

## TRANSFORMASI DIGITAL UMKM KOTA PALEMBANG

Intan Putri<sup>1</sup>

[intanputri@uss.ac.id](mailto:intanputri@uss.ac.id)

<sup>1</sup> Universitas Sumatera Selatan  
Ahmad Iman Mulyadi<sup>2</sup>

<sup>2</sup> [ahmad.iman.mulyadi@polsri.ac.id](mailto:ahmad.iman.mulyadi@polsri.ac.id)

<sup>2</sup> Politeknik Negeri Sriwijaya  
Sri Dwi Fajarini<sup>3</sup>

<sup>3</sup> [fajarini13@gmail.com](mailto:fajarini13@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Muhammadiyah Bengkulu  
Rizki Eriyansyah<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Universitas Sumatera Selatan

<sup>4</sup> [rizkierian015@students.uss.ac.id](mailto:rizkierian015@students.uss.ac.id)

### ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Saat ini internet sangat mendunia dalam kehidupan manusia. Bagi masyarakat, internet memang sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan banyak tugas, akan tetapi ternyata internet pun membawa pengaruh dari hal-hal yang negatif pada mereka. Penggunaan internet memang sangat membantu dan meringankan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari terutama untuk pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat yang memiliki usaha. Semakin meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin signifikan terutama ditengah perkembangan teknologi komunikasi serta di masa pandemi Covid-19 beberapa tahun ini. Pemanfaatan internet terbukti membantu pelaku UMKM bertahan pada masa pandemi Covid-19. UMKM yang berada di garis depan guncangan ekonomi selama pandemi Covid-19 terlebih ketika terjadi *lockdown*, telah menghentikan segala aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, terjadinya penurunan permintaan serta mengganggu rantai perekonomian di seluruh dunia. Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Fokus penelitian pada metode penelitian kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan. Penelitian ini akan difokuskan kepada transformasi digital UMKM Kota Palembang. Teknik pengumpulan data untuk mengetahui data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang objektif, maka peneliti menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan *Digital transformation* atau transformasi digital adalah suatu perubahan metode dalam penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi agar lebih efektif dan efisien. Transformasi digital juga merujuk pada suatu proses perubahan ke masa depan (*irreversible change*) yang didasari pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan untuk memberikan nilai tambah bagi organisasi dan korporasi. Transformasi digital menuntut perubahan radikal dari proses bisnis konvensional menjadi proses bisnis digital. Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* memang dapat memberikan kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para UMKM untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya. Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil.

Kata Kunci: Transformasi, Digital, UMKM.

## PENDAHULUAN

Di era *industry 4.0* perkembangan teknologi semakin pesat dan cepat evolusi yang terjadi dari penemuan di bidang teknologi maupun inovasi internet menyebabkan banyaknya perubahan. Berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi maupun interaksi, juga mengalami perubahan yang tidak pernah diduga sebelumnya. Internet terhadap kehidupan bermasyarakat tentu saja memiliki dampak positif dan negatif. Dalam hal pemanfaatan internet agar memperoleh dampak positif seluas-luasnya tentu saja ini yang diharapkan. Misalnya saja bagaimana agar internet berfungsi sebagai media, mencari informasi dalam keperluan pekerjaan dan pendidikan serta berkomunikasi sehingga pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat, mudah dan murah.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Saat ini internet sangat mendunia dalam kehidupan manusia. Bagi masyarakat, internet memang sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan banyak tugas,

akan tetapi ternyata internet pun membawa pengaruh dari hal-hal yang negatif pada mereka. Penggunaan internet memang sangat membantu dan meringankan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari terutama untuk pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat yang memiliki usaha. Semakin meningkatnya jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia semakin signifikan terutama ditengah perkembangan teknologi komunikasi serta di masa pandemi Covid-19 beberapa tahun ini. Pemanfaatan internet terbukti membantu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada masa pandemi Covid-19. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di garis depan guncangan ekonomi selama pandemi Covid-19 terlebih ketika terjadi *lockdown*, telah menghentikan segala aktivitas ekonomi secara tiba-tiba, terjadinya penurunan permintaan serta mengganggu rantai perekonomian di seluruh dunia.

