

PENGARUH DIGITALISASI TERHADAP PERUBAHAN MODEL BISNIS PADA USAHA KECIL MENENGAH

Muhammad Hadits Alfarezi¹, Egi Nanda Pratama², Toni Adi Saputra³, Pupung Purnamasari⁴

hadisalfarezi02@gmail.com¹, eginanda4@gmail.com², toniadisaputraa16@gmail.com³

Universitas Pelita Bangsa

Abstrak

Model bisnis usaha kecil menengah (UKM) diubah secara signifikan oleh digitalisasi yang membuat mereka lebih kompetitif dan berkelanjutan. Dengan penekanan pada potensi dan kesulitan yang dihadapi, studi ini mencoba untuk memeriksa bagaimana digitalisasi mempengaruhi perubahan model bisnis UKM. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membantu UKM mengatasi hambatan seperti keterbatasan pendanaan dan akses pasar. UKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka, mengakses audiens yang lebih luas melalui e-commerce dan pemasaran digital, serta berinteraksi dengan pelanggan secara lebih langsung berkat digitalisasi. Namun, ada juga kekurangan dalam mengadopsi teknologi baru, seperti kebutuhan akan pengeluaran finansial yang besar dan pelatihan ekstensif untuk memperoleh kemampuan yang diperlukan. Penelitian ini mengumpulkan dan memeriksa data dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pemilik UKM tentang nilai teknologi, ketersediaan dana, infrastruktur teknologi yang memadai, dan budaya organisasi yang inovatif merupakan hal yang diperlukan untuk keberhasilan transformasi digital. Dukungan dari pemerintah dan organisasi terkait juga sangat penting untuk mendorong UKM untuk merangkul digitalisasi. Dengan memahami elemen-elemen ini, UKM dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka dalam ekonomi yang semakin maju secara teknologi dengan lebih siap untuk menangani kesulitan dan memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Model Bisnis, Usaha Kecil Menengah.

Abstract

The business models of small and medium enterprises (SMEs) are significantly changed by digitalization which makes them more competitive and sustainable. With an emphasis on the potential and difficulties faced, this study attempts to examine how digitalization affects the changing business models of SMEs. Advances in information and communication technology are currently helping SMEs overcome barriers such as limited funding and market access. SMEs can improve their operational efficiency, access a wider audience through e-commerce and digital marketing, and interact with customers more directly thanks to digitalization. However, there are also drawbacks to adopting new technologies, such as the need for large financial outlays and extensive training to acquire the necessary capabilities. This research collected and examined data from various sources using the literature study technique. The results showed that SME owners' understanding of the value of technology, availability of funds, adequate technology infrastructure, and innovative organizational culture are necessary for successful digital transformation. Support from the government and related organizations is also crucial to encourage SMEs to embrace digitalization. By understanding these elements, SMEs can improve their competitiveness and sustainability in an increasingly technologically advanced economy by being better equipped to handle the difficulties and seize the opportunities presented by the digital age.

Keywords: Digitalization, Business Model, Small Medium Enterprises.

PENDAHULUAN

Di era modern yang didominasi oleh perkembangan teknologi, digitalisasi telah menjadi salah satu faktor krusial yang mengubah berbagai aspek kehidupan manusia,

termasuk dunia bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membuka pintu bagi lahirnya model bisnis baru serta merevolusi model bisnis yang sudah ada. Khususnya bagi Usaha Kecil Menengah (UKM), digitalisasi bukan hanya menjadi alat bantu, melainkan juga menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. UKM sangat penting bagi perekonomian negara, memberikan kontribusi yang substansial terhadap pendapatan nasional dan penciptaan lapangan kerja. Namun, UKM sering kali menghadapi masalah seperti pendanaan yang terbatas, akses terbatas ke pasar, dan kendala teknologi. Untuk mengatasi beberapa kendala ini, digitalisasi dapat membantu dengan meningkatkan aksesibilitas pasar, meningkatkan efektivitas operasional, dan mempromosikan pengembangan barang dan jasa baru.

Transformasi digital pada UKM meliputi berbagai aspek, mulai dari pemasaran digital, e-commerce, hingga adopsi teknologi baru seperti big data, cloud computing, dan internet of things (IoT). Adopsi teknologi ini memungkinkan UKM untuk mengumpulkan dan menganalisis data secara lebih efektif, sehingga dapat membuat keputusan bisnis yang lebih tepat dan akurat. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan UKM untuk berinteraksi lebih dekat dengan pelanggan melalui berbagai platform digital, membangun hubungan yang lebih personal, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Tidak hanya komponen pemasaran dan operasional yang mengalami transisi ini, tetapi seluruh model bisnis juga berubah. UKM didorong oleh digitalisasi untuk beralih dari model bisnis yang lebih tradisional yang lebih bergantung pada komunikasi tatap muka dengan klien dan menuju model perusahaan yang lebih dinamis dan berbasis teknologi. Lebih banyak nilai tambah yang dapat dihasilkan oleh UKM yang berhasil dalam transformasi digital. Hal ini mencakup kualitas layanan yang lebih baik, produksi yang lebih efisien, dan reaksi yang lebih cepat terhadap perubahan pasar.

