



Analisis Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Mengembangkan Bisnis UMKM

Analysis of Challenges and Opportunities in Utilizing Digital Technology in Developing MSME Businesses

Rizqina Tahta Auliya

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia



ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 August 2024

Accepted 15 February 2025

Publish 30 February 2025

Keywords:

UMKM, Teknologi Digital, Literasi Digital, Kota Semarang, E-Commerce

ABSTRACT

This article examines the challenges and opportunities faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Semarang City in utilizing digital technology for business development. Digital technology, such as social media marketing and e-commerce, presents significant opportunities to expand market reach and enhance operational efficiency. However, challenges such as low digital literacy, limited financial resources, and inadequate infrastructure remain major obstacles. This study employs a literature review method to gain a deeper understanding of these issues. The findings indicate that digital literacy training, access to technology, and consistent policy support are crucial in empowering MSMEs in the digitalization era. By improving digital competence and providing financial and technological support, MSMEs can optimize digital tools to enhance competitiveness and business sustainability. Furthermore, government policies play a vital role in facilitating digital adoption through regulatory frameworks, incentives, and infrastructure development. Addressing these challenges requires collaboration between various stakeholders, including the government, financial institutions, and private sector actors, to create a conducive ecosystem for MSME growth. This study contributes to the existing literature by highlighting the key factors influencing digital adoption among MSMEs and providing insights for policymakers in formulating strategies to support digital transformation. Future research should explore empirical case studies to assess the effectiveness of digitalization programs and identify best practices for MSME development. These efforts are essential to ensuring that MSMEs can fully leverage digital technology, thereby fostering economic resilience and sustainable growth in the digital economy.

@Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Introduction

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan bisnis yang semakin pesat, pemanfaatan teknologi digital pada ekonomi dan bisnis sangatlah penting. Penerapan teknologi digital dapat memberikan dampak positif dan negatif bagi Perusahaan, selain itu teknologi digital juga membawa banyak peluang dan tantangan bagi pertumbuhan ekonomi dan bisnis pada saat ini. Dalam beberapa tahun terakhir ini, teknologi digital telah berkembang pesat dan berperan penting dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam hal mengembangkan bisnis, dalam suatu bisnis pemanfaatan teknologi digital seperti digital marketing sangat diperlukan bagi Perusahaan ataupun pelaku umkm dalam hal pemasaran. Namun, untuk memanfaatkan teknologi digital tersebut terdapat tantangan dan peluang bagi pertumbuhan ekonomi dan pengembangan bisnis.

Penggunaan teknologi digital di Indonesia adalah salah satu kebijakan pemerintah untuk mendorong Masyarakat pelaku bisnis dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dalam era saat ini, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu hal terpenting bagi negara untuk meningkatkan daya saing yang ada dalam negara tersebut. Oleh karena itu banyak pelaku bisnis dari berbagai negara yang telah mengembangkan teknologi digital untuk melihat peluang dan pemanfaatannya. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung adanya teknologi digital adalah sektor ekonomi.

Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi positif dalam hal perekonomian. Dengan adanya pengembangan dan pemanfaatan teknologi digital, UMKM akan membuat perekonomian semakin meningkat. Meski begitu adanya kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu dengan diperlukan adanya penguatan edukasi literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku bisnis UMKM (Suwarni dkk., 2019). Sebab selama ini kurangnya literasi digital dan kualitas sumber daya manusia para pelaku UMKM sangatlah minim, sehingga berdampak pada tidak efisiensinya memproduksi produk-produk unggulan masing-masing. Para pelaku bisnis UMKM mempercayai bahwa penggunaan pemasaran yang dilakukan oleh teknologi digital masih tergolong kurang efektif.

Di era digitalisasi saat ini semua para pelaku bisnis UMKM dituntut oleh keadaan untuk beradaptasi terhadap lingkungan bisnis yang berkembang secara cepat, salah satunya dengan memanfaatkan adanya teknologi digital. Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan kinerja UMKM. Dengan adanya sosialisasi mengenai digital marketing dapat meningkatkan UMKM untuk mencapai pemasaran secara efektif.