Proses perubahan dari bentuk analog ke bentuk digital yang biasa dinamakan digitalisasi, yang mana proses melalui teknologi informasi sebagai digitalisasi. Pergantian milenium melihat kemajuan besar yang

dibuat dengan teknologi seperti ponsel, pemroses data, komputasi terdistribusi, penyimpanan, dan jaringan seluler digital. Konversi digital ini lebih maju dari digitalisasi, dan dikategorikan pada tingkat berikutnya yang dikaitkan dengan istilah digitalisasi. Digitalisasi memerlukan berbagai cara-cara baru untuk berkomunikasi dan berkolaborasi sehingga dipahami sebagai penggunaan teknologi dan data digital (*digital dan native digital*) untuk menciptakan pendapatan, meningkatkan bisnis, dan mengganti atau mengubah proses bisnis (tidak hanya mendigitalkannya). Berkaitan dengan hal tersebut, transformasi digital dapat diartikan sebagai integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek dan operasi organisasi, yang pada gilirannya mengarah pada perubahan infrastruktur dalam cara organisasi dioperasikan dan memberikan nilai kepadapelanggannya (McGrath & Maiye, 2010).

Secara fundamental transformasi digital dapat mengubah operasi bisnis, produk, dan proses, yang dalam beberapa kasus mengarah ke model bisnis yang benar-benar baru. Organisasi ataupun perusahaan, terlepas dari jenis dan ukurannya, perlu dipersiapkan untuk menyesuaikan

ataupun mengganti proses bisnis yang dimiliki dengan yang baru (Scheppeler & Weber, 2020). Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Transformasi Digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang”. Berdasarkan latarbelakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Transformasi Digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang?. serta tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Transformasi Digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. Adapun manfaat dari penelitian terdiri dari:

#### **Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai transformasi digital dan UMKM serta dapat menjadi rujukan ilmu untuk penelitian selanjutnya.

#### **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat bagi mahasiswa, praktisi, ataupun masyarakat mengenai transformasi digital dan UMKM dalam memberi pengetahuan Pelaku UMKM Kota Palembang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu strategi yang dipilih peneliti untuk mengamati atau menggambarkan suatu fenomena, mengumpulkan informasi dan menyajikan hasil dari penelitian ini. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman mengenai suatu fenomena. Pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh sebuah subjek penelitian, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah, dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2017:6).

### **Fokus Penelitian**

Fokus penelitian pada metode penelitian kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan. Penelitian ini akan difokuskan kepada transformasi digital UMKM Kota Palembang.

### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu:

#### **Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan data yang berasal dari sumber peninjauan pertama. Sumber data primer ini berasal dari data lapangan yang diperoleh melalui wawancara pada informan yang memiliki informasi mengenai objek penelitian dalam penelitian ini. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*.

#### **Sumber Data Sekunder**

Data sekunder adalah data-data yang di dapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya seperti observasi dan dokumentasi (melalui literature-literatur lainnya).

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data untuk mengetahui data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang objektif, maka peneliti menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dokumentasi.

#### **Wawancara Mendalam**

Menurut Moleong (20017:186) Wawancara merupakan proses menggali informasi secara

fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan

mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian.

### **Observasi**

Menurut Sugiyono (2014:145), Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Menurut Riyanto (2010:96), Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

### **Dokumentasi**

Penggunaan teknik dokumentasi ini bertujuan untuk menggali data-data yang bersifat historis maksudnya catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2014:145) hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel atau dapat dipercaya sebagai bukti dalam pengumpulan data yang sudah dijalankan dengan menggunakan teknik dokumentasi.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah suatu usaha untuk mengurai masalah atau

atau tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya (Satori dan Aan, 2014:200). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah analisis data model Miles dan Huberman dalam Pujileksono (2015:152), meliputi:

#### *Data Collection,*

Tahap mengumpulkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, penelitian kepustakaan dan dokumentasi serta data sekunder lainnya yang berhasil diperoleh.

