Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

LITERATURE REVIEW PLATFORM DIGITAL SEBAGAI MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Mario Pradana Putra
Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia
E-mail: mario.pradanaa@gmail.com

Abstrak

Sekarang ada lebih banyak peluang yang tersedia daripada sebelumnya karena revolusi digital terus menembus setiap sektor ekonomi. Hipotesis perspektif berbasis sumber daya menegaskan bahwa transformasi digital meningkatkan kemampuan inovatif dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Karena menjamurnya perusahaan kecil dan menengah (UKM) dan peran yang relatif signifikan yang mereka mainkan dalam perekonomian masyarakat setempat, era digital saat ini penuh dengan sejumlah tantangan yang muncul sebagai hasilnya. Tantangan utama yang dimiliki usaha kecil dan menengah (UKM) ketika mencoba mendigitalkan operasi mereka termasuk kurangnya sumber daya tunai, sumber daya pengetahuan yang rendah, dan pemahaman konsep teknologi yang terbatas. Platform digital dibangun di atas ekosistem yang membantu organisasi kecil dan menengah dalam beradaptasi lebih baik dengan pengaturan yang tidak dapat diprediksi dan berubah dengan menggabungkan sumber informasi utama dan mempersonalisasi sumber daya internal dan eksternal.

Kata kunci: *Digital Transformation, Digitization, SME, Digital Platform, Ecosystem*

Abstract

There are now more opportunities available than ever before as the digital revolution continues to permeate every sector of the economy. The resource-based perspective hypothesis asserts that digital transformation improves both innovative capabilities and the overall performance of businesses. Due to the proliferation of small and medium-sized firms (SMEs) and the relatively significant role they play in the economy of the local community, the current digital age is fraught with a number of challenges that have arisen as a result. The key challenges that small and medium-sized enterprises (SMEs) have when attempting to digitalize their operations include a lack of cash resources, low knowledge resources, and limited grasp of technology concepts. Digital platform built on an ecosystem that assists small and medium-sized organizations in better adapting to settings that are unpredictable and changing by combining key information sources and personalizing internal and external resources.

Keywords: *Digital Transformation, Digitization, SME, Digital Platform, Ecosystem.*

How to cite:	Mario Pradana Putra (2022), Literature Review Platform Digital Sebagai Media Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah, Vol. 7, No. 11, http://Dx.Doi.Org/10.36418/syntax-literate.v7i11.11900
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

Pendahuluan

Karena dampaknya yang signifikan terhadap kesehatan ekonomi secara keseluruhan, pemerintah mempertimbangkan perluasan peluang bagi usaha mikro dan kecil (juga dikenal sebagai UMi dan UMKM) sebagai tujuan utama pembangunan (Saputri et al., 2021). Untuk memenuhi target pencapaian rasio kredit terhadap UMKM sebesar 30 persen pada tahun 2024, pemerintah membentuk holding ultra mikro (UMi) yang dipimpin oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI). Organisasi ini akan memberikan pinjaman kepada pelaku UMKM yang murah dan mudah diperoleh. Melalui pemanfaatan ekosistem digital, BRI berupaya secara konsisten meningkatkan posisinya sebagai bank yang berfokus pada UMKM guna membantu UMKM untuk naik level. Sebagai bagian dari transformasi digital berkelanjutan yang dilakukan bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang mudah diakses dan menyeluruh, BRI kini mengambil tiga langkah nyata menuju terciptanya UMKM (Yani et al., 2018).

Karena teknologi digital semakin lazim di semua bidang ekonomi, semakin banyak perusahaan yang menemukan jalan baru untuk pertumbuhan (Škare & Soriano, 2021). Melalui penggunaan strategis dan pengelolaan teknologi digital yang terus berkembang, sebuah perusahaan berpotensi memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang (A. Arslan et al., 2022). Konsekuensi dari transformasi digital pada organisasi dan perusahaan telah menjadi subjek penelitian yang signifikan, baik dalam hal seberapa efektif mereka beroperasi dan seberapa mampu mereka melakukan transformasi digital. Menurut hasil penelitian, transformasi digital dapat memberikan efek menguntungkan baik pada inovasi maupun kesuksesan perusahaan. Kesimpulan ini didasarkan pada hipotesis berbasis sumber daya (Verhoef et al., 2021).

