

Menaklukkan Tantangan Digital: Resiliensi UMKM Polewali Mandar dalam Era Pasar Digital

Nursahdi Saleh

Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar
nursahdisaleh@itbpolman.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan tantangan dan solusi yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Polewali Mandar dalam mengadopsi bisnis digital. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah studi literatur. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi bisnis digital dan menyajikan solusi yang dapat membantu mereka mengatasi tantangan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat upaya resiliensi yang telah dilakukan oleh UMKM di Polewali Mandar dalam menghadapi tantangan tersebut. Solusinya adalah dukungan dan kolaborasi pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan para pemangku kepentingan untuk memperkuat literasi digital, akses teknologi, pengembangan strategi bisnis yang adaptif, serta membangun budaya yang mendukung inovasi dan transformasi digital. Sehingga UMKM Polewali Mandar mampu mengatasi tantangan dan dapat berkontribusi, menaklukkan tantangan digital dan mencapai kesuksesan dalam era pasar digital yang semakin kompleks.

Kata Kunci : solusi, umkm, bisnis digital, digitalisasi umkm

Korespondensi Email : nursahdisaleh@itbpolman.ac.id

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v3i1.80>

Diterima Redaksi : 10-11-2023 | **Selesai Revisi** : 20-12-2023 | **Diterbitkan Online** : 31-12-2023

1. Pendahuluan

Polewali Mandar merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang memiliki potensi besar dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Mayoritas kegiatan industri di Polewali Mandar masih dilakukan oleh home industri makanan (Sakaria et al., 2022). Seiring dengan perkembangan teknologi dan tren bisnis digital, UMKM di Polewali Mandar dihadapkan pada tantangan baru dalam mengadopsi model bisnis digital. Demi memastikan kelangsungan sektor-sektor ekonomi yang produktif dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif, upaya percepatan transformasi digital di bidang ekonomi dapat menjadi salah satu strategi yang diadopsi (Asrol et al., 2022).

Sesuai dengan era digital yang terus berkembang, UMKM di Indonesia secara umum telah menyadari potensi besar yang dimiliki oleh teknologi digital dalam meningkatkan visibilitas, memperluas jangkauan pasar, dan memperoleh keuntungan yang lebih besar (Setyanto et al., 2015). Dengan kata lain digitalisasi UMKM memberikan peluang yang signifikan untuk meningkatkan daya saing dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Bakhri & Futiah, 2020).

Namun, di balik peluang tersebut, terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi. Tantangan pertama yang dihadapi oleh UMKM di Polewali Mandar adalah keterbatasan akses teknologi. Meskipun infrastruktur teknologi terus berkembang, masih terdapat daerah di Polewali Mandar yang belum terjangkau oleh jaringan internet yang stabil dan terjangkau. Hal ini menjadi hambatan bagi UMKM dalam mengadopsi bisnis digital.

Tantangan kedua adalah kurangnya pengetahuan digital. Banyak pemilik UMKM di Polewali Mandar yang belum memiliki pemahaman yang memadai tentang strategi pemasaran online, manajemen media sosial, dan



pengembangan situs web. Kurangnya pengetahuan ini menghambat UMKM dalam memanfaatkan potensi bisnis digital dengan efektif.

Pada tahun 2015-2019, penggunaan internet mengalami peningkatan signifikan. Persentase masyarakat yang menggunakan internet dalam kurun waktu tersebut meningkat dari sekitar 0,2198 pada tahun 2015 menjadi 0,4769 pada tahun 2019. Di sisi lain, terjadi penurunan penggunaan sambungan telepon rumah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015, sekitar 0,0701 persen rumah tangga masih menggunakan kabel telepon, namun angka tersebut turun menjadi 0,0209 persen pada tahun 2019. Selain itu, pada tahun 2015, sekitar 0,2198 dari penduduk berusia minimal lima tahun menggunakan internet dalam tiga bulan terakhir, dan angka tersebut meningkat menjadi 0,4351 pada tahun 2019 (BPS, 2019).

Perkembangan ini harusnya menunjukkan adanya pergeseran yang signifikan dalam preferensi masyarakat terkait akses komunikasi. Penggunaan internet semakin populer dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam menjelajahi dunia digital, sementara penggunaan telepon rumah mengalami penurunan yang cukup besar. Hal ini mencerminkan perubahan dalam cara masyarakat berkomunikasi, dengan semakin mengandalkan teknologi internet sebagai sarana komunikasi dan akses informasi.

Selain itu, hambatan budaya juga menjadi tantangan yang perlu diatasi. Beberapa pemilik UMKM mungkin masih skeptis terhadap keamanan dan privasi data dalam bisnis digital. Mereka perlu meyakinkan diri bahwa bisnis digital dapat memberikan manfaat jangka panjang dan tidak mengorbankan integritas bisnis mereka.

