



## Pengaruh Digitalisasi terhadap Penjualan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar

Dedi Harianto<sup>1</sup>, Ahmad<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Alamat: Jl. A. P. Pettarani, Makassar 90222. Indonesia

Korespondensi penulis: [dedi.harianto@unm.ac.id](mailto:dedi.harianto@unm.ac.id)

**Abstract.** *Understanding the impact of digital technology on Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Makassar City is the aim of the research. The descriptive qualitative method used in this research is collecting data through observation, interviews and documentation. Research shows that this has a significant positive impact on the profits of UMKM in Makassar City from Digitalization. On the other hand, one of the factors that hinders UMKM actors in terms of the effectiveness of digitalization is the ability to utilize technological media as an indicator of digital economic performance.*

**Keywords:** *UMKM, Digitalization, Impact of Technology*

**Abstrak.** Memahami dampak teknologi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar merupakan tujuan dari Penelitian. Metode kualitatif deskriptif yang digunakan pada Penelitian ini, yaitu mengumpulkan data melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Penelitian menunjukkan bahwa hal ini mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap keuntungan UMKM di Kota Makassar atas Digitalisasi. Di sisi lain, salah satu faktor yang menghambat pelaku UMKM dalam hal efektivitas Digitalisasi adalah kemampuan dalam memanfaatkan media teknologi sebagai indikator kinerja ekonomi digital.

**Kata kunci:** UMKM, Digitalisasi, Dampak Teknologi

### 1. LATAR BELAKANG

Teknologi sangat berkembang saat ini, Perkembangan teknologi khususnya melalui internet mempengaruhi berbagai macam aspek kehidupan manusia. Terbukti sangat mempermudah masyarakat. Penggunaan internet semakin meningkat. Ketersediaan internet sangat penting. Digunakan oleh setiap orang untuk memudahkan akses informasi, mempercepat aktivitas, memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemajuan teknologi yang pesat berdampak pada pelaku UMKM, serta semua usaha yang sukses menggunakan teknologi Internet untuk mendukung operasional mereka. Dari segi bisnis, hal ini sangat menguntungkan. (Afiah et al., 2022).

Agar usaha kecil dan menengah dapat bertahan untuk menghadapi globalisasi serta persaingan yang ketat, mereka harus sanggup menanggapi masalah global seperti meningkatkan inovasi dalam produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, dan memperluas area pemasaran. Di era saat ini (digital) yang serba cepat, sekadar membuka usaha dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui berbagai kemudahan dan kenyamanan. Pada tahun 2017, Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah

(Kemenkop UKM) melaporkan terdapat 3,79 juta pelaku UMKM yang memanfaatkan platform daring untuk memasarkan produknya. Angka ini mewakili sekitar 8% dari seluruh usaha UMKM di Indonesia atau 59,2 juta orang. (Amalia Sari & Studi Pendidikan Ekonomi, n.d.).

Kementerian Koperasi, UKM serta Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan pemerintah berharap dapat memperbanyak jumlah pegawai UMKM yang melakukan penjualan produk secara online melalui program 8 juta UMKM Go Online. Mempercepat digitalisasi UKM di Indonesia. (Bachtiar et al., 2023).

Peningkatan jumlah UMKM di Kota Makassar. Dari data Dinas Koperasi Kota Makassar, peningkatan UMKM tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 mencapai kurang lebih 13.277 usaha termasuk usaha rumah tangga. Terdapat 5.311 usaha kecil, 4.647 usaha kecil, dan 3.319 usaha menengah. Pemerintah sangat mendukung program digitalisasi UMKM pariwisata, termasuk usaha kuliner. Program ini merupakan penjabaran Program Rekonstruksi Makassar sebagai bentuk kepedulian Kota Makassar untuk mendukung pemulihan perekonomian nasional di era new normal. (Ihsan Baso, 2022).

Meskipun UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan, namun sebagian besar masih stagnan di bidang usaha kecil serta sulit berkembang menjadi Perusahaan yang lebih besar. Masalah-masalah ini bersifat tradisional dan tidak dapat diselesaikan sepenuhnya. Hal ini mencakup kualitas sumber daya manusia, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, serta banyak masalah operasional lain yang harus dihadapi usaha kecil sehingga sulit untuk bersaing dengan perusahaan besar. UMKM tetap fokus pada wilayah dimana keputusan usahanya dikembangkan. Hal ini terlihat pada praktik kerja UMKM yang tidak terdapat konsep inovasi sistematis atau inisiatif usaha yang tidak kokoh. Akibatnya, karya para pegawai UMKM Panjang yang ikut berkontribusi pada industri kreatif tidak selalu terlaksana secara maksimal. Inisiatif strategis seperti peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap tanggung jawab keuangan dan manajerial terus dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang. (Asisa et al., 2022).