#### *Data Reduction (Reduksi Data)*

Merupakan tahap merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahapan-tahapan reduksi data meliputi:

1. Membuat ringkasan,
2. Mengkode,
3. Menelusur Tema,
4. Membuat Gugus-gugus,
5. Membuat Partisi,



6. Menulis Memo (Pujileksono, 2015: 152)

Reduksi data iartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian di lapangan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi selanjutnya membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo. Reduksi data/proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun (Satori dan Aan, 2014:218)

#### **Data Display (Penyajian data)**

Penyajian data merupakan rangkaian kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga mudah dipahami. Kemampuan manusia sangat terbatas dalam menghadapi catatan lapangan yang bias, jadi mencapai ribuan halaman. Oleh karena itu diperlukan sajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya (Satori dan Aan, 2014:219). Penyajian data berarti

mendisplay atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan, antar kategori, dan lain sebagainya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang telah terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. (Pujileksono, 2015: 152).

#### **Conclusion**

#### **Drawing/verification**

#### **(Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)**

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dan hipotesis atau teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan setelah dari lapangan (Pujileksono, 2015: 152). Penarikan kesimpulan sebagai satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan diverifikasi selama penelitian

berlangsung. Verifikasi merupakan tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan dengan peninjauan kembali sebagai upaya untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya.

#### Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini yaitu:

- a. Ni Putu Liana Stanel Andini, dengan judul *Implementasi Program Transformasi Digital dalam Mendorong Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Buleleng*.

Hasil dari penelitiannya yaitu: implementasi program transformasi digital dalam mendorong pemasaran produk umkm kabupaten buleleng oleh dinas perdagangan, perindustrian, koperasi dan umkm menurut konsep edward iii sudah mengalami perubahan antar dimensi implementasi

didalamnya, walaupun beberapa indikator masih mengalami kekosongan yang mengganggu terhadap pelaksanaan implementasi program transformasi digital. adapun faktor penghambat dari pelaksanaan implementasi program transformasi digital dalam mendorong pemasaran produk umkm di masa pandemi covid-19 yaitu : pengetahuan teknologi masih rendah bagi umkm non produktif; minimnya modal usaha bagi pelaku umkm di masa pandemic; dan sulitnya perizinan bagi umkm. upaya dinas perdagangan, perindustrian, umkm dan koperasi dalam mengatasi hambatan implementasi program transformasi digital dalam mendorong pemasaran produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada masa pandemi covid-19 di kabupaten buleleng antara lain: memberi pelatihan kepada pelaku umkm yang tidak aktif; mempermudah perizinan; pemberian referensi kepada umkm ke bank mengena prosedur pemberian pinjaman; dan pemberlakuan program gerakan nasional bangga buatan indonesia (GERNAS BBI)

- b. Penelitian Evans E.W. Tulungen, David P.E. Saerang, Joubert B. Maramis, 2022, Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi dengan judul penelitian *Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital*. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut yaitu: Menghadapi era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*) tidak dapat dipungkiri dengan kehadiran teknologi informasi khususnya di sektor pemerintahan akan memberikan dampak yang signifikan diantaranya yaitu kemudahan dalam memperoleh informasi, kecepatan dalam pelayanan dan membantu para pemimpin dalam pengambilan keputusan dengan memanfaatkan data besar (*big data*). Peran seorang pemimpin dalam mewujudkan pemanfaatan teknologi informasi dalam sektor pemerintahan menjadi sebuah keharusan. Kepemimpinan digital menjadi bagian penting dalam implementasi transformasi digital di sektor pemerintahan.