Tantangan terakhir yang dihadapi UMKM di Polewali Mandar adalah persaingan yang semakin ketat di pasar digital. Mereka harus bersaing dengan pesaing yang lebih besar dan memiliki sumber daya yang lebih besar. Dalam persaingan ini, penting bagi UMKM untuk dapat membedakan diri mereka dan membangun kepercayaan pelanggan.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan menyajikan solusi bagi UMKM di Polewali Mandar dalam mengadopsi bisnis digital. Dengan memahami tantangan yang dihadapi dan menerapkan solusi yang tepat, UMKM di Polewali Mandar dapat mengoptimalkan potensi bisnis digital mereka dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

2. Metode

Penelitian menggunakan studi literatur, yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh UMKM khususnya UMKM Polewali Mandar dalam mengadopsi bisnis digital.

Pada tahap awal, penulis mengidentifikasi tujuan penelitian yang berkaitan dengan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi bisnis digital. Tujuan penelitian ini menjadi panduan untuk memilih sumber literatur yang sesuai dan relevan dengan topik yang diteliti. Penulis melakukan pencarian dan pemilihan sumber literatur yang terkait dengan topik penelitian.

Sumber literatur dapat berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, dan sumber informasi lainnya yang terpercaya dan berkualitas. Pemilihan sumber literatur dilakukan secara sistematis dan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, seperti relevansi, keakuratan, kebaruan, dan kredibilitas.

Data yang relevan dengan topik penelitian dikumpulkan dari sumber-sumber literatur yang telah dipilih. Data dapat berupa konsep, teori, temuan penelitian, dan informasi lainnya yang mendukung analisis dan pembahasan mengenai tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi bisnis digital.

Setelah data terkumpul, penulis melakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Analisis dilakukan dengan membandingkan dan mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber literatur, mengidentifikasi pola-pola, persamaan, perbedaan, dan aspek-aspek yang relevan dengan tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Analisis ini membantu penulis dalam memahami secara mendalam fenomena yang sedang diteliti.

Penyusunan hasil penelitian dilakukan secara sistematis dan berdasarkan struktur yang jelas, mengikuti aturan penulisan ilmiah yang berlaku. Dengan menggunakan metode studi literatur, penulis dapat menggali informasi

dan pemahaman yang mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi bisnis digital. Metode ini memberikan dasar yang kuat untuk menguraikan temuan penelitian dengan mengacu pada sumber-sumber literatur yang relevan dan terpercaya.

3. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan langkah penting dalam penelitian ini untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang isu-isu yang berkaitan dengan bisnis digital dan pemanfaatannya oleh UMKM. Beberapa studi dan literatur relevan telah dikaji untuk mendukung analisis dan pembahasan dalam penelitian ini.

Tantangan besar yang dihadapi UMKM secara umum adalah sebagai berikut: Pertama, tingkat konektivitas ekosistem digital yang masih terbatas (Aarikka-Stenroos & Ritala, 2017). Data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa saat ini hanya sekitar 13% atau sekitar 8 juta pelaku usaha UMKM yang terkoneksi dengan ekosistem digital.

Kedua, terhubung ke ekosistem digital tidak menjamin keberhasilan usaha. Setelah terkoneksi dengan ekosistem digital, UMKM harus bersaing dengan pelaku bisnis digital lainnya. Tidak semua UMKM memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk bersaing dalam ekosistem digital (Sondari, 2014). Ketiga, bisnis di pasar digital membutuhkan respons yang cepat dan handal (Malecki, 2011).

Selain itu, UMKM juga menghadapi tantangan literasi digital yang terbatas. Pelaku usaha sektor informal memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan media digital, alat komunikasi, dan jaringan yang tersedia. Mereka masih memiliki keterbatasan dalam mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang berkaitan dengan usaha mereka (Endres et al., 2022).

Selain itu, dalam bisnis berbasis digital, penting untuk memiliki katalog produk yang efektif untuk memudahkan konsumen menemukan produk yang mereka cari. Katalog produk harus disusun dengan kategori, ukuran, warna, dan stok yang tersedia agar konsumen dapat menemukan jawaban terbaik di dalamnya (Juradoa & Battisti, 2019).

Selanjutnya, literasi pengelolaan keuangan juga menjadi tantangan bagi UMKM, terutama dalam menghadapi situasi krisis. Literasi keuangan yang terbatas dapat mempengaruhi kinerja usaha UMKM. Dalam kondisi sumber daya keuangan yang terbatas dan ketidakpastian arus kas bisnis, manajemen keuangan yang kreatif sangat dibutuhkan (Mirzanti et al., 2015).