Era digitalisasi saat ini telah melahirkan sejumlah platform digital dengan kemampuan yang semakin kompleks, termasuk memfasilitasi keterlibatan pihak ketiga sebagai salah satu tugas tersebut (P. Aversa et al., 2021). Kapasitas organisasi untuk menggunakan alat dan teknologi digital mutakhir untuk memperoleh keunggulan kompetitif, yang pada gilirannya dapat memiliki implikasi luas pada profitabilitas dan produktivitas perusahaan, adalah salah satu definisi kapabilitas platform digital (Dey & Shekhawat, 2021).

Lingkungan yang kita tinggali saat ini menghadirkan masalah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang semakin sulit (Silva et al., 2021). Ini adalah tantangan yang dihadapi banyak UMKM, dan banyak dari mereka memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan kreativitas model bisnis mereka. Hal ini karena merupakan tantangan yang dihadapi oleh banyak UMKM (Navarrete-Segado et al., 2022). Hal ini disebabkan oleh adaptabilitas platform digital, serta kerangka waktu pengambilan keputusan yang relatif cepat, yang keduanya memungkinkan UMKM dengan cepat menciptakan ide-ide baru (Cenamor & Frishammar, 2021; Sivarajah et al., 2019). Konsekuensinya, UMKM dapat meningkatkan model bisnisnya dengan menggunakan berbagai platform online yang berbeda.

Diperkirakan nilai ekonomi digital di Indonesia saat ini lebih dari USD70 juta, dengan e-commerce mencapai lebih dari 70% dari jumlah tersebut. Tumbuhnya ekosistem digital menjadi jalan utama dalam mendorong perekonomian, khususnya di sektor UMKM (Kompas, 7 Desember 2022). Ekosistem digital itu sendiri adalah jaringan teknologi informasi yang terhubung yang dapat digunakan oleh berbagai pihak, seperti produsen, distributor, pengecer, pemasok data, mitra dagang, dan banyak lagi. Pihak-pihak ini dapat mengambil keuntungan dari ekosistem digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana ekosistem digital, jika digabungkan dengan teknologi pengumpulan data dan komunikasi, serta internet, dapat membantu perluasan UMKM (A. D. Permana et al., 2022).

Karena dampaknya yang signifikan terhadap kesehatan ekonomi secara keseluruhan, pemerintah mempertimbangkan perluasan peluang bagi usaha mikro dan kecil (juga dikenal sebagai UMi dan UMKM) sebagai tujuan utama pembangunan. Untuk memenuhi target pencapaian rasio kredit terhadap UMKM sebesar 30 persen pada tahun 2024, pemerintah membentuk holding ultra mikro (UMi) yang dipimpin oleh PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI). Organisasi ini akan memberikan pinjaman kepada pelaku UMKM yang murah dan mudah diperoleh. Melalui pemanfaatan ekosistem digital, BRI berupaya secara konsisten meningkatkan posisinya sebagai bank yang berfokus pada UMKM guna membantu UMKM untuk naik level. Sebagai bagian dari transformasi digital berkelanjutan yang dilakukan bank untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang mudah diakses dan menyeluruh, BRI kini mengambil tiga langkah nyata menuju terciptanya UMKM.

Karena teknologi digital semakin lazim di semua bidang ekonomi, semakin banyak perusahaan yang menemukan jalan baru untuk pertumbuhan (Škare & Soriano, 2021). Melalui penggunaan strategis dan pengelolaan teknologi digital yang terus berkembang, sebuah perusahaan berpotensi memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang (O. Arslan & Arslan, 2022). Konsekuensi dari transformasi digital pada organisasi dan perusahaan telah menjadi subjek penelitian yang signifikan, baik dalam hal seberapa efektif mereka beroperasi dan seberapa mampu mereka melakukan transformasi digital. Menurut hasil penelitian, transformasi digital dapat memberikan efek menguntungkan baik pada inovasi maupun kesuksesan perusahaan. Kesimpulan ini didasarkan pada hipotesis berbasis sumber daya (Mardani et al., 2022).

Era digitalisasi saat ini telah melahirkan sejumlah platform digital dengan kemampuan yang semakin kompleks, termasuk memfasilitasi keterlibatan pihak ketiga sebagai salah satu tugas tersebut (I. Aversa et al., 2020). Kapasitas organisasi untuk menggunakan alat dan teknologi digital mutakhir untuk memperoleh keunggulan kompetitif, yang pada gilirannya dapat memiliki implikasi luas pada profitabilitas dan produktivitas perusahaan, adalah salah satu definisi kapabilitas platform digital (Dey & Shekhawat, 2021).