Namun, ada juga kesulitan dalam proses digitalisasi di UKM. Keahlian yang memadai dan investasi yang besar diperlukan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Karena banyak UKM saat ini tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan teknologi yang diperlukan untuk sepenuhnya beralih ke digitalisasi, mereka membutuhkan bantuan dan dukungan. Selain itu, jika pendekatan yang tepat tidak dilakukan, perubahan model bisnis yang disebabkan oleh digitalisasi berpotensi menimbulkan risiko. Misalnya, untuk bersaing di pasar digital, UKM di industri ritel mungkin perlu melakukan investasi dalam sistem e-commerce dan logistik. Selain itu, mereka harus memahami bagaimana pelanggan berperilaku di platform digital, yang mungkin berbeda dengan perilaku mereka di lokasi fisik. Oleh karena itu, UKM membutuhkan instruksi dan pelatihan dalam teknologi digital dan taktik pemasaran digital. Selain itu, untuk menyediakan infrastruktur yang memadai dan mendorong adopsi teknologi oleh UKM, bantuan dari pemerintah dan organisasi terkait juga penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap perubahan model bisnis pada UKM, dengan fokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana digitalisasi dapat menjadi enabler untuk UKM dalam mencapai keberhasilan bisnis di era digital serta memberikan rekomendasi strategi yang dapat diimplementasikan oleh UKM untuk memaksimalkan manfaat dari transformasi digital. Melalui penelitian ini, diharapkan UKM dapat lebih memahami pentingnya digitalisasi dan mampu mengadopsi teknologi digital secara efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur atau kajian pustaka untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap perubahan model bisnis pada usaha kecil menengah (UKM). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyintesis informasi dari berbagai sumber akademik yang relevan secara komprehensif. Studi literatur mencakup peninjauan atas buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, artikel, dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan topik penelitian. Langkah pertama dalam metode studi literatur ini adalah identifikasi sumber-sumber yang relevan. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai basis data akademik terkemuka seperti Google Scholar, Sinta, dan perpustakaan universitas. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian meliputi "digitalisasi", "transformasi digital", "model bisnis", "usaha kecil menengah", dan "inovasi bisnis". Peneliti juga mempertimbangkan literatur yang diterbitkan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir untuk memastikan relevansi dan keterkinian informasi.

Sumber-sumber yang terkumpul kemudian dipilih oleh peneliti. Relevansi dengan tujuan penelitian, kesesuaian topik, serta kualitas dan keandalan sumber-sumber tersebut merupakan beberapa faktor pemilihan. Sumber-sumber yang dipilih kemudian diperiksa secara menyeluruh untuk menentukan tren, tema, dan kesimpulan penting tentang bagaimana digitalisasi memengaruhi evolusi model bisnis UKM. Penilaian kritis terhadap metodologi, temuan, dan kesimpulan dari penulis asli merupakan bagian dari investigasi ini. Sintesis data dari berbagai sumber adalah langkah selanjutnya. Untuk mengembangkan pemahaman menyeluruh tentang masalah penelitian, peneliti menggabungkan temuan-temuan terkait. Tujuan dari sintesis ini adalah untuk menentukan bagaimana digitalisasi berdampak pada model bisnis UKM, faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penggunaan teknologi digital, serta peluang dan masalah apa saja yang dihadapi UKM selama proses digitalisasi. Sebagai ilustrasi khusus untuk UKM lain, peneliti juga melihat studi kasus yang berhasil dalam transformasi digital.

Ada berbagai manfaat dalam menggunakan pendekatan tinjauan literatur ini. Pertama, pendekatan ini memungkinkan para peneliti untuk mengakses dan menggabungkan berbagai sudut pandang dan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya. Kedua, pendekatan ini memberikan panduan untuk penelitian di masa depan dan membantu dalam mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang potensial. Namun, pendekatan ini memiliki beberapa kekurangan, termasuk ketergantungan pada kualitas dan aksesibilitas literatur yang ada saat ini serta potensi bias dalam interpretasi data. Dengan menggunakan metode studi literatur atau kajian pustaka, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan komprehensif mengenai pengaruh digitalisasi terhadap perubahan model bisnis pada UKM, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pelaku UKM untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh digitalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Definisi dan Konsep Dasar Digitalisasi, Model Bisnis, dan Usaha Kecil Menengah (UKM)

Dalam konteks perkembangan ekonomi kontemporer, konsep digitalisasi, model bisnis, dan usaha kecil dan menengah (UKM) saling berhubungan dan sangat berkaitan. Mengingat dampaknya yang sangat besar pada berbagai sektor industri, termasuk UKM, digitalisasi telah menjadi kata kunci yang sering dibicarakan di dunia bisnis saat

ini. Proses transformasi informasi dari format fisik ke format digital dan penggunaan teknologi digital dalam berbagai konteks, termasuk bisnis, keduanya disebut sebagai digitalisasi. Media sosial, platform e-commerce, perangkat lunak manajemen, dan internet adalah contoh-contoh teknologi digital yang telah mengubah cara bisnis berfungsi dan berinteraksi dengan pelanggan mereka. Digitalisasi membantu bisnis menjangkau pasar yang lebih besar tanpa dibatasi oleh geografi, meningkatkan manajemen data, dan merampingkan prosedur bisnis.