Literature Review

UMKM (Usaha Mikro, kecil dan Menengah)

UMKM adalah sekelompok usaha yang memiliki peran sangat signifikan terhadap perekonomian. Berdasarkan Undang-Undang NO.20 Tahun 2008 tentang UMKM, klasifikasi UMKM didasarkan pada aset dan omset. Dalam hal ini UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam membantu menciptakan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan dapat meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Namun, UMKM sering dihadapi tantangan dalam hal pengelolaan, pemasaran dan akses terhadap teknologi modern.

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Bisnis

Pemanfaatan teknologi digital dalam hal bisnis sangatlah diperlukan. Seperti pemasaran pada platform media sosial (Whatsapp, Instagram, Tiktok, Facebook), e-commerce dan sebagainya. Untuk meningkatkan kualitas yang ada dalam bisnis tersebut. Pemanfaatan teknologi digital juga dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar dan dapat menciptakan inovasi produk yang baru. Pemasaran produk atau promosi melalui platform digital berpotensi untuk meningkatkan kualitas produk tersebut.

Tantangan Teknologi Digital pada UMKM

Tantangan-tantangan yang dihadapi pada UMKM yaitu:

- Kurangnya sosialisasi digital marketing terhadap pelaku UMKM
- Pengimplementasian digital marketing yang belum optimal
- Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital
- Pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut
- Kurangnya strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM

Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital bagi UMKM di Kota Semarang

Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi sangat besar untuk mengembangkan UMKM berbasis teknologi digital. Peluang-peluang yang dimanfaatkan oleh UMKM di Kota Semarang dalam memanfaatkan teknologi digital meliputi:

1. Strategi pemasaran melalui E-Commerce
Pemasaran melalui e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan lainnya dapat memberikan banyak peluang bagi UMKM di Kota Semarang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan menggunakan platform digital, UMKM tidak lagi akan keterbatasan dalam pemasaran pada pelanggan lokal melainkan dapat memasarkan produk mereka ke seluruh Indonesia.
2. Optimalisasi media sosial untuk pemasaran
Pengoptimalisasian pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, tiktok, facebook menjadi alat pemasaran yang sangat efektif dan menghemat biaya. Melalui strategi digital marketing seperti pembuatan konten yang kreatif, vlog, dan influencer marketing. UMKM di Kota Semarang dapat meningkatkan produk Perusahaan dan menarik lebih banyak pelanggan khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital.
3. Akses pembiayaan melalui fintech
Pembiayaan melalui fintech (financial technology) dapat menjadi solusi yang lebih mudah bagi pelaku UMKM di Kota Semarang. Layanan seperti peer-to-peer lending, pinjaman online, dan dompet digital (e-wallet) dapat memungkinkan kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan modal usahanya dengan proses yang sangat cepat dan dengan persyaratan yang sederhana jika dibandingkan Lembaga uang tradisional.
4. Potensi pariwisata terhadap produk lokal
Kota Semarang dilibatkan sebagai Kota dengan potensi wisata budaya dan kuliner yang sangat beragam. Sebagai pelaku UMKM di Kota Semarang mereka dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk” seperti makanan, kerajinan atau oleh-oleh khas Kota Semarang. Dan juga dapat mempromosikan wisata-wisata yang ada di Semarang yang mungkin wajib dikunjungi bagi wisatawan.

Research Method

Dalam artikel ini metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*literature review*). Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, jurnal-jurnal ilmiah yang relevan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang tantangan dan peluang pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan UMKM, khususnya di Kota Semarang. Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini memanfaatkan jurnal-jurnal nasional dan internasional yang memiliki relevansi tinggi dengan topik penelitian. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola utama, seperti kendala dalam pemanfaatan teknologi digital, tantangan yang dihadapi UMKM, peluang dalam pemanfaatan teknologi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara literasi digital, infrastruktur teknologi, dan keberhasilan pengembangan UMKM.