Pemilik bisnis didorong untuk berinovasi di bidang ini dengan memanfaatkan alat digital. Teknologi digital memungkinkan bisnis untuk menjual produk mereka secara online. Dan akibatnya, menerapkan keunggulan bersaing. UKM mampu memanfaatkan teknologi dan digitalisasi sebagai keunggulan bersaing, dan pelaku UMKM memiliki keterampilan digital yang berkontribusi terhadap keunggulan bersaing. Dampak pemasaran digital dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan sekaligus menyebarkan informasi terkait perusahaan atau bahkan pihak swasta dengan cepat. Pemasaran digital membantu pelaku usaha,

UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi dengan pelanggan secara santai, meningkatkan kesadaran pasar, dan meningkatkan penjualan bagi UKM. Dikatakan ada dampak pemasaran digital terhadap penjualan produk UMKM, dan usaha pelaku dengan melakukan Pemasaran Digital dapat mendorong kembalinya produk lokal. (Naningsih et al., 2022).

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Perkembangan teknologi digital terkait strategi distribusi dan penjualan UMKM di Kota Makassar. Metode penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data yang komprehensif dari analisis dampak teknologi digital terhadap strategi distribusi dan pemasaran di Kota Makassar. (Astuti et al., 2023).

Sugiyono (2018), data dapat dikumpulkan dalam berbagai suasana, dan dengan metode yang beragam. Berdasarkan dari konteksnya, Data dikumpulkan di lingkungan alamiah, laboratorium dengan metode eksperimen, rumah dengan responden yang beragam, seminar, diskusi, di jalan, dan lokasi lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (observasi, wawancara, dan dokumentasi). (Astuti et al., 2023).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM adalah tulang punggung perekonomian daerah. Manfaat UMKM di Indonesia meningkat pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan. Hal ini dapat dilihat dari indikator seperti pertumbuhan jumlah UMKM, penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Peningkatan tersebut tidak hanya disebabkan oleh tingginya kreativitas para pelaku UMKM saja, namun kemampuan perusahaan dalam memilih strategi dalam memasarkan produknya juga memegang peranan yang sangat penting. Kota Makassar adalah rumah bagi banyak usaha kecil yang menjual makanan khas setempat. Agar produk Anda dikenal lebih banyak orang, Anda memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Dengan demikian, pendapatan masyarakat, khususnya usaha kecil dan menengah, akan terus meningkat sehingga mendukung perekonomian daerah (Arianty Akob et al., n.d.).

Dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, Anda bisa lebih mudah memanfaatkan keuntungan yang sudah Anda peroleh. Untuk mencapai hasil terbaik, strategi pemasaran perlu diterapkan dengan cara terbaik, karena usaha kecil dan menengah semakin banyak melakukan trade-off yang menguntungkan antara harga, layanan, dan kualitas produk. Pada saat ini penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Pertumbuhan ini menunjukkan

bahwa Indonesia mempunyai potensi besar dalam bidang e-commerce. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 2019, 24% pelajar UMKM di Indonesia memiliki akses internet tetapi tidak menggunakannya untuk bertransaksi. Oleh sebab itu, pelaku UMKM harus memiliki akses terhadap fasilitas teknologi yang tersedia dan mudah diakses oleh semua orang (Arianty Akob et al., n.d.).

(Wijaya & Nailufaroh, 2022) Untuk menangkai UMKM didalam kegiatan pemasaran produk. Produk sebaiknya memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Strategi produk yang dikembangkan seperti pilihan branding, inovasi, pengemasan, dan pelabelan.
2. Jumlah nosional yang ditampilkan pada strategi penetapan harga atau grafik harga juga dapat dianggap sebagai harga akhir yang ditetapkan perusahaan sebagai bagian dari operasi bisnisnya.
3. Strategi lokasi dan infrastruktur sangat penting karena membantu pelanggan menemukan lokasi yang tersedia dan mendistribusikan barang dan jasa. Bagi mereka, menyediakan infrastruktur yang nyaman dan aman kepada pelanggan adalah suatu keharusan.
4. Strategi promosi, kegiatan pemasaran yang bertujuan mengkomunikasikan suatu program secara persuasif kepada pelanggan atau calon pelanggan guna mempererat ikatan antara perusahaan dengan pelanggannya.

UMKM kerap memanfaatkan media digital seperti media sosial untuk menjalankan usahanya. Platform media sosial yang biasanya digunakan adalah Facebook, Tiktok dan Instagram sebagai katalog produk dan WhatsApp Business sebagai media chatting. Pemanfaatan pemasaran digital oleh pelaku UMKM sangatlah penting. Apalagi hampir seluruh aspek kehidupan sehari-hari sudah menjadi digital. Temuan mengungkapkan bahwa daya saing kelas menengah penting untuk meningkatkan penggunaan media digital oleh UMKM.(Arfan & Ali Hasan, 2022).

Ekonomi digital memungkinkan UMKM meningkatkan ukuran pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempercepat proses transaksi dengan memanfaatkan sistem pembayaran digital, media sosial, dan platform e-commerce. Selain itu, UMKM Kuliner dapat meningkatkan penjualan, jangkauan pemasaran, dan kepuasan pelanggan. Pemanfaatan ekonomi digital juga dapat membantu UMKM kuliner memaksimalkan pertumbuhan dan perkembangan usaha dengan lebih menguntungkan (Azis et al., n.d.).