Model bisnis merupakan kerangka kerja yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai. Ini mencakup segala hal, mulai dari strategi pemasaran, operasional, struktur organisasi, hingga cara perusahaan menghasilkan pendapatan. Model bisnis yang baik memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Dalam konteks digitalisasi, model bisnis mengalami transformasi yang signifikan. Perusahaan tidak lagi hanya bergantung pada saluran distribusi tradisional, melainkan juga mengadopsi model bisnis berbasis platform digital yang memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui internet. E-commerce, misalnya, adalah salah satu model bisnis yang muncul dari digitalisasi, di mana transaksi jual beli dilakukan secara online, memungkinkan perusahaan untuk mencapai konsumen global dengan biaya yang lebih rendah.

Sebagian besar perekonomian suatu negara diperankan oleh UKM, atau usaha kecil dan menengah. Karena peran mereka dalam inovasi dan penciptaan lapangan kerja, UKM sering dianggap sebagai fondasi ekonomi. Meskipun UKM lebih kecil daripada perusahaan besar, fleksibilitas mereka memungkinkan mereka untuk bereaksi dengan cepat terhadap perubahan di pasar. Namun, UKM juga memiliki berbagai kendala, termasuk pasar yang kompetitif, keterbatasan dana, dan akses ke teknologi. UKM memiliki potensi yang luar biasa untuk mengatasi kendala-kendala ini melalui digitalisasi. UKM dapat meningkatkan efektivitas operasional, menyederhanakan prosedur pemasaran, dan menjangkau basis konsumen yang lebih besar dengan memanfaatkan teknologi digital. Media sosial, misalnya, memungkinkan UKM untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memasarkan produk mereka.

Adopsi digitalisasi oleh UKM, bagaimanapun juga, tidak selalu mulus. Karena kurangnya sumber daya dan keahlian, banyak UKM yang masih kesulitan mengadopsi teknologi digital. Selain itu, proses digitalisasi membutuhkan pemikiran dan adaptasi strategis yang signifikan untuk mengimplementasikan perubahan yang diperlukan pada model bisnis. Agar UKM berhasil menjalani transformasi digital, mereka membutuhkan bantuan dari pemerintah dan institusi lain, serta instruksi dan pelatihan teknologi digital. Pada akhirnya, digitalisasi dan transformasi model bisnis yang efektif dapat memberikan peluang baru bagi UKM untuk berkembang dan berjaya di era digital.

Dalam kesimpulannya, digitalisasi, model bisnis, dan UKM adalah konsep-konsep yang saling terkait dan memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi modern. Digitalisasi membawa perubahan signifikan pada model bisnis tradisional, memungkinkan perusahaan untuk beroperasi lebih efisien dan menjangkau pasar yang lebih luas. Bagi UKM, digitalisasi menawarkan peluang untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan daya saing mereka. Namun, keberhasilan transformasi digital pada UKM memerlukan pengetahuan, sumber daya, dan dukungan yang memadai. Dengan demikian, memahami definisi dan konsep dasar dari digitalisasi, model bisnis, dan UKM menjadi penting untuk memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital ini.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Digitalisasi Pada Unit Kecil

Menengah (UKM)

Adopsi digitalisasi pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait dan dapat menentukan keberhasilan transformasi digital mereka. Salah satu faktor utama adalah kesadaran dan pemahaman teknologi di kalangan pemilik dan karyawan UKM. Kesadaran akan pentingnya teknologi digital dalam dunia bisnis modern dan pemahaman tentang bagaimana teknologi tersebut dapat diterapkan dalam operasional sehari-hari merupakan langkah awal yang krusial. Pelatihan dan pendidikan menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran ini, sehingga UKM dapat melihat manfaat nyata dari digitalisasi dan merasa termotivasi untuk mengadopsinya. Elemen penting lainnya adalah ketersediaan sumber daya keuangan. Pengeluaran yang cukup besar di awal sering kali diperlukan untuk digitalisasi, baik untuk membeli peralatan dan perangkat lunak maupun untuk pelatihan karyawan tentang teknologi baru. UKM sering kali kesulitan dalam hal pendanaan, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu, untuk membantu UKM dalam mengatasi keterbatasan keuangan ini, mereka harus memiliki akses ke keuangan atau dukungan keuangan dari pemerintah, lembaga keuangan, atau program bantuan khusus.

Undang-undang yang mendukung dan bantuan pemerintah juga penting dalam mempromosikan adopsi digitalisasi oleh UKM. Inisiatif pemerintah yang menawarkan insentif seperti keringanan pajak, subsidi, dan kursus pelatihan dapat meningkatkan keinginan UKM untuk beralih ke digital. Selain itu, agar UKM dapat memanfaatkan teknologi digital dengan sebaik-baiknya, kebijakan yang mendorong pertumbuhan infrastruktur teknologi juga diperlukan. Infrastruktur teknologi yang memadai diperlukan untuk memfasilitasi adopsi digitalisasi, termasuk konektivitas internet yang andal dan cepat. Keterbatasan akses ke infrastruktur teknologi dapat menjadi penghalang yang signifikan bagi transformasi digital UKM di daerah-daerah yang kurang berkembang.