Result and Discussion

UMMKM di Kota Semarang

UMKM di Indonesia telah berperan sangat penting terhadap kegiatan-kegiatan ekonomi, penyedia kesempatan kerja dan penggerak ekonomi daerah para Masyarakat. UMKM bisa dilatakan salah satu solusi yang dilakukan oleh Masyarakat dalam menghadapi krisis perekonomian yang mereka hadapi. Dengan hal ini, permasalahan pengangguran sedikit tertolong dan juga dalam hal pendapatan. Dengan melihat perkembangan perekonomian yang semakin meningkat peran UMKM semakin dibutuhkan dalam permasalahan ekonomi. Dorongan dari sektor pemerintah terhadap perkembangan perekonomian akan sangat berdampak pada keberlangsungannya. Seperti yang diungkapkan George J. Stigler dalam Mandala Harefa (2008: 206), bahwasannya “Regulasi adalah seperangkat aturan yang dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan manfaat untuk Masyarakat pada umumnya atau sekelompok masyarakat”. Maka dari itu strategi dari pemerintahan sangat dibutuhkan dalam pemberdayaan UMKM di Kota Semarang khususnya. Dengan adanya UMKM, masyarakat dapat lebih mandiri dalam memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. UMKM yang beroperasi di berbagai sektor, seperti makanan, kerajinan, dan jasa, membantu masyarakat untuk tidak bergantung sepenuhnya pada perusahaan besar atau industri tertentu.

Kota Semarang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi yang sangat besar dalam mengembangkan UMKM. meskipun terdapat potensi yang besar, masih banyak kendala yang harus dihadapi dalam pengembangan usaha, khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi digital. Untuk memanfaatkan peluang yang ada, perlu adanya upaya peningkatan akses terhadap teknologi, pelatihan, serta dukungan dari berbagai pihak agar UMKM dapat berkembang lebih maksimal di era digital. Dengan adanya UMKM para Masyarakat tentunya Masyarakat Kota Semarang mendapatkan banyak lowongan dengan adanya penciptaan lapangan kerja yang ada pada UMKM. Dengan banyaknya usaha-usaha yang dikembangkan dan dibuka oleh para Masyarakat dapat mengurangi angka pengangguran dan terbukanya peluang kerja dan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan komunitas tertentu. Dan dalam mengembangkan usahanya para pelaku usaha juga harus dapat memahami karakteristik yang ada pada daerah tersebut. Semarang sendiri dikenal sebagai Kota Industri, dagang dan jasa yang memiliki potensi besar di dalamnya. Dinas Koperasi dan UMKM (2012) menyebutkan bahwa UMKM yang berkembang pada Kota Semarang terbagi menjadi beberapa kategori seperti: pertanian, pariwisata, perikanan, hotel, peternakan dan industri pengolahan yang satu-satunya yang mencakup industry kreatif berskala mikro, kecil dan menengah. Perkembangan UMKM di Kota Semarang Tahun 2020-2022

Tabel 1.

Jumlah Usaha Berdasarkan Bidangnya

Jenis Usaha	Tahun		
	2020	2021	2022
Bidang Kuliner	5.750	7.392	3.031
Bidang fashion	927	1.010	335
Bidang lainnya	11.236	13.840	26.245
Jumlah	17.913	22.242	29.611

Sumber: www.data.semarangkota.go.id

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tabel diatas perkembangan UMKM di bidang kuliner sejak tahun 2020 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan pada tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2020 terdapat 5.750 UMKM di bidang kuliner, pada tahun 2021 terjadi peningkatan di bidang kuliner sebanyak 7.392. dan pada tahun 2022 perkembangan UMKM di bidang kuliner mengalami penurunan yakni menjadi 3.031 UMKM di bidang kuliner.

Tantangan yang di Hadapi UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang memiliki tantangan-tanggangan yang dihadapi dalam mempertahankan kelangsungan usahanya terhadap perubahan-perubahan perekonomian

lokal. Tantangan tersebut tidak hanya disebabkan oleh faktor internal saja melainkan juga dari faktor eksternal UMKM itu sendiri seperti: peraturan pemerintah, kondisi pasar, perolehan sumber daya dan perubahan teknologi (Agus, Limkasirna, dan Muharram 2023)

Berikut tantangan yang dihadapi UMKM dalam pemanfaatan teknologi digital:

1. Kurangnya Akses Dalam Modal Usaha

Dengan keterbatasan modal bagi usaha menjadi faktor utama yang dapat menghambat pertumbuhan dan kelangsungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Di Kota Semarang para pelaku usaha masih banyak yang kesulitan dalam menyediakan dana untuk membeli perangkat teknologi seperti komputer, smartphone, atau membayar layanan digital seperti iklan berbayar. Hal ini disebabkan oleh fokus utama pada operasional harian dan minimnya akses pendanaan yang mudah dan murah.