Dengan infrastruktur pendukung yang memadai, UMKM yang memiliki literasi digital yang kompetitif dapat memasuki pasar digital lintas batas dan lintas waktu. Lebih penting lagi, UMKM akan menjadi lebih mandiri dengan tumbuh dan mengakar dalam hubungan sosial, serta tangguh dalam menanggapi perubahan melalui strategi yang muncul. Oleh karena itu, kewirausahaan memainkan peran penting dalam mempromosikan ketahanan melalui sikap dan perilaku yang diadopsi oleh pelaku usaha (Spigel & Harrison, 2018).

Kajian pustaka juga mengungkapkan berbagai solusi yang dapat membantu UMKM dalam mengadopsi bisnis digital. Solusi tersebut meliputi peningkatan akses teknologi melalui infrastruktur yang lebih baik, pelatihan dan pendidikan digital untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM, pembangunan kepercayaan melalui pengamanan dan privasi data yang baik, serta pengembangan strategi pemasaran yang kreatif untuk membedakan diri dari pesaing.

Dalam kajian pustaka ini, juga ditemukan beberapa faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis digital UMKM. Faktor-faktor tersebut meliputi pemahaman yang kuat tentang pasar dan pelanggan, adaptabilitas terhadap perubahan teknologi, kemampuan berinovasi, dan kualitas produk dan layanan yang unggul.

Kajian pustaka memberikan landasan teoritis yang kuat untuk memahami isu-isu dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi bisnis digital. Melalui pemahaman yang mendalam tentang penelitian dan

literatur terkait, penelitian ini dapat memberikan solusi yang berkelanjutan bagi UMKM di Polewali Mandar dan memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi bisnis digital yang efektif.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan di atas mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM secara umum dalam menghadapi era digital. Berikut ini adalah uraian lebih lanjut mengenai hasil dan pembahasan tersebut:

Konektivitas Ekosistem Digital yang Terbatas:

Tantangan pertama adalah tingkat konektivitas yang masih terbatas dalam ekosistem digital. Data terbaru menunjukkan bahwa hanya sekitar 13% atau sekitar 8 juta UMKM yang terkoneksi dengan ekosistem digital. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada sebagian besar UMKM yang belum memanfaatkan potensi dan peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas digital bagi UMKM melalui pengembangan infrastruktur digital, pelatihan, dan dukungan kebijakan yang memadai.

Persaingan dengan Pelaku Bisnis Digital Lainnya:

Terhubung ke ekosistem digital tidak menjamin keberhasilan UMKM. Setelah terkoneksi dengan ekosistem digital, UMKM harus bersaing dengan pelaku bisnis digital lainnya. Tantangan ini terkait dengan kemampuan bersaing dan memiliki ekosistem digital yang efektif. Beberapa UMKM mungkin menghadapi kesulitan dalam mengembangkan keahlian digital yang diperlukan untuk bersaing dalam pasar digital. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan literasi digital serta pengembangan strategi bisnis yang sesuai.

Respons Cepat dan Handal dalam Pasar Digital:

Bisnis di pasar digital memiliki karakteristik yang membutuhkan respon yang cepat dan handal. UMKM perlu memiliki kapasitas untuk menanggapi kebutuhan dan permintaan konsumen secara efektif dalam lingkungan digital yang dinamis. Tantangan ini terutama dihadapi oleh UMKM yang masih kental dengan informalitas dan kurang terbiasa dengan manajemen modern. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu meningkatkan kemampuan adaptasi dan fleksibilitas mereka dalam menghadapi perubahan pasar digital.

Literasi Digital Terbatas:

Tantangan selanjutnya adalah literasi digital yang terbatas di kalangan UMKM. Pelaku usaha sektor informal sering kali memiliki keterbatasan dalam memahami dan menggunakan media digital, alat komunikasi, dan jaringan yang tersedia. Hal ini menyulitkan mereka dalam mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang relevan dengan usaha mereka. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya dalam meningkatkan literasi digital UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat.

Katalog Produk yang Efektif dalam Bisnis Digital:

Bisnis berbasis digital membutuhkan katalog produk yang efektif untuk memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang mereka cari. Katalog produk harus disusun dengan kategori, ukuran, warna, dan stok yang tersedia agar konsumen dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan. Tantangan ini mengharuskan UMKM untuk memahami cara menyusun katalog produk yang efektif dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam lingkungan digital.

Literasi Keuangan dan Manajemen Keuangan yang Terbatas:

Tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah literasi keuangan dan manajemen keuangan yang terbatas. Pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan sangat penting bagi UMKM, terutama dalam menghadapi situasi krisis dan ketidakpastian arus kas bisnis. Upaya perlu dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang memadai.