Lingkungan yang kita tinggali saat ini menghadirkan masalah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang semakin sulit (Silva et al., 2021). Ini adalah tantangan yang dihadapi banyak UMKM, dan banyak dari mereka memanfaatkan platform digital untuk

meningkatkan kreativitas model bisnis mereka. Hal ini karena merupakan tantangan yang dihadapi oleh banyak UMKM (Navarrete-Segado et al., 2022). Hal ini disebabkan oleh adaptabilitas platform digital, serta kerangka waktu pengambilan keputusan yang relatif cepat, yang keduanya memungkinkan UMKM dengan cepat menciptakan ide-ide baru (Cenamor & Frishammar, 2021; Sivarajah et al., 2019). Konsekuensinya, UMKM dapat meningkatkan model bisnisnya dengan menggunakan berbagai platform online yang berbeda.

Diperkirakan nilai ekonomi digital di Indonesia saat ini lebih dari USD70 juta, dengan e-commerce mencapai lebih dari 70% dari jumlah tersebut. Tumbuhnya ekosistem digital menjadi jalan utama dalam mendorong perekonomian, khususnya di sektor UMKM (Kompas, 7 Desember 2022). Ekosistem digital itu sendiri adalah jaringan teknologi informasi yang terhubung yang dapat digunakan oleh berbagai pihak, seperti produsen, distributor, pengecer, pemasok data, mitra dagang, dan banyak lagi. Pihak-pihak ini dapat mengambil keuntungan dari ekosistem digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana ekosistem digital, jika digabungkan dengan teknologi pengumpulan data dan komunikasi, serta internet, dapat membantu perluasan UMKM (D. A. Permana et al., 2021).

Metode Penelitian

Tinjauan literatur, juga dikenal sebagai Studi Literatur, adalah sejenis studi akademis di mana para peneliti mengumpulkan sejumlah besar buku dan jurnal terkait tentang subjek atau topik tertentu. Pendekatan ini dilakukan untuk menggali sejumlah teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi dan diteliti saat ini. Teori-teori ini akan menjadi titik referensi dalam analisis selanjutnya dari temuan penelitian, yang akan dilakukan dengan menggunakan metode ini.

Dimungkinkan untuk mengumpulkan informasi untuk tinjauan literatur dari berbagai sumber, seperti jurnal nasional dan internasional (seperti BASE, Science Direct, dan Neliti), serta buku teks dan panduan yang mencakup topik seperti temuan studi tentang higiene dan sanitasi makanan di kawasan wisata dan peraturan perundang-undangan yang terkait.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Seseorang Sesuai dengan Kedudukan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan institusi yang sangat vital bagi perluasan dan peningkatan perekonomian di daerah sekitarnya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah berkontribusi pada peningkatan produksi, penciptaan lapangan kerja baru, dan peningkatan kualitas warga sekitar. perusahaan komersial di daerah tersebut, organisasi tersebut memiliki pengaruh kolektif yang substansial terhadap lingkungan dan penduduk daerah tersebut (Artin, 2022). Menurut Asian Development Bank (2018), UMKM berfungsi sebagai pusat ekonomi Asia, terutama di negara-negara miskin (Rasoulinezhad, 2022). Ini berfungsi sebagai

penggerak ekonomi UMKM, yang merupakan singkatan dari Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN). Mereka bertanggung jawab atas antara 95 dan 99 persen dari semua bisnis komersial dan menghasilkan antara 51 hingga 97 persen dari semua tempat kerja yang tersedia di banyak negara anggota ASEAN, yang menjadikan mereka pendorong utama PDB ekonomi kawasan dan juga kontributornya. Secara umum, kontribusi UKM terhadap PDB sangat signifikan, berkisar antara 23% hingga 58%, dan kontribusinya terhadap ekspor juga cukup besar, berkisar antara sekitar 10% hingga 30%. Kedua kontribusi ini penting dalam hak mereka sendiri. Selain itu, mereka memungkinkan tercapainya tingkat kesetaraan gender yang lebih tinggi di tempat kerja (Laporan Tahunan ASEAN, 2020) dan meningkatkan keterlibatan kaum muda dalam ekonomi (Rasoulinezhad, 2022).