UMKM sering kali mengalami kesulitan mendapatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal, seperti bank, karena keterbatasan jaminan atau agunan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Selain itu, prosedur yang kompleks dan persyaratan administrasi yang rumit menjadi penghambat bagi pelaku UMKM untuk mengakses kredit usaha rakyat (KUR) atau program pembiayaan lainnya. Akibatnya, banyak pelaku UMKM yang bergantung pada modal pribadi atau pinjaman dari sumber informal, yang sering kali memiliki bunga tinggi sehingga menambah beban usaha mereka.

Keterbatasan modal ini juga berdampak pada kemampuan UMKM untuk melakukan investasi dalam teknologi, meningkatkan kapasitas produksi, atau memperluas jaringan pemasaran. Dalam konteks digitalisasi, banyak UMKM di Semarang yang tidak mampu membeli perangkat teknologi modern atau membiayai promosi digital, sehingga tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan modal ini membuat banyak UMKM cenderung stagnan dan sulit berkembang. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang lebih inklusif dari pemerintah dan lembaga keuangan untuk menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah, fleksibel, dan terjangkau bagi UMKM di Kota Semarang.

2. Rendahnya Literasi Digital

Rendahnya literasi digital oleh pelaku usaha dapat menghambat sektor UMKM dalam bersaing di pasar yang menggunakan metode digital. Oleh karena itu, pelatihan dan pemahaman mengenai teknologi digital dari pemerintahan atau swasta sangat dibutuhkan dalam membantu pelaku UMKM dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi digital. Meskipun mayoritas pelaku UMKM telah mulai menggunakan media sosial untuk pemasaran, mereka masih menghadapi keterbatasan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara lebih luas, seperti pembuatan situs web, pengelolaan identitas digital, dan pengembangan konten kreatif. Literasi digital mereka cenderung terbatas pada aspek-aspek sederhana seperti mengoperasikan aplikasi media sosial, sementara kemampuan teknis seperti mengoptimalkan mesin pencari (SEO) atau mengelola toko online belum banyak dikuasai.

Selain itu, kurangnya pelatihan dan sosialisasi mengenai transformasi digital memperburuk kondisi ini. Studi menemukan bahwa hanya sebagian kecil UMKM yang mampu memanfaatkan platform e-commerce secara efektif untuk meningkatkan skala bisnis mereka. Sebagian besar pelaku UMKM merasa kesulitan beradaptasi dengan teknologi baru karena minimnya pengetahuan teknis dan kurangnya imajinasi kreatif dalam pengelolaan media digital. Hal ini menyebabkan mereka sulit bersaing dalam pasar yang semakin berkembang dalam teknologi digitalnya.

Kendala lain yang menghambat literasi digital UMKM di Kota Semarang adalah penggunaan perangkat teknologi yang sulit dijangkau dengan kebutuhan platform digital modern. Selain itu, pelaku UMKM sering kali tidak menyadari pentingnya keamanan digital, seperti melindungi data pribadi atau mengelola identitas digital dengan baik. Kurangnya literasi dalam aspek ini membuat mereka rentan terhadap risiko yang ada.

Untuk mengatasi hambatan ini, beberapa studi merekomendasikan perlunya pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Sosialisasi mengenai penggunaan teknologi digital, seperti pengelolaan situs web dan manajemen identitas digital, menjadi hal yang mendesak untuk meningkatkan daya saing mereka. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan swasta

diperlukan untuk menyediakan akses yang lebih mudah ke teknologi dan platform digital yang terjangkau bagi UMKM.