## PEMBAHASAN

Transformasi digital terdiri dari efek gabungan dari beberapa inovasi dan teknologi digital yang menghadirkan struktur, praktik, nilai, pengaturan, dan keyakinan baru yang mengubah, mngganti, atau melengkapi aturan yang ada dalam organisasi, ekosistem, industry (Westerman et al., 2014). Transformasi digital penting bagi semua perusahaan industri dan sektor pemerintahan yang sangat bergantung pada sistem, TI, strategi, dan sumber daya manusia. Transformasi digital adalah tentang melepaskan nilai dari proses bisnis dan mengembalikannya kepada pelanggan dan penggunaandata dan analitik untuk menciptakan pengalaman baru dan inovatif.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, salah satunya di pasar 16 Ilir kota Palembang, transformasi digital mulai dilakukan terutama pada sistem pembayara. Perjalanan transformasi digital akan menjadikan organisasi yang digerakkan oleh analisis dan menerapkan teknologi AI yang disematkan sebagai kebiasaan. Transformasi digital secara ekstensif dianggap sebagai pendorong perubahan dalam semua konteks,



terutama dalam konteks bisnis, dan mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia berdasarkan pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Teknologi digital telah mengubah sektor publik dengan memengaruhi aplikasi, proses, budaya, struktur, dan tanggung jawab serta tugas pegawai negeri (Tangi et al., 2021). Transformasi digital dapat didefinisikan sebagai modifikasi (atau adaptasi) model bisnis, yang dihasilkan dari laju dinamis kemajuan teknologi dan inovasi yang memicu perubahan perilaku konsumen dan sosial (Kotarba, 2018).

**Gambar 1. Transformasi digital dari segi Pembayaran**



Sumber: Data Penelitian, 2023

*Digital transformation* atau transformasi digital adalah suatu perubahan metode dalam penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi agar lebih efektif dan efisien. Transformasi digital juga merujuk pada suatu proses perubahan ke masa depan (*irreversible change*)

yang didasari pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan untuk memberikan nilai tambah bagi organisasi dan korporasi. Transformasi digital menuntut perubahan radikal dari proses bisnis konvensional menjadi proses bisnis digital. Transformasi digital juga merupakan salah satu cara untuk beradaptasi secara fleksibel menghadapi perubahan di masyarakat (Hadiono, 2020). Kesiapan masyarakat diperlukan untuk adanya transformasi digital terutama UMKM yang ada di Kota Palembang, sosialisasi harus terus dilakukan untuk terciptanya masyarakat yang siap menerima transformasi digital tersebut. Berikut salah satu penampakan bentuk sosialisasi yang dilakukan agar masyarakat siap bertransformasi ke digital.

**Gambar 2. Sosialisasi Transformasi Digital**



Sumber: Data Penelitian, 2023

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, merupakan jenis kelompok usaha yang memiliki peranan paling besar. Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) juga sebagai salah satu pendorong atau penggerak untuk meningkatkan perekonomian nasional dan sebagai sumber terciptanya lapangan kerja baru. Di Indonesia sendiri, disebut sebagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang No.20 pasal 1 tahun 2008.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU No.20 pasal 1 tahun 2008.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU No.20 pasal 1 tahun 2008.
4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Dengan adanya pengenalan sistem pemasaran digital ini diharapkan para pelaku UMKM bisa lebih mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online, sebab melalui sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online produk-produk dari UMKM akan dapat lebih dikenal oleh masyarakat, pemesanan bisa dilakukan secara online, sehingga dapat memudahkan pembeli dan pelaku UMKM dalam bertransaksi jual beli pasca pandemi covid-19 saat ini. Selain itu, era globalisasi sekarang ini juga dikenal sebagai Era Ekonomi Baru (*New Economy Era*), Era Ekonomi Digital (*Digital Economy Era*). Era Ekonomi baru ditandai dengan penerapan teknologi informasi di dalam menjalankan kegiatan ekonominya.