Dengan melakukan kegiatan seperti pengembangan bisnis dan keuangan, berbagai pihak, termasuk pemerintah dan organisasi dari sektor swasta, telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan UKM yang berkelanjutan. Sayangnya, banyak pemilik bisnis belum menyadari potensi keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan teknologi web untuk memperluas operasi mereka. Meskipun demikian, penggunaan teknologi, informasi, dan internet semakin tersedia bagi masyarakat umum dan semakin meningkat penggunaannya. Namun, banyak orang Indonesia yang kurang memiliki pengetahuan untuk membawa produk mereka ke tingkat berikutnya melalui penggunaan strategis teknologi online, meskipun faktanya mereka memiliki kapasitas untuk membangun UMKM yang kompetitif dan beragam talenta kreatif. Keadaan ini memberikan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pemirsa yang melek komputer, dan yang akan membantu para pelaku UMKM dalam menyesuaikan layanan berbasis teknologi dengan kebutuhan belanja online, sehingga membuka saluran baru potensi keuntungan.

Pemilik bisnis tidak perlu lagi memiliki pemahaman yang kuat tentang bahasa pemrograman untuk mengembangkan situs web e-niaga yang sepenuhnya efektif. Ini sekarang dapat dicapai berkat beragam layanan dengan harga terjangkau yang disediakan oleh pengusaha lokal. Dengan cara ini, pemilik perusahaan hanya dapat fokus pada produksi produk mereka. Karena beroperasi sebagai toko online, UMKM mampu memberikan berbagai keuntungan sekaligus sebagai sarana pengajaran bagi pemilik perusahaan yang kurang memiliki pengalaman sebelumnya di sektor tersebut. Tidak ada ruginya memiliki pengetahuan dasar tentang optimasi mesin pencari (SEO), kata kunci, backlink, dan masalah relevan lainnya di antara anggota UMKM.

Dengan menyediakan layanan periklanan profesional, organisasi seperti Gopher Indonesia dapat membantu pemilik perusahaan UKM dalam meningkatkan visibilitas mereka di internet. Jika pemerintah mengadopsi pendekatan yang lebih praktis untuk mendorong ekonomi digital di kelas UMKM, akan ada perkembangan industri yang positif, yang akan memberikan kemungkinan yang menarik.

Pada Agustus tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia mencapai 65,4 juta UMKM. Seiring dengan peningkatan UMKM tersebut, kontribusi besar telah diberikan kepada PDB (PDB) Indonesia. Selama ini UMKM di Indonesia bertanggung jawab

memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07%. Selain itu, 117 juta orang memiliki pekerjaan karena UMKM (sekitar 97 persen dari total). Keberhasilan UMKM juga sangat terbantu oleh pemerintahan sekarang yang cukup menguntungkan dalam hal ini. Menurut Menko Perekonomian Airlangga Hartarto, pemerintah telah memberikan bantuan kepada UMKM dalam bentuk uang sebesar Rp. 95,87 triliun. Selain itu, sejumlah inisiatif tambahan yang memberikan peserta dalam bantuan keuangan UMKM juga telah dibentuk.

Permasalahan yang Dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dampak paling dahsyat dari wabah saat ini dirasakan di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ketika masalah terjadi di UMKM, mungkin menjadi beban ekonomi seluruh negara jika karyawan dan pemilik perusahaan dipaksa untuk membuat pilihan sulit tentang bagaimana hubungan kerja mereka harus disusun.

Hal ini terjadi sebagai akibat langsung dari penurunan produksi, yang pada gilirannya menyebabkan penurunan pendapatan yang besar. Padahal, kajian dampak pandemi terhadap UMKM di Indonesia yang dilakukan *Asian Development Bank* (ADB) menemukan lebih dari enam puluh persen perusahaan kecil telah memangkas jumlah karyawan yang mereka pekerjakan.

Kontribusi UMKM yang signifikan terhadap perekonomian suatu bangsa seringkali dibarengi dengan berbagai kesulitan. Sumber daya yang terbatas, kurangnya inovasi (Keuangan, 2022), dan kendala distribusi (Kou et al., 2021) Kurangnya pengetahuan tentang pengembangan teknologi dan masalah terkait lainnya adalah tantangan umum yang dihadapi pengusaha UMKM (Adomako & Ahsan, 2022).