Keterampilan dan kompetensi karyawan juga merupakan pertimbangan penting. Pekerja yang mahir dalam menggunakan teknologi digital dapat mempercepat proses adopsi. UKM harus memastikan bahwa anggota staf mereka cukup terlatih untuk menggunakan alat dan proses digital. Semua personel harus menyesuaikan diri dengan perubahan metode kerja yang datang dengan pengenalan teknologi baru. Oleh karena itu, untuk menjamin keberhasilan digitalisasi, investasi dalam pelatihan staf dan pengembangan keterampilan sangat penting. Proses digitalisasi juga sangat diuntungkan oleh budaya organisasi yang fleksibel dan inovatif. Adopsi teknologi digital lebih mungkin berhasil untuk UKM dengan budaya organisasi yang mendorong eksperimen dan pembelajaran. Budaya yang merangkul digitalisasi sebagian besar dibentuk oleh kepemimpinan yang proaktif dan visioner. Para pemimpin dapat memotivasi seluruh anggota organisasi untuk mengikuti langkah mereka dengan mempromosikan inovasi dan memberikan contoh nyata tentang bagaimana menggunakan teknologi digital.

Tekanan dari pasar dan persaingan juga menjadi faktor pendorong bagi UKM untuk mengadopsi digitalisasi. Konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari menuntut UKM untuk menyediakan layanan dan produk yang dapat diakses secara digital. Selain itu, persaingan dengan perusahaan lain yang telah bertransformasi secara digital mendorong UKM untuk mengikuti tren agar tetap kompetitif. UKM yang tidak beradaptasi dengan perubahan ini berisiko tertinggal dan kehilangan pangsa pasar. Adopsi digitalisasi juga secara signifikan dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap teknologi digital, terutama yang berkaitan dengan keamanan

dan privasi data. Adopsi teknologi dapat terhambat oleh kekhawatiran tentang keamanan data dan ancaman keamanan siber. Untuk melindungi data klien dan informasi perusahaan, UKM harus memahami dan mempraktikkan prosedur keamanan yang sesuai. Perusahaan teknologi yang menyediakan solusi keamanan yang andal dapat meningkatkan kepercayaan UKM terhadap teknologi digital.

Faktor penting lainnya adalah keuntungan dan manfaat yang dirasakan dari digitalisasi. Jika UKM merasakan manfaat langsung dari digitalisasi, termasuk lebih banyak penjualan, biaya yang lebih rendah, efisiensi operasional yang lebih baik, dan jangkauan pasar yang lebih luas, mereka akan lebih cenderung menerimanya. UKM lain dapat menemukan inspirasi dan motivasi dari studi kasus dan contoh sukses UKM lain yang telah menerapkan transformasi digital secara efektif. Terakhir, kolaborasi dan jaringan dengan pihak lain, seperti institusi pendidikan, penyedia teknologi, dan komunitas bisnis, dapat mendukung adopsi digitalisasi oleh UKM. Jaringan dan kemitraan yang kuat dapat memberikan akses ke sumber daya, pengetahuan, dan dukungan yang diperlukan untuk menjalani proses transformasi digital. Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, UKM dapat merencanakan dan mengimplementasikan strategi digitalisasi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

Dalam kesimpulannya, adopsi digitalisasi pada UKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor internal dan eksternal yang saling berkaitan. Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor ini dapat membantu UKM merumuskan strategi yang tepat untuk menjalani transformasi digital dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital ini.

C. Tantangan dan Hambatan yang Dihadapi Unit Kecil Menengah (UKM) dalam Mengimplementasikan Digitalisasi beserta Solusinya

Usaha Kecil Menengah (UKM) di seluruh dunia menghadapi berbagai tantangan dan hambatan ketika mencoba mengimplementasikan digitalisasi dalam operasional mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya finansial. Proses digitalisasi memerlukan investasi awal yang signifikan untuk membeli perangkat keras, perangkat lunak, serta pelatihan karyawan. Banyak UKM yang tidak memiliki akses mudah ke modal tambahan, yang membuat mereka kesulitan untuk melakukan investasi ini. Solusinya bisa melibatkan akses ke pembiayaan dari lembaga keuangan atau program bantuan pemerintah yang memberikan subsidi atau pinjaman dengan bunga rendah untuk mendukung transformasi digital.

Kurangnya keahlian teknologi di antara pemilik dan staf UKM adalah masalah lain. Karena banyak UKM yang masih belum terbiasa dengan teknologi digital, mereka kesulitan menerapkan dan menggunakannya secara efisien. Menawarkan pelatihan dan pendidikan menyeluruh kepada pemilik dan staf UKM adalah jawabannya. Pemerintah dan organisasi nirlaba dapat membantu UKM menjadi lebih melek digital dengan menawarkan program pelatihan gratis atau murah. Hambatan utama lainnya bagi UKM adalah infrastruktur teknologi yang tidak memadai, terutama di daerah yang kurang berkembang. Mengadopsi teknologi digital membutuhkan internet yang cepat dan dapat diandalkan, namun banyak UKM di lokasi yang jauh masih bergumul dengan masalah ini. Peningkatan investasi pemerintah dan penyedia layanan internet dalam infrastruktur teknologi adalah jawabannya. Perusahaan telekomunikasi dapat didorong oleh pemerintah untuk membangun infrastruktur di daerah-daerah yang kurang terlayani.