Pemanfaatan ekonomi digital memberikan dampak positif dan signifikan. Maka karena itu, seiring dengan meningkatnya pemanfaatan ekonomi digital oleh UMKM kuliner, maka

semakin meningkat pula pemanfaatan ekonomi digital oleh UMKM Kuliner. meningkatkan produktivitas pekerja UMKM juga. Pemanfaatan ekonomi digital juga memudahkan UMKM dalam melakukan distribusi, penjualan, dan pembelian produk secara online, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan likuiditas pasar. Beberapa aspek pemanfaatan ekonomi digital yang memberikan dampak signifikan terhadap kiprah UMKM kuliners antara lain penggunaan platform e-commerce, penggunaan media sosial untuk pemasaran, dan penggunaan sistem pembayaran digital. (Azis et al., n.d.).

Digitalisasi pemasaran memudahkan para pengusaha memasarkan produknya secara luas. Pemasaran produk digital lebih efektif dan efisien karena menghemat waktu mereka dalam menghubungi serta berinteraksi dengan pelanggan dari jarak jauh. Platform e-commerce memungkinkan untuk mengurangi biaya transaksi, meningkatkan akses informasi ke pasar, dan meningkatkan produktivitas. Situs web digital dan platform media sosial dapat memperluas basis pelanggan Anda, meningkatkan aksesibilitas bisnis Anda, dan membangun kemitraan dengan bisnis lain (Digitalisasi et al., n.d.).

#### **4. KESIMPULAN**

UMKM berperan sangat penting dalam perekonomian, karena merupakan cara untuk mempercepat Pembangunan dari suatu daerah. UMKM berperan sebagai salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap lapangan kerja. UMKM juga mempunyai kemampuan yang bertahan sangat tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi. (Yuniar, 2023).

UMKM yang berperan sebagai salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui kebutuhan produktivitas pekerja dan tenaga, serta pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto). Sebagai prinsip ekonomi tunggal, UMKM harus dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas pertumbuhan ekonomi dan sebagai obat stagnasi ekonomi. (Paramita, 2023) Memasuki era Industri 4.0, UMKM berada pada posisi yang tepat untuk memajukan platform digital. Ekonomi digital yang semakin kompleks dan teknologi yang terus berkembang mengakibatkan ekonomi digital semakin marak di seluruh dunia. Akibat segala sesuatunya telah berubah di bidang perekonomian dan kini dapat dianalisis dari mana saja melalui internet, termasuk ponsel pintar, fenomena tersebut semakin melanda dunia menuju arah digitalisasi.

Digitalisasi akan membuat pelaku UMKM menjadi lebih mudah, efisien, dan transparan (Supriyanto, 2023). Memberdayakan usaha kecil melalui digitalisasi berdampak pada

kemampuan mereka dalam menangani produk penting lainnya. Digitalisasi UKM dilakukan melalui informasi lengkap mengenai profil UKM.

## 5. DAFTAR REFERENSI

- Afiah, N., Hasan, M., S, R., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(4), 1257. <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040>
- Amalia Sari, N., & Studi Pendidikan Ekonomi, P. (n.d.). PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR.
- Arfan, N., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 6, Issue 2).
- Arianty Akob, R., Kausar, A., Dauda, P., Wardani Bakri Katti, S., Qur, B., Bongaya, S., & Bisnis dan Keuangan Nitro, I. (n.d.). Jurnal Sains Manajemen Nitro ANALISIS PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA MAKASSAR). In *Jurnal Sains Manajemen Nitro* (Vol. 1, Issue 2). <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jsmn>
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 1(2).
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). PERAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DAN DISTRIBUSI UMKM KOTA MAKASSAR. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 175–180. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i1.3788>
- Azis, I., Akuntansi, J., & Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, I. (n.d.). PENGARUH PENGGUNAAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP KINERJA PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KULINER DI KOTA MAKASSAR.
- Bachtiar, I. H., Gafur, G., Supiati, S., Bachtiar, A. D., & Hasan, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Pemula UMKM Mie Basah Kelurahan Paccerakkang Kota Makassar Melalui Digitalisasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(4), 583–589. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i4.2722>
- Digitalisasi, P., Meningkatkan, U., Pelaku, P., Mikro, U., Di, P., Wisata, L., Sapriyadi, K. M., Syaiful, M., & Wakiya, N. (n.d.). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 8(2), 70–88.
- Ihsan Baso, M. H. (2022). Jurnal Mirai Management Penerapan E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 355–365. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2411>
- Naninsih, N., Alam, S., Indriasari, D. P., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Makassar, A. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 479–490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>
- Paramita, A. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Determinan Transformasi Digital UMKM di Kota Makassar.

- Supriyanto, E. (2023). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. 3(2), 82–97.  
<http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamikapage82>
- Wijaya, H., & Nailufaroh, L. (2022). Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan UMKM Kota Serang dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1941–1949.  
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2580>
- Yuniar, V. A. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA UMKM DI KOTA MAKASSAR. 6(2).  
<https://jurnal.stie-lpi.ac.id/index.php/neraca>