Platform Digital yang Digunakan Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Mikro dan Menengah

Arsitektur teknis yang memungkinkan pengembangan fungsi komputasinya dan integrasi platform informasi, komputasi, dan komunikasi yang dapat diakses oleh organisasi disebut sebagai platform digital (Navarrete-Segado et al., 2022). Dalam beberapa tahun terakhir, sejumlah UKM telah merangkul platform digital untuk memasukkan teknologi digital ke dalam barang dan proses non-digital mereka sebelumnya. Tren ini sangat lazim di pasar negara berkembang (Balta et al., 2020). Percepatan proses transformasi digital internal organisasi, yang selanjutnya dapat digunakan untuk meningkatkan aktivitas penciptaan nilai organisasi tersebut, adalah salah satu cara platform digital dapat bermanfaat bagi organisasi (Warner & Wäger, 2019).

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa platform digital berbasis ekosistem dapat menginspirasi ketiga pihak yang terlibat dalam platform tersebut untuk menghasilkan ide yang saling menguntungkan dan membangun jaringan lintas perusahaan (I. Aversa et al., 2020). Platform digital berbasis ekosistem memungkinkan untuk memiliki efek jaringan yang positif, basis klien yang lebih besar, penskalaan yang mulus, penemuan prospek dan aset inovatif, serta akses yang lebih cepat ke solusi digital dan layanan intelijen bisnis (Presser et al., 2019).

Platform digital tidak hanya memiliki kelebihan, tetapi juga menghadirkan masalah baru, seperti fragmentasi persaingan, reputasi yang ternoda, dan keamanan digital yang dikompromikan, umumnya dikenal sebagai lock-in. Pada setiap platform digital yang dibangun di atas ekosistem yang dikembangkan untuk UMKM, kemungkinan terjadinya bahaya ini cukup tinggi. Pembangunan suatu platform komunitas online bagi UMKM harus disusun dan direncanakan dengan baik untuk mendapatkan mafaat dan memperkecil resiko yang terjadi seperti (Sen et al., 2016).

Di masa pandemi Covid-19, UMKM memiliki kemampuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional yang menjadikannya sebagai komponen penting dari ekologi ekonomi. Digitalisasi program UMKM merupakan salah satu jawaban potensial atas permasalahan tersebut. Transisi dari offline ke online diperlukan untuk "digitalisasi". Transisi ini merupakan bagian dari fenomena yang lebih besar yang dikenal sebagai "media wirausaha dan pasar" (perantara), yang dirancang untuk mempermudah akses pasar bagi pemilik usaha kecil dan menengah (UKM).

Pengaruh teknologi digital terhadap unit bisnis baru akan sangat besar. Program digitalisasi telah menjadi komponen utama Kementerian UMKM dan proyek transformasi kemitraan. Akibat pergeseran perilaku konsumen akibat pandemi, digitalisasi UMKM telah muncul sebagai norma budaya baru yang kemungkinan akan tetap lazim di masa mendatang. Sekarang ada 10,25 miliar usaha mikro dan mikro (UMKM) yang terhubung dengan platform digital, menurut statistik yang disediakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro. Munculnya ekonomi digital telah menghasilkan pengembangan model bisnis baru yang disebut sebagai "kewirausahaan". Model ini mengintegrasikan teknologi digital ke dalam setiap langkah proses bisnis, mulai dari tahap manufaktur hingga tahap pemasaran. Selama masa pandemi Covid-19, program ini bertujuan untuk menjamin para pemilik UMKM mampu mempertahankan bahkan meningkatkan penjualannya melalui pemanfaatan infrastruktur digital. Karena baru ada sekitar 10–11 miliar UMKM yang kini terhubung ke internet secara digital. Untuk mentransformasi UMKM secara digital, Kemenkop UKM telah menyusun strategi dengan empat pilar sebagai berikut:

a. Meningkatkan SDM dengan memberikan pelatihan kepada pemilik perusahaan UMKM guna meningkatkan kapabilitas perusahaannya.
b. Mengambil tindakan untuk meningkatkan operasi bisnis bagi pengusaha UMKM, seperti pelatihan pemasaran dan literasi keuangan
c. Meningkatkan akses pasar guna memberikan kesempatan kepada pemilik perusahaan UMKM untuk menjual barang dan jasanya kepada pemerintah.
d. Merayakan pelaku UMKM lokal yang berpotensi mendorong perusahaan kecil lainnya untuk berpartisipasi dalam platform digital atau *marketplace* dunia (ekspor)