Selain itu, UKM sering kali kesulitan untuk mengubah budaya perusahaan mereka. Mengadopsi teknologi baru hanyalah salah satu aspek dari digitalisasi; perubahan

lainnya termasuk penyesuaian metode kerja dan cara berpikir. Banyak UKM yang masih kurang mampu beradaptasi dengan perubahan dan terperangkap dalam pola pikir tradisional. Membangun budaya organisasi yang mendorong kreativitas dan pembelajaran berkelanjutan adalah jawabannya. Para pemimpin UKM harus menjadi teladan dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam kegiatan operasional sehari-hari dan memotivasi staf untuk ikut serta dalam proses transformasi digital. Keamanan dan privasi data adalah kesulitan lainnya. Banyak UKM yang khawatir dengan pelanggaran data dan ancaman keamanan siber yang dapat merugikan perusahaan mereka. Adopsi teknologi digital sering kali terhambat oleh kekhawatiran ini, terutama dalam hal transaksi online dan penyimpanan data cloud. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang langkah-langkah keamanan siber yang efisien adalah jawabannya. UKM harus didesak untuk mengadopsi kebijakan keamanan yang ketat dan memanfaatkan solusi keamanan yang dapat diandalkan seperti firewall, perangkat lunak antivirus, dan enkripsi data.

Adopsi digitalisasi juga dipengaruhi oleh persaingan dan kekuatan pasar. UKM harus cepat menyesuaikan diri dengan pergeseran kebutuhan pelanggan yang semakin bergantung pada teknologi. Namun, keharusan untuk bersaing dengan bisnis yang lebih besar, lebih canggih secara teknologi, dan berinovasi secara terus menerus membuat banyak UKM kewalahan. Bekerja sama dan membangun jaringan dengan UKM lain, institusi akademis, dan perusahaan teknologi adalah jawabannya. UKM dapat bertukar informasi, sumber daya, dan pengalaman yang akan membantu mereka dalam proses digitalisasi melalui kemitraan ini. Ketidakpastian dan ketakutan akan perubahan merupakan hambatan umum lainnya dalam adopsi digitalisasi. Banyak usaha kecil dan menengah khawatir bahwa investasi mereka dalam teknologi digital tidak akan memberikan hasil yang diinginkan atau bahkan dapat mengganggu operasi bisnis mereka saat ini. Jawabannya adalah dengan melakukan penilaian risiko yang komprehensif dan penelitian kelayakan sebelum menerapkan teknologi baru. Agar proses digitalisasi berjalan sesuai rencana, UKM harus secara teratur menilai instalasi teknologi dan melakukan modifikasi yang diperlukan.

Dalam kesimpulannya, meskipun UKM menghadapi berbagai tantangan dan hambatan dalam mengimplementasikan digitalisasi, terdapat berbagai solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut. Dengan dukungan finansial, pelatihan, peningkatan infrastruktur, perubahan budaya organisasi, peningkatan keamanan siber, kolaborasi, dan manajemen risiko yang baik, UKM dapat berhasil bertransformasi secara digital dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era teknologi ini. Transformasi digital yang berhasil akan membantu UKM meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha mereka di masa depan.

D. Peran Digitalisasi Terhadap Perubahan Model Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)

Digitalisasi telah menjadi katalisator utama dalam mengubah lanskap bisnis global, termasuk pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Peran digitalisasi terhadap perubahan model bisnis pada UKM sangat signifikan karena mempengaruhi berbagai aspek operasional dan strategis perusahaan. Pada dasarnya, digitalisasi merujuk pada proses mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua area bisnis untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan jangkauan pasar. Transformasi ini tidak hanya melibatkan adopsi teknologi baru, tetapi juga perubahan mendasar dalam cara UKM beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis mereka.

Meningkatkan efisiensi operasional adalah salah satu fungsi utama digitalisasi.

UKM dapat mengurangi tenaga kerja manusia yang mahal dan memakan waktu dengan menerapkan otomatisasi proses bisnis. Misalnya, UKM dapat menyederhanakan proses penjualan dan mengelola stok barang secara real-time dengan memanfaatkan sistem point of sale (POS) dan perangkat lunak manajemen inventaris. Hal ini meningkatkan kecepatan dan akurasi operasional sekaligus mengurangi kesalahan manusia. Digitalisasi juga memungkinkan UKM untuk mengumpulkan dan mengevaluasi data secara lebih efisien. UKM dapat membuat keputusan dan rencana bisnis dengan informasi yang lebih baik dan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan di pasar dengan bantuan data yang tepat dan terkini. Faktor penting lainnya dalam peningkatan jangkauan pasar UKM adalah digitalisasi. UKM dapat menawarkan barang dan jasa mereka kepada klien di seluruh dunia tanpa memperhatikan lokasi berkat e-commerce dan platform pemasaran digital. Metode perusahaan tradisional, yang biasanya hanya bergantung pada penjualan di toko fisik atau pasar lokal, sangat kontras dengan hal ini. UKM dapat lebih berhasil menarik dan berinteraksi dengan klien potensial dengan memanfaatkan media sosial, iklan internet, dan pengoptimalan mesin pencari (SEO). UKM dapat menargetkan audiens tertentu dengan pesan khusus berkat pemasaran digital, yang dapat meningkatkan penjualan dan konversi.