Dengan literasi digital yang memadai, UMKM di Kota Semarang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pemasaran, dan mengembangkan strategi bisnis berbasis teknologi yang lebih inovatif. Hal ini diharapkan tidak hanya membantu UMKM bertahan di era digital, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal dan nasional.

3. Kendala Infrastruktur

Kendala infrastruktur merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Kota Semarang dalam mengembangkan usahanya. Salah satu hambatan signifikan adalah keterbatasan akses terhadap ruang usaha yang memadai. Banyak pelaku UMKM yang beroperasi di lokasi yang tidak strategis, seperti gang sempit atau area yang jauh dari pusat kegiatan ekonomi, sehingga sulit menjangkau pelanggan potensial. Selain itu, keterbatasan ruang terbuka untuk mengembangkan kreativitas usaha menjadi isu penting, terutama bagi UMKM yang bergerak di bidang ekonomi kreatif. Infrastruktur yang mendukung, seperti pusat pelatihan dan pemasaran, juga masih minim tersedia.

Fasilitas teknologi juga menjadi kendala besar, terutama di wilayah pinggiran Kota Semarang. Akses internet yang tidak merata dan biaya teknologi yang tinggi membuat banyak UMKM kesulitan beradaptasi dengan transformasi digital. Padahal, teknologi digital menjadi kunci keberhasilan untuk memperluas pasar melalui platform daring dan meningkatkan efisiensi operasional usaha. Banyak pelaku UMKM yang tidak mampu memanfaatkan teknologi ini secara maksimal karena infrastruktur teknologi di daerah mereka belum mendukung.

Selain itu, keterbatasan fasilitas umum seperti pasar dan pusat UMKM juga memengaruhi keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM sering kali tidak memiliki tempat yang layak untuk menjual produknya. Misalnya, pasar tradisional di beberapa area Kota Semarang belum sepenuhnya dilengkapi dengan fasilitas modern seperti area parkir yang memadai atau pusat pemasaran digital. Hal ini membuat pelaku UMKM kurang kompetitif dibandingkan dengan pelaku usaha di kota besar lain yang infrastrukturnya lebih maju.

Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, swasta, dan komunitas lokal. Penyediaan UMKM Center dengan pendekatan inklusif yang mencakup ruang usaha, pelatihan, serta fasilitas digital dapat menjadi solusi jangka panjang. Selain itu, investasi dalam infrastruktur jalan, teknologi, dan pasar modern harus diprioritaskan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Kota Semarang secara berkelanjutan

4. Regulasi dan Kebijakan yang tidak Konsisten

a. Kurangnya Harmonisasi Regulasi

Kurangnya keharmonisan regulasi pada kota Semarang menjadi salah satu kendalanya. Meski pemerintah pusat telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM dan regulasi lain seperti Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan UMKM, implementasinya di tingkat daerah sering kali tidak konsisten. Beberapa kebijakan daerah tidak terintegrasi dengan kebijakan nasional dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam memanfaatkan program-program pendukung yang telah dirancang.

b. Implementasi peraturan yang belum maksimal

Regulasi terkait, seperti sistem Online Single Submission (OSS) untuk pendaftaran usaha, sering kali menghadapi masalah teknis dan sosialisasi yang minim. Banyak pelaku UMKM, khususnya di sektor mikro, merasa kesulitan memahami prosedur pendaftaran digital. Akibatnya, banyak UMKM yang tetap beroperasi tanpa legalitas usaha, menghambat akses mereka terhadap pembiayaan formal dan program pendukung pemerintah.

c. Kurangnya fokus terhadap UMKM.

Kebijakan pemerintah daerah cenderung lebih banyak memberikan perhatian pada sektor usaha menengah daripada usaha mikro dan kecil. Padahal, UMKM mikro dan kecil mendominasi struktur ekonomi Kota Semarang. Minimnya pendampingan dan penguatan

kapasitas untuk usaha mikro sering kali membuat mereka kurang kompetitif di pasar lokal maupun nasional.