Pemanfaatan Pemasaran Digital dalam Mengembangkan Usaha Kecil Mikro dan Menengah

Di Indonesia, sudah ada 64 miliar pelaku UMKM, namun baru 16,4 miliar yang terhubung secara digital (Bisnis Indonesia, 8 Desember 2022). Meski selama ini menjadi salah satu kendala UMKM, integrasi digital berpotensi membuka akses lembaga ke prospek pasar baru. Dalam hal pemasaran digital, UMKM dapat menggunakan banyak alat, seperti mengembangkan situs web sendiri, menggunakan media sosial, dan bahkan memanfaatkan banyak alternatif *e-commerce* yang sudah tersedia (E. Permana & Herlan, 2022). Belanja online bisa dilakukan melalui berbagai platform yang berbeda, antara lain Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan masih banyak lagi. Satu keuntungan lebih lanjut dari berbisnis di internet adalah kesempatan untuk menggunakan platform *e-commerce* yang sudah mapan dan sangat disukai yang dimiliki secara pribadi oleh mereka yang bekerja di UMKM. Selain itu, banyak sekali iklan yang menggiurkan berupa potongan harga barang atau pengiriman gratis yang biayanya ditanggung sepenuhnya oleh pedagang online (E. Permana & Herlan, 2022)..

Salah satu momen yang dapat menjadi sumber pendorong adalah Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas) yang berlangsung setiap tahun pada tanggal 12 Desember (12/12). Bahkan di zaman modern ini, ada pengecer online yang menyediakan program Harbolnas pada hari yang sama di bulan festival yang diselenggarakannya, seperti pada 10 Oktober (10.10) dan 11 November (11.11). Fakta bahwa pedagang online sekarang memberikan penurunan harga yang tajam pada berbagai item kemungkinan besar akan meningkatkan penjualan selama periode yang bersangkutan. Penjualan online pada tanggal 25 Desember diperkirakan akan jauh lebih besar daripada selama musim belanja Black Friday di tahun 2011, pada tahun 2022, kenaikan ini akan cukup signifikan untuk diamati. Jika dibandingkan dengan musim belanja liburan pada 11.11, beberapa perusahaan logistik memperkirakan terjadi kenaikan jumlah pengiriman paket sebesar 20-30% selama Harbolnas 12.12. (Bisnis Indonesia, 7 Desember 2022) (E. Permana & Herlan, 2022).

UMKM bisa mendapatkan keuntungan dari layanan pemasaran digital selain penggunaan e-commerce untuk pemasaran digital, yang mungkin juga bermanfaat. Karena taktik pemasaran konvensional dan digital sangat berbeda satu sama lain, manajer pengembangan penjualan (SDM) dengan pengetahuan tentang teknologi informasi dan pemasaran digital jarang dibutuhkan. UMKM yang memiliki keterbatasan akses sumber daya SDM berkesempatan untuk memanfaatkan layanan digital marketing seperti yang diberikan oleh Kampung Marketer di kawasan Tamansari Purbalingga. Istilah "pemasaran jarak jauh" digunakan oleh layanan ini untuk memfasilitasi komunikasi langsung antara pemilik perusahaan dan konsumen (E. Permana & Herlan, 2022).

Kesimpulan

Di zaman sekarang ini, ketika semuanya serba digital, UMKM sangat bergantung pada banyak saluran digitalnya. Melalui penyediaan platform digital, UMKM dapat lebih mengintegrasikan sumber informasi strategis dan mengkonfigurasi ulang sumber daya

internal dan eksternal agar dapat bereaksi secara tepat terhadap lingkungan yang dinamis dan cepat berubah. Rendahnya sumber daya keuangan, keahlian, dan pemahaman teknologi yang dimiliki lembaga menjadi kendala utama dalam proses digitalisasi yang dilakukan oleh UMKM. Anda mungkin dapat mengatasi rintangan ini dengan bantuan pihak ketiga atau pihak luar. Platform digital berbasis ekosistem kini sedang dikembangkan di UMKM, menjadikannya solusi yang layak untuk kesulitan yang terkait dengan digitalisasi di universitas.

BIBLIOGRAFI

Adomako, S., & Ahsan, M. (2022). Entrepreneurial passion and SMEs' performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research*, *144*, 122–135.

Arslan, A., Ahokangas, P., Haapanen, L., Golgeci, I., Tarba, S. Y., & Bazel-Shoham, O. (2022). Generational differences in organizational leaders: an interpretive phenomenological analysis of work meaningfulness in the Nordic high-tech organizations. *Technological Forecasting and Social Change*, *180*, 121717.