Selain itu, inovasi dalam model bisnis UKM didorong oleh digitalisasi. UKM dapat menciptakan lebih banyak barang dan jasa yang inovatif dan memenuhi permintaan konsumen dengan lebih baik jika mereka memiliki akses ke teknologi baru. Misalnya, UKM dapat menyediakan produk yang lebih cerdas dan terintegrasi, seperti peralatan rumah tangga pintar atau layanan berbasis langganan yang disesuaikan, dengan memanfaatkan teknologi Internet of Things (IoT). UKM dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar dan mendapatkan keunggulan kompetitif yang substansial berkat perkembangan ini. Namun, digitalisasi juga memerlukan penyesuaian pada budaya perusahaan dan struktur organisasi UKM. UKM harus menciptakan budaya yang mendorong pembelajaran seumur hidup dan penyesuaian yang cepat terhadap teknologi baru. Hal ini memerlukan pengeluaran uang untuk pengembangan dan pelatihan staf untuk menjamin bahwa mereka memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk menggunakan teknologi baru. UKM juga harus menciptakan struktur organisasi yang lebih mudah beradaptasi dan kooperatif untuk mendorong inovasi dan reaksi cepat terhadap perubahan di pasar.

Namun, UKM juga dipaksa untuk menghadapi risiko dan kesulitan yang berkaitan dengan keamanan dan privasi data sebagai akibat dari digitalisasi. Data merupakan salah satu sumber daya terpenting bagi perusahaan di era digital. Oleh karena itu, UKM harus menerapkan perlindungan keamanan siber yang kuat untuk melindungi data klien dan perusahaan mereka dari serangan online. Ini mencakup penerapan firewall, program antivirus, enkripsi, dan pedoman keamanan yang ketat. Digitalisasi memiliki efek jangka panjang yang besar selain keuntungan langsungnya. Transformasi digital yang sukses dapat membantu UKM menjadi lebih berkelanjutan sebagai sebuah bisnis. UKM dapat berkembang terus menerus dan dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan teknologi berkat digitalisasi. Agar tetap kompetitif sepanjang waktu, hal ini sangat penting. UKM terancam tertinggal dan kehilangan pangsa pasar jika mereka tidak dapat menyesuaikan diri dengan perubahan ini.

Cara UKM menjalankan perusahaan mereka juga berubah secara signifikan sebagai hasil dari penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan analisis data. UKM dapat mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang dapat diandalkan dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumen dengan memanfaatkan analisis data. Misalnya, UKM dapat melihat

tren dan kemungkinan pasar yang selama ini tidak disadari dengan memeriksa data penjualan dan preferensi konsumen. Sementara itu, AI dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas operasional di berbagai bidang seperti pemrosesan pesanan, manajemen inventaris, dan dukungan pelanggan.

Selain itu, digitalisasi memungkinkan UKM untuk mengadopsi strategi bisnis yang segar, inovatif, dan mudah beradaptasi. Misalnya, model bisnis berbasis platform menghilangkan kebutuhan akan perantara dengan memungkinkan UKM menghubungkan pelanggan dan penjual secara langsung melalui platform digital. Hal ini meningkatkan jangkauan pasar dan juga efisiensi transaksi. UKM semakin banyak menggunakan model bisnis berbasis langganan, di mana mereka mengenakan biaya keanggotaan bulanan atau tahunan untuk barang atau jasa mereka. Hal ini memberikan UKM sumber pendapatan yang lebih dapat diandalkan dan memungkinkan mereka untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan klien. Namun, UKM harus melewati sejumlah rintangan dan kesulitan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan ini. UKM harus menghadapi penolakan terhadap perubahan selain kendala keuangan dan keterampilan. Banyak staf dan pemilik UKM yang ragu-ragu untuk menggunakan teknologi baru karena mereka terbiasa bekerja dengan cara-cara lama. Akibatnya, UKM harus menumbuhkan budaya yang mendorong inovasi dan perubahan. Hal ini membutuhkan dukungan dari pimpinan organisasi, pelatihan berkelanjutan, dan komunikasi yang efisien.

