

TANTANGAN DAN UPAYA PENGEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL BAGI UMKM

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahkan lebih dan dapat menghasilkan nilai. Semua perusahaan, khususnya UKM bersaing untuk menjadi yang terdepan dalam era persaingan. Oleh karena itu, setiap UKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi, sehingga harus mulai memperbaiki diri. UKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian.

UKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UKM adalah dengan melalui pemanfaatan TI. Dengan pemanfaatan TI akan mendorong UKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya. Dengan kondisi tersebut kegiatan pengembangan UMKM perlu di arahkan untuk melakukan analisis daya saing dan merumuskan upaya-upaya peningkatan daya saing dalam rangka pembangunan daya saing dan perekonomian nasional. Mempertajam peningkatan daya saing usaha yang searah dengan persaingan usaha ke depan. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dan terus bertambah, sangat membutuhkan keberadaan UMKM yang kuat, berdaya saing di pasar dalam negeri maupun global. UMKM adalah kunci bagi peningkatan kualitas hidup bangsa, sekaligus kunci bagi ketahanan perekonomian nasional. Perlu kebijakan yang didukung seluruh pemangku kepentingan, untuk menempatkan pasar dalam negeri sebagai basis pengembangan UMKM.

Beberapa temuan menyatakan lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah yang dihadapi oleh para UMKM, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

Akan tetapi terdapat pula beberapa kelemahan UMKM di Indonesia seperti bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, terbatasnya akses pasar, kendala perizinan, serta biaya-biaya non-teknis di lapangan yang sulit untuk dihindarkan.

Hadirnya Teknologi Informasi (TI) mengubah cara dalam bisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru yang berbeda dengan cara konvensional. TI merupakan salah satu pilar utama pembangunan peradaban manusia saat ini yang harus mampu memberi nilai tambah bagi masyarakat luas. Pelaku bisnis di Indonesia semakin menyadari kekuatan internet dan perangkat digital dalam peningkatan kinerja usahanya. Situs, media sosial, dan aplikasi mobile messaging merupakan media yang sangat penting bagi pelaku UKM dalam berinteraksi dengan konsumen. Sebanyak 38% pemilik dan manager bisnis menyatakan bahwa situs merupakan hal yang sangat penting bagi mereka untuk berinteraksi dengan konsumen, sedangkan 32% dan 23% memilih media sosial dan aplikasi mobile messaging dalam berinteraksi dengan konsumen.

Adopsi teknologi digital terbukti dapat meningkatkan kinerja UKM, terutama pada peningkatan akses ke pelanggan baru di dalam negeri dan peningkatan penjualan. Selain itu kesulitan UKM dalam memperluas jangkauan pasar dapat tersolusikan dengan mendorong UKM untuk mengadopsi teknologi digital melalui penyediaan solusi managed service operational layanan ecommerce dan mempercepat pengembangan advertising agar UKM memperoleh sarana promosi melalui sosial media marketing yang efektif dan efisien.

Akan tetapi permasalahan yang paling mendasar dari kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan TI sebagai sarana pendukung pengelolaan usahanya

adalah persoalan kemampuan pengetahuan dan keterampilan (skill), serta persoalan infrastruktur. Oleh karena itu diperlukan suatu upaya untuk lebih memasyarakatkan TI ini sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk memasyarakatkan TI pada UMKM yaitu melalui program-program sosialisasi dan pelatihan. Salah satu hasil program kegiatan terkait hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya pelaksanaan pelatihan internet marketing pada pelaku UMKM menunjukkan adanya pemahaman mengenai arti dan penerapan dari scaling up skill dalam hal akses teknologi informasi untuk keberlanjutan usaha, serta penggunaan media sosial sebagai media promosi menjadikan pengusaha UMKM lebih terbuka dengan teknologi.