Arslan, O., & Arslan, A. E. (2022). Performance evaluation and multi-criteria decision analysis of thermal energy storage integrated geothermal district heating system. *Process Safety and Environmental Protection*, *167*, 21–33.

Artin, P. (2022). Critical sustainability factors of regional SMEs; A case study of regional Australia. *Current Research in Environmental Sustainability*, *4*, 100138.

Aversa, I., Malanga, D., Fiume, G., & Palmieri, C. (2020). Molecular T-cell repertoire analysis as source of prognostic and predictive biomarkers for checkpoint blockade immunotherapy. *International Journal of Molecular Sciences*, *21*(7), 2378.

Aversa, P., Huyghe, A., & Bonadio, G. (2021). First impressions stick: Market entry strategies and category priming in the digital domain. *Journal of Management Studies*, *58*(7), 1721–1760.

Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *18*, 628–639.

Cenamor, J., & Frishammar, J. (2021). Openness in platform ecosystems: Innovation strategies for complementary products. *Research Policy*, *50*(1), 104148.

Dey, K., & Shekhawat, U. (2021). Blockchain for sustainable e-agriculture: Literature review, architecture for data management, and implications. *Journal of Cleaner Production*, *316*, 128254.

Keuangan, K. (2022). Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian. *Kementerian Keuangan. Retrieved January*, *8*, 2023.

Kou, G., Xiao, H., Cao, M., & Lee, L. H. (2021). Optimal computing budget allocation for the vector evaluated genetic algorithm in multi-objective simulation optimization. *Automatica*, *129*, 109599.

Mardani, A., Weber, G. W., & Khan, S. A. R. (2022). Guest editorial: Editorial for special issue on the role of big data on the transition to circular economy and sustainable operations management. *Journal of Enterprise Information Management*, *35*(4/5),

949–954.

Navarrete-Segado, P., Frances, C., Tourbin, M., Tenailleau, C., Duployer, B., & Grossin, D. (2022). Powder bed selective laser process (sintering/melting) applied to tailored calcium phosphate-based powders. *Additive Manufacturing*, *50*, 102542.

Permana, A. D., Riansyah, R. F. J., Nadia, T., & Kurnia, K. F. (2022). Pembuatan Stiker dan Video Promosi Untuk Umkm di Kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, *3*(01), 56–62.

Permana, D. A., Fauzi, R., & Mulyana, R. (2021). Perancangan Tata Kelola Teknologi Informasi Untuk Transformasi Digital Di Industri Perbankan Menggunakan Framework Cobit 2019 Dengan Domain Build, Acquire …. *EProceedings …*, *8*(5), 9672–9683.

Permana, E., & Herlan, H. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Di Sentra Ukm Fashion Bulak Timur, Kota Depok. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *11*(1), 20–35. https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v11i1.4368

Presser, M., Zhang, Q., Bechmann, A., & Beliatis, M. J. (2019). The internet of things as driver for digital business model innovation. *Digital Business Models: Driving Transformation and Innovation*, 27–55.

Rasoulinezhad, E. (2022). Identification of the success factors of the green bond market for sustainable development in the COVID-19 era. *Energy Research Letters*, *3*(3).

Saputri, S., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Pemulihan Ekonomi Domestik Terhadap Umkm Terdampak Covid-19. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, *4*(2), 510–522.

Sen, D., Ozturk, M., & Vayvay, O. (2016). An overview of big data for growth in SMEs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *235*, 159–167.

Silva, G. M., Gomes, P. J., Carvalho, H., & Geraldes, V. (2021). Sustainable development in small and medium enterprises: The role of entrepreneurial orientation in supply chain management. *Business Strategy and the Environment*, *30*(8), 3804–3820.

Sivarajah, B., Korosi, J. B., Blais, J. M., & Smol, J. P. (2019). Multiple environmental variables influence diatom assemblages across an arsenic gradient in 33 subarctic lakes near abandoned gold mines. *Hydrobiologia*, *841*, 133–151.

Škare, M., & Soriano, D. R. (2021). A dynamic panel study on digitalization and firm's agility: What drives agility in advanced economies 2009–2018. *Technological Forecasting and Social Change*, *163*, 120418.

Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, *122*, 889–901.

Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, *52*(3), 326–349.

Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, *5*(1), 34–42. https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717

Copyright holder:
Mario Pradana Putra (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