Bekerja sama dengan pihak lain juga penting untuk keberhasilan proses digitalisasi. UKM dapat berkolaborasi dengan perusahaan TI, institusi akademis, dan komunitas bisnis untuk mendapatkan informasi dan sumber daya yang mereka butuhkan. Kemitraan dengan pemasok teknologi, misalnya, dapat membantu UKM dalam menerapkan solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, kemitraan dengan institusi akademis dapat memberikan UKM akses ke tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan kemahiran dalam teknologi digital. Di sisi lain, peran pemerintah juga sangat penting dalam mendukung digitalisasi UKM. Kebijakan yang mendukung, seperti insentif pajak, subsidi, dan program pelatihan, dapat membantu UKM dalam mengatasi hambatan finansial dan keterampilan. Pemerintah juga dapat berperan dalam membangun infrastruktur teknologi yang memadai, seperti konektivitas internet yang cepat dan stabil, untuk mendukung transformasi digital UKM.

Secara keseluruhan, digitalisasi memiliki peran yang sangat penting dalam mengubah model bisnis UKM. Dari peningkatan efisiensi operasional hingga perluasan jangkauan pasar dan dorongan inovasi, digitalisasi memberikan berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk tumbuh dan berkembang di era digital. Namun, untuk mencapai keberhasilan dalam transformasi digital, UKM perlu mengatasi berbagai tantangan dan hambatan yang ada serta berkomitmen untuk terus belajar dan beradaptasi. Dengan pendekatan yang tepat, digitalisasi dapat menjadi enabler utama yang membantu UKM mencapai keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

KESIMPULAN

Model bisnis usaha kecil dan menengah (UKM) sedang berubah karena sebagian besar disebabkan oleh digitalisasi, yang menawarkan banyak peluang untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing. UKM sangat penting bagi perekonomian di dunia yang semakin maju secara teknologi dan saling terhubung karena UKM mendorong inovasi dan pengembangan lapangan kerja. Namun, banyak UKM yang bergelut dengan masalah seperti akses terbatas ke pasar, uang tunai, dan teknologi,

yang sering kali menghambat ekspansi mereka. Digitalisasi dapat menjadi solusi potensial dalam situasi ini, membantu UKM untuk mengatasi hambatan-hambatan ini.

UKM dapat menjangkau konsumen dengan lebih sukses dan efisien berkat transformasi digital, yang mencakup berbagai elemen seperti e-commerce dan pemasaran digital. UKM dapat meningkatkan jangkauan pasar mereka tanpa memperhatikan geografi, meningkatkan hubungan dengan konsumen melalui media sosial dan aplikasi seluler, serta merampingkan prosedur operasional mereka dengan memanfaatkan platform digital. UKM juga lebih siap untuk mengumpulkan dan mengevaluasi data berkat penerapan teknologi seperti big data dan Internet of Things (IoT), yang memungkinkan mereka untuk mendasarkan keputusan mereka pada informasi yang benar.

Namun, jalan menuju digitalisasi tidak selalu mudah. Banyak UKM yang masih kurang memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk menggunakan teknologi baru dengan sukses. Oleh karena itu, dukungan dan pelatihan dari pemerintah dan lembaga terkait sangatlah penting. Selain pelatihan teknis, dukungan ini juga mencakup akses ke dana yang dibutuhkan untuk investasi teknologi. Selain itu, agar UKM dapat berfungsi dengan baik di dunia digital, perlu ada infrastruktur teknologi yang memadai. Budaya organisasi yang inovatif juga sama pentingnya bagi keberhasilan transformasi digital di UKM. Kepemimpinan yang proaktif dan visioner akan menginspirasi semua orang di perusahaan untuk merangkul teknologi baru dan menyesuaikan diri dengan perubahan. Di sisi lain, UKM juga didorong untuk beralih ke digital oleh tekanan pasar dan persaingan. UKM yang tidak beradaptasi berisiko kehilangan pangsa pasar karena konsumen sekarang lebih menyukai layanan yang tersedia secara online.

Dalam kesimpulannya, digitalisasi bukan hanya sekadar tren tetapi merupakan kebutuhan bagi UKM untuk bertahan dan berkembang di era modern ini. Dengan memahami konsep dasar digitalisasi dan model bisnis serta memanfaatkan peluang yang ada, UKM dapat meningkatkan daya saing mereka secara signifikan. Meskipun ada tantangan dalam proses adopsi teknologi ini, dengan dukungan yang tepat dan strategi yang efektif, UKM dapat mencapai keberhasilan dalam transformasi digital mereka. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UKM untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan zaman agar dapat memaksimalkan manfaat dari era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiza, F. (2023). PELINDUNGAN HUKUM ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL PRODUK DIGITAL USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH. *Jurnal Darma Agung*, 31(6), 222-233. <http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v31i6.3776>
- Amalia, N., Wati, R., Putri, B., & Mairiza, D. (2023). Eksistensi Prinsip Ekonomi Mikro Islam Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Digitalisasi. *Sharing: Journal of Islamic Economics Management and Business*, 2(2), 142-156. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.23419>
- Amilia, S. N., Zahro, A. H., Sari, F. S. B., Maharanie, P., & Ikaningtyas, M. (2024). PENGEMBANGAN UMKM DALAM STRATEGI DIGITALISASI DAN ADAPTASI TERHADAP PERUBAHAN ERA DIGITAL. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4). <https://doi.org/10.62281/v2i4.237>
- Anjarwati, S., Zaena, R. R., Fitrianiingsih, D., & Sulistiana, I. (2023). Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 57-72. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.181>
- Ariq, M. A., Anwar, N. H. P., & Rahma, S. A. (2023). Dampak Digitalisasi Terhadap Bisnis Dan Perdagangan. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(6), 1801-1816. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i6.401>

