dua dampak dan 12 UKM hanya mengalami satu dampak dari penggunaan teknologi informasi tersebut.

Kendala Penggunaan TI Dengan memanfaatkan teknologi informasi pada kegiatan usahanya, bagi para pelaku UKM hal tersebut merupakan bentuk adaptasi atas perkembangan teknologi yang berkembang. Kenyataan yang ada di lapangan, banyak pelaku UKM di daerah yang masih kesulitan di dalam mengadakan dan melaksanakan kegiatan usahanya melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Kendala selanjutnya adalah kemampuan penguasaan teknologi yang masih rendah. Sebagian besar pelaku UKM yang ditemui menggunakan telepon pintar (*smartphone*) sebagai alat yang digunakan dalam pemasaran *e-*

commerce-nya. Masih banyak pelaku UKM yang masih memiliki keterbatasan di dalam pemanfaatan dan penggunaan teknologi tersebut, khususnya pemanfaatan gawai yang dimilikinya karena teknologi atau aplikasi yang ada digawai tersebut merupakan sesuatu hal yang baru bagi para pelaku UKM. Adapun kesulitan yang dialami oleh pelaku UKM tersebut diantaranya adalah belum mengetahui bagaimana cara untuk mengunduh aplikasi untuk berjualan, walaupun sudah ter unduh, kesulitan berikutnya adalah bagaimana mengisi dan menyusun isi dari informasi produknya yang akan dibagi di marketplace dan media sosial yang dimilikinya, kendala selanjutnya adalah bagaimana membuat foto produk yang baik dan menarik belum banyak pelaku UMKM yang menguasainya sehingga yang terjadi adalah fotofoto produk yang ditampilkan hanya sekadarnya.

Kesimpulan

Dari penelitian terhadap pelaku UKM mengenai dampak teknologi

informasi, penggunaan teknologi informasi berdampak pada peningkatan jumlah pesanan yang diterima, peningkatan jumlah produksi, peningkatan pendapatan, dan penambahan konsumen yang baru. Sedangkan kendala-kendala yang dihadapi dalam penggunaan teknologi informasi sebagian besar disebabkan oleh faktor internal dari pelaku UMKM yakni belum adanya pemisahan antara manajemen serta kemampuan penguasaan atas teknologi yang terbatas.

Daftar Pustaka

Akhmad.A.K. 2021. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik*. Sebatik Vol. 25 No. 1

Juni 2021 ISSN: 1410-3737(p)
2621-069X(e)

Karmawan, I.G.M., Sundjaja, A.M. and Luhukay, D., 2010, June. Analisis dan Perancangan E-commerce PD. *Garuda Jaya*. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.

Lubis, T.A., 2016. Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, 3(3), pp.163-174.

Payu, B.R., 2013. Pemetaan UKM di Kota Gorontalo Berdasarkan Pola dan Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi. *Penelitian Unggulan Fakultas*, 1(601).