Penerapan teknologi informasi yang dibutuhkan yaitu dengan model pemasaran produk UMKM melalui media sosial Instagram, Facebook dan lain-lainnya untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Banyaknya manfaat yang dapat dirasakan oleh UMKM dengan penggunaan media sosial merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi UMKM untuk terus memanfaatkan media

sosial dalam rangka mengembangkan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, penyalur maupun pemasok, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok dan berbagai pihak yang berkepentingan; kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Selain itu, tidak hanya media sosial, penggunaan *e-commerce* merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun *image* tentang merek suatu produk.

### Gambar 3. Penggunaan Media Sosial



Sumber: Data Penelitian, 2023

Tidak hanya itu, perkembangan informasi dari seluruh dunia juga dapat diakses dimanapun dan oleh siapapun. Oleh karenanya, penggunaan teknologi informasi dan sosial media serta *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk terus mengembangkan produknya dan sangat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Dan yang paling penting, manfaat dari media sosial ini dan *e-commerce* adalah tidak berbayar dan tidak memerlukan *software* khusus. Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* memang dapat memberikan kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh para UMKM untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya. Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil.

## SIMPULAN DAN SARAN

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Saat ini internet sangat mendunia dalam kehidupan manusia. Bagi masyarakat, internet memang sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan banyak tugas, akan tetapi ternyata internet pun membawa pengaruh dari hal-hal yang negatif pada mereka. Penggunaan internet memang sangat membantu dan meringankan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari terutama untuk pemberdayaan masyarakat terutama masyarakat yang memiliki usaha.

Pemanfaatan internet terbukti membantu pelaku UMKM bertahan pada masa pandemi Covid-19. Oleh karenanya, penggunaan teknologi informasi dan sosial media serta *e-commerce* dapat membantu UMKM untuk terus mengembangkan produknya dan sangat membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* memang dapat memberikan kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang



dilakukan oleh para UMKM untuk memasarkan produknya serta dapat meminimalkan biaya. Namun masih banyak pula pelaku UMKM yang kurang mengerti dengan pemanfaatan media sosial untuk memasarkan bisnisnya, mereka masih melakukan pemasaran secara tradisional yaitu dengan memasarkan produk langsung kepada konsumen yang hanya mempunyai cakupan wilayah yang masih kecil. Sehingga diharapkan adanya sosialisasi lebih lanjut untuk menggiring masyarakat khususnya UMKM dalam bertransformasi ke arah digital.

#### Daftar Pustaka

- E.E.W. Tulungen., J.B. Maramis., D.P.E. Saerang. *Transformasi Digital: Peran Kepemimpinan Digital Digital Transformation: Role Of Digital Leadership*. Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Jurnal EMBA Vol. 10 No. 2 April 2022, Hal. 1116-1123 ISSN 2303-1174
- Hadiono, Kristophorus and Santi, Rina Chandra Noor. 2020. *Menyongsong Transformasi Digital. Proceeding SENDIU*. ISBN: 978-979
- Kotarba, M. 2018. *Digital transformation of business models. Foundations of Management*, 10(1), 123-142. <https://doi.org/10.2478/fman-2018-0011>
- McGrath, K., & Maiye, A. (2010). *The role of institutions in ICT innovation: Learning from interventions in a Nigerian e-government initiative. Information Technology for Development*, 16(4), 260-278. <https://doi.org/10.1080/02681102.2010.498408>
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Scheppler, B., & Weber, C. (2020). *Robotic Process Automation. Informatik-Spektrum*, 43(2), 152-156. <https://doi.org/10.1007/s00287-020-01263-6>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tangi, L., Janssen, M., Benedetti, M., & Noci, G. 2021. *Digital government transformation: A structural equation modelling analysis of driving and impeding factors. International Journal of Information Management*, 60(April). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102356>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *The Nine Elements of Digital Transformation Opinion & Analysis. MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.