- Bakrie, R. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh kreativitas umkm serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 82-88. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.308>
- Darmayania, K. D., Waisnayanti, N. W., Mariadi, C. I. N., Dibya, M. S., & Widiantara, I. G. A. M. (2023). Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 3(2), 119-129. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v3i2.1476>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33-42. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v16i1.20799>
- Firdarini, K., & Kundala, M. M. (2024). PENGARUH PENGETAHUAN MANAJEMEN KAS DAN DIGITALISASI USAHA TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA UMKM SEKTOR INDUSTRI KREATIF PASCA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(1), 49-59. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v17i1.1096>
- Hendayana, Y., Aulia, A. A., Irawan, D. F., Pratiwi, D., Telaumbanua, K. K., Iskandar, N. P., ... & Deanova, S. (2023). Sistem Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Digitalisasi UMKM Desa Srimukti. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(3), 133-141. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i3.1356>
- Hendriyani, I., Zusrony, E., Anzie, L. P., Santoso, A. B., & Widyaningsih, D. (2024). PELATIHAN INTEGRASI DIGITALISASI DAN KOMUNIKASI BISNIS BAGI PELAKU UMKM IKATAN PENGUSAHA MUSLIMAH INDONESIA (IPEMI) KOTA SEMARANG. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3). <http://dx.doi.org/10.29040/budimas.v6i3.15445>
- Hidayat, A. R., Alifah, N., & Rodiansjah, A. A. (2023). Kontribusi Digitalisasi Bisnis Dalam Menyokong Pemulihan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran di Indonesia. *Syntax Idea*, 5(9), 1259-1269. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2559>
- Indriyani, N., & Natalia, E. Y. (2023). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Digitalisasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 523-533. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7897990>
- Legowo, M. B., Prayitno, D., & Indiarito, B. (2021). Program Kemitraan Masyarakat Untuk Sosialisasi Program Digitalisasi UMKM Di Wilayah Jakarta Pusat. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 3(2), 588-601. <https://doi.org/10.31316/jbm.v3i2.1766>
- Maulana, I. F., Anom, A., & Andayani, S. (2024). PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK, KREATIVITAS DAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERHADAP KESIAPAN DIGITALISASI UMKM DI KAVLING DPR SIDOARJO. *Agroterap Jurnal Agroindustri dan Agribisnis*, 3(1), 140-149. <https://doi.org/10.30996/agro.v2i2.9956>
- Muttaqin, A. Z., Darmawan, E. D., Muslima, F. K., Rahmawati, A. D., Wati, E. W., & Yudhanto, A. S. (2024). Pendampingan dan Pelatihan UMKM Kerupuk Krecek Gurih Barokah Gundi Sedah Berbasis Teknologi Informasi yang Berdaya Saing di Era Digitalisasi. *ULINA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 21-27. <https://doi.org/10.58918/ulina.v2i1.235>
- Nurhayati, A., Akbari, S., & Lailatun, N. E. (2024). MODEL BISNIS ECO-FRIENDLY UMKM KOPI BENDA: Fenomenologi Penggunaan Sepeda Elektrik Dalam Industri Kopi Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(4), 5233-5245.
- Pertiwi, Z. V., Shafyra, I. R., Arifin, A. L., & Azmy, A. (2024). KEMITRAAN JANGKA PANJANG TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA UMKM DI ERA DIGITAL. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 7322-7336. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13019>
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 7(1), 95-102. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>
- Saebah, N., & Asikin, M. Z. (2022). Efektivitas Pengembangan Digital Bisnis pada Gen-Z dengan Model Bisnis Canvas. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(11), 1534-1540. <https://doi.org/10.46799/jst.v3i11.649>

- Sulistyowati, R., Nuswantara, D. A., Fanggidae, A. H., Amtiran, P. Y., Fanggidae, R. P., Susandini, A., ... & Maulia, D. (2024). Program pengabdian kepada masyarakat nasional: pelatihan digital marketing dan digitalisasi akuntansi bagi UMKM di pulau Madura. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 3025-3032. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v8i3.25935>
- Suroto, S. (2023). Dampak Digitalisasi terhadap UMKM di Kota Jambi: Studi Deskriptif Kualitatif tentang Persepsi para Pakar dan Pelaku Usaha UMKM. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 7(3), 1830-1854. <https://doi.org/10.37250/khazanah.v7i3.219>
- Wijayanto, G., Jushermi, J., Restu, R., Pramadewi, A., & Rama, R. (2022). Pemulihan Ekonomi Pada Masa Pandemi Covid-19 Melalui Digitalisasi Markeing Pada Sektor UMKM. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(7), 630-635. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i7.378>
- Zaini, R. (2024). Efektivitas Digitalisasi UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi di Era Industri 4.0. *Pro Ekonomi*, 1(1), 26-33.