5. Kebijakan yang tidak konsisten
Beberapa program bantuan bagi UMKM bersifat jangka pendek dan tidak berkelanjutan. Misalnya, selama pandemi COVID-19, banyak UMKM mendapatkan insentif berupa bantuan langsung atau pembebasan pajak sementara. Namun, ketika insentif ini dihentikan, banyak UMKM kembali menghadapi tantangan operasional tanpa ada mekanisme keberlanjutan. Kebijakan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih terencana dan strategis dalam mendukung pertumbuhan UMKM.
6. Kurangnya dalam Strategi Pemasaran pasar
Strategi pemasaran adalah suatu elemen terpenting dalam keberhasilan dan keberlangsungan UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Di Kota Semarang, pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk kurangnya pemahaman tentang branding, keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, dan kurangnya diversifikasi produk serta promosi. Selain itu, pelaku UMKM sering kali belum optimal dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui pendekatan manajemen pelanggan yang terencana. Berbagai tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki potensi besar, strategi pemasaran yang tidak maksimal menjadi penghambat dalam memaksimalkan peluang pasar yang tersedia.
7. Pemahaman tentang branding dan packaging
Pelaku UMKM di Kota Semarang sering kali tidak memahami pentingnya strategi branding dan kemasan produk dalam menarik perhatian konsumen. Banyak UMKM belum menggunakan logo atau desain kemasan yang menarik, sehingga produk mereka sulit bersaing dengan produk yang memiliki citra merek lebih kuat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Universitas Semarang mengidentifikasi bahwa kurangnya pemahaman ini membuat UMKM kesulitan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, serta menurunkan daya tarik produk di pasar yang lebih luas.
8. Keterbatasan dalam penggunaan digital marketing
Keterbatasan penggunaan digital marketing bagi pelaku usaha bisa menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran seperti e-commerce. Dengan memposting foto produk dan strategi pemasaran yang efektif akan meningkatkan potensi dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Kurangnya inovasi produk dan promosi yang efektif.
9. Inovasi produk yang bermacam-macam dapat menjadikan daya Tarik pelanggan untuk membeli produk tersebut.

UMKM di Kota Semarang cenderung terbatas dalam menawarkan variasi produk yang dapat menarik konsumen. Selain itu, kegiatan promosi sering kali dilakukan tanpa strategi yang terukur, seperti mengadakan diskon atau penawaran khusus secara sporadis tanpa perencanaan. Akibatnya, UMKM tidak mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan mereka, yang memengaruhi daya saing di pasar.

Peluang dalam Pemanfaatan Teknologi Digital bagi UMKM

Pemanfaatan teknologi digital telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Teknologi ini menawarkan berbagai peluang yang dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan inovasi baru. Di tengah era digitalisasi, pelaku UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi memiliki potensi besar untuk bersaing, baik di pasar lokal maupun global. Berbagai platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan memberikan akses mudah bagi UMKM untuk memperkuat pemasaran, operasional, dan hubungan pelanggan. Namun, tidak semua pelaku UMKM menyadari atau mampu memanfaatkan peluang ini secara maksimal.

Beberapa peluang utama yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM melalui teknologi digital:

1. Ekspansi Pasar Melalui E-Commerce

Strategi melalui e-commerce menjadi alat terpenting dalam memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha di kota Semarang. Dengan menggunakan platform digital seperti Shopee, TikTok, Tokopedia, dan Bukalapak para pelaku usaha UMKM dapat memasarkan produk dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pelaku usaha digital meningkat semenjak pandemi covid, karena para pelaku usaha UMKM mulai ber alih dari toko offline ke toko online.

Selain itu, e-commerce juga menawarkan biaya operasional. Sehingga para pelaku UMKM yang beralih ke toko online tidak memerlukan biaya sewa dan operasional yang semakin tinggi. Namun, meskipun e-commerce menawarkan banyak manfaat, UMKM di Kota Semarang masih menghadapi beberapa tantangan dalam literasi digital, kurangnya pemahaman terhadap teknologi, dan minimnya akses ke pelatihan terkait e-commerce menjadi hambatan utama. Selain itu, infrastruktur internet di daerah tertentu masih belum mendukung oleh pelaku usaha mikro.

2. Peningkatan Efisiensi Operasional

Penerapan prosedur operasi standar (Standard Operating Procedures/SOP) pada UMKM di kota Semarang terjadi peningkatan secara efisien. SOP dapat membantu mengurangi permasalahan dalam proses produksi, mempercepat alur kerja dan dapat menjaga kualitas produk secara efisien. Penggunaan teknologi digital dapat membantu pelaku usaha dalam memantau prosedur ketersediaan barang dan pengelolaan laporan keuangan secara otomatis. Teknologi digital juga dapat membantu dalam menekankan biaya distribusi dan mengurangi pemborosan bahan baku, sehingga UMKM dapat mengalokasikan sumber daya secara optimal.

Kendala seperti kurangnya literasi teknologi dan akses terhadap perangkat modern masih menjadi tantangan. Untuk mengatasinya, diperlukan pelatihan intensif serta dukungan pemerintah dalam bentuk subsidi teknologi atau program adopsi digital. Pusat inkubasi bisnis juga dapat menjadi solusi untuk mempercepat transformasi UMKM dalam mencapai efisiensi operasional yang lebih tinggi

3. Penguatan Pemasaran Digital

Pemasaran digital menjadi salah satu strategi utama bagi UMKM di Kota Semarang untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing di era digital. Melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook, UMKM dapat berkomunikasi langsung dengan konsumen dan mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih efektif. Studi menunjukkan bahwa sekitar 83,33% pelaku UMKM di Kota Semarang telah memanfaatkan media sosial untuk menampilkan profil usaha mereka, meskipun sebagian besar penggunaannya masih terbatas pada promosi sederhana.

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya kreativitas dan keterampilan dalam pengelolaan pemasaran digital. Contohnya, UMKM di Kampung Batik Gedong masih menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk promosi produk mereka. Promosi yang dilakukan cenderung pasif, seperti memposting foto produk tanpa memperhatikan strategi konten yang menarik atau penggunaan fitur interaktif untuk menarik perhatian konsumen.

Berbagai program pelatihan pemasaran digital telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan lembaga pendidikan di Semarang. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam menciptakan konten digital yang relevan dan kreatif. Setelah mengikuti pelatihan, beberapa UMKM menunjukkan kemajuan dalam mengelola media sosial dan menggunakan platform digital untuk membangun citra merek serta memperluas jangkauan pasar.

4. Mendukung Ekonomi Berkelanjutan

UMKM di Kota Semarang memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung ekonomi lokal yang berkelanjutan. Sebagai pilar utama perekonomian, UMKM berkontribusi besar terhadap PDB daerah dan penyerapan tenaga kerja. Dalam masa pemulihan pasca-COVID-19, sektor ini menjadi fokus utama untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang produktif. Namun, keberlanjutan

UMKM masih dihadapkan pada tantangan berupa infrastruktur yang kurang memadai, akses modal terbatas, serta kurangnya dukungan terhadap inovasi berbasis keberlanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan ekonomi Pemerintah Kota Semarang mengembangkan pendekatan inklusif melalui UMKM Center. Fasilitas ini menyediakan pelatihan, pendampingan, dan ruang pemasaran yang dapat diakses oleh berbagai pelaku usaha. Strategi ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM tetapi juga memperkuat inklusi sosial dengan melibatkan berbagai kelompok masyarakat, termasuk kelompok marginal. Program ini diharapkan dapat menjadi model dalam mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi dengan inklusi sosial.

Upaya pengelolaan sumber daya ramah lingkungan juga menjadi peran utama dalam keberlanjutan UMKM di Kota Semarang. Pelaku usaha di sektor makanan dan kerajinan tangan, misalnya, telah menerapkan prinsip keberlanjutan dengan menggunakan bahan baku lokal dan mengurangi limbah produksi. Selain mendukung pelestarian lingkungan, langkah ini memberikan nilai tambah pada produk mereka dan meningkatkan daya saing di pasar domestik maupun internasional.

Meskipun demikian, tantangan masih ada, seperti rendahnya kesadaran terhadap praktik bisnis berkelanjutan dan kurangnya akses modal yang mendukung inovasi. Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan investasi dalam pelatihan sumber daya manusia, penyediaan infrastruktur ramah lingkungan, serta dukungan kebijakan yang mendorong pengembangan UMKM berbasis keberlanjutan. Dengan pendekatan ini, UMKM di Kota Semarang dapat menjadi acuan bagi ekonomi berkelanjutan yang berdampak positif secara sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Kesimpulan

UMKM di Kota Semarang memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, pemanfaatan teknologi digital oleh sektor UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal usaha, dan kurangnya akses ke infrastruktur teknologi. Tantangan ini menghambat pelaku usaha untuk memanfaatkan potensi teknologi digital secara maksimal, sehingga mereka cenderung tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Penyediaan pelatihan literasi digital, program pendanaan yang inklusif, dan pengembangan infrastruktur teknologi menjadi langkah prioritas. Dengan dukungan kebijakan yang konsisten dan implementasi yang terarah, UMKM di Kota Semarang memiliki peluang besar untuk menggunakan teknologi digital sebagai alat utama dalam memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Saran

Untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM di Kota Semarang, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Pelatihan literasi digital harus disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelaku usaha, termasuk optimalisasi pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi. Selain itu, akses terhadap pembiayaan dan infrastruktur teknologi perlu diperluas agar UMKM dapat mengadopsi solusi digital dengan lebih mudah. Pemerintah, akademisi, dan sektor swasta harus bersinergi dalam menciptakan kebijakan yang mendorong ekosistem digital yang inklusif. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengevaluasi efektivitas program digitalisasi UMKM serta mengidentifikasi strategi terbaik dalam menghadapi tantangan digitalisasi yang masih dihadapi UMKM.

Reference

- Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A. S., Prastuti, M. A., & Apriliya, M. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 21-30.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27-40.
- Husriadi, M., & Nurjanah, A. (2024). Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan UMKM Di Kota Kendari: Analisis Strategis Dan Implikasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 36-48.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92-101.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H., 2019. Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital, *Jurnal Ikraith Ekonomika*, no 2, vol 2.
- Sijabat, R. (2020). UMKM Naik Kelas: Mengkonstruksi Sebuah Desain Faktor Determinant Berluaran Perkembangan Usaha (Studi pada UMKM di Kota Semarang). *Jurnal Bisnis Strategi*, 29(1), 1-13.
- Darwanto, Darwanto, U. Tri, and Dani Danuar. "Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif di kota semarang." *Diponegoro Journal of Economics* 2.4 (2013): 19599.
- Purba, G. M. (2018). Peran pemerintah daerah dalam memberdayakan UMKM di kota semarang (Studi kasus kampung batik kota Semarang). *Journal of Politic and Government Studies*, 7(04), 191-200.
- Hanum, Ayu Noviani, and Andwiani Sinarasri. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah kota semarang)." *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang* 8.1 (2018): 1-15.
- Agus, Agus, Nandan Limakrisna, and Hari Muharram. 2023. "Internal Factors Determining MSME Business Performance: A Literature Study." *Journal of World Science* 2: 1894–1901.
- Sasmito, Wisnu Djati and Prestianto, BAYU (2021) Analisis Tingkat Literasi Digital Dan Penerapan E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 4 (1). pp. 145-162. ISSN: 2622-612X.
- Djati Sasmito, Y. W., & Prestianto, B. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital dan Penerapan E-Commerce pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Semarang. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 4(1), 145-156. ISSN: 2622-612X.
- T. Putri, "UMKM Center Provinsi Jawa Tengah di Kota Semarang dengan pendekatan Inklusif," *Jurnal Poster Pirata Syandana*, vol. 4, no. 2, Jun. 2023.
- Putri, Mutiara Nafisha, AUFARUL MAROM, and HERBASUKI NURCAHYANTO. "Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang Sebagai Penggerak UMKM Di Era Pandemi Covid-19." *Journal of Public Policy and Management Review* 12.2 (2023): 74-91.
- Mandala Harefa. 2008. *Ekonomi Regulasi: Prinsip dan Implementasi dalam Perspektif Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.