Tantangan budaya:

Tantangan budaya juga menjadi faktor penting dalam mengadopsi bisnis digital bagi UMKM. Beberapa UMKM mungkin terikat oleh praktik-praktik tradisional dan memiliki resistensi terhadap perubahan budaya yang diperlukan dalam bisnis digital. Hal ini melibatkan sikap terbuka terhadap teknologi baru, kemauan untuk mengubah cara berbisnis, dan penerimaan terhadap inovasi. Jika tidak ada kesadaran atau dukungan budaya yang cukup, UMKM dapat kesulitan dalam mengadopsi bisnis digital dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar.

Untuk mengatasi tantangan budaya ini, perlu dilakukan edukasi dan pendampingan bukan hanya sosialisasi mengenai manfaat dan peluang yang ditawarkan oleh bisnis digital. UMKM perlu diinformasikan tentang peran teknologi dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis mereka. Selain itu, penting juga untuk memberikan contoh sukses dari UMKM lain yang telah berhasil mengadopsi bisnis digital dan mendapatkan manfaat yang signifikan.

Selain itu, perlu pula adanya pendekatan yang kolaboratif antara UMKM, pemerintah, dan lembaga pendukung UMKM untuk membangun budaya yang mendukung inovasi dan adaptasi. Pelatihan dan program pendampingan dapat membantu UMKM dalam mengubah pola pikir dan praktik bisnis mereka agar lebih sesuai dengan lingkungan digital. Dengan membangun budaya yang mendukung bisnis digital, diharapkan UMKM akan lebih siap menghadapi tantangan dan bersaing secara efektif di pasar digital.

Secara keseluruhan, tantangan budaya merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam mengadopsi bisnis digital oleh UMKM. Dukungan dan pendekatan yang holistik perlu dilakukan untuk mengubah pola pikir, sikap, dan praktik bisnis UMKM agar lebih sesuai dengan tuntutan pasar digital. Dengan demikian, UMKM akan dapat mengoptimalkan potensi bisnis digital mereka dan bersaing secara kompetitif di era digital yang semakin kompleks.

Pembahasan mengenai tantangan-tantangan di atas menunjukkan perlunya dukungan dan upaya nyata dalam meningkatkan konektivitas digital, literasi digital, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis UMKM. Dengan meningkatkan resiliensi dan adaptasi UMKM Polewali Mandar dalam lingkungan digital, diharapkan UMKM Polewali Mandar dapat menjadi lebih kompetitif, mandiri, dan berkontribusi sebagai pemain utama dalam perekonomian nasional.

5. Kesimpulan

UMKM di Polewali Mandar menghadapi sejumlah tantangan dalam mengadopsi bisnis digital. Tantangan-tantangan tersebut meliputi keterbatasan akses teknologi, kurangnya pengetahuan digital, hambatan budaya, dan persaingan yang semakin ketat di pasar digital. Tantangan-tantangan ini mempengaruhi kemampuan UMKM untuk mengoptimalkan potensi bisnis digital mereka dan bersaing di pasar yang semakin kompleks.

Terdapat upaya resiliensi yang telah dilakukan oleh UMKM di Polewali Mandar dalam menghadapi tantangan tersebut. Meskipun dihadapkan pada keterbatasan dan hambatan, UMKM telah menunjukkan upaya dan menggali kemampuan adaptasi, peningkatan literasi digital, pengembangan strategi bisnis yang efektif, dan perubahan budaya yang mendukung pengadopsian bisnis digital.

Diperlukan dukungan, kolaborasi pendampingan dan upaya terus-menerus dari pemerintah, lembaga pendukung UMKM, dan pelaku bisnis untuk memperkuat literasi digital, akses teknologi, pengembangan strategi bisnis yang adaptif, serta membangun budaya yang mendukung inovasi dan transformasi digital. Sehingga UMKM Polewali Mandar mampu mengatasi tantangan dan dapat berkontribusi, menaklukkan tantangan digital dan mencapai kesuksesan dalam era pasar digital yang semakin kompleks.

6. Daftar Pustaka

Aarikka-Stenroos, L., & Ritala, P. (2017). Network management in the era of ecosystems: Systematic review and management framework. *Industrial Marketing Management*, 67. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.010>

- Asrol, S., Lidyah, R., Hartini, T., & Muhammadinah, M. (2022). Peran Percepatan Transformasi Digital untuk Keberlanjutan Bisnis dan Pemulihan Ekonomi Pelaku UMKM di Kota Palembang Pascapandemi. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 11(2). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v11i2.14685>
- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2). <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- BPS, B. S. (2019). *Sulawesi Barat dalam Angka 2019*. <https://sulbar.bps.go.id/publication/2019/08/16/e986aac52a348fd08fa010bd/provinsi-sulawesi-barat-dalam-angka-2019.html>
- Endres, H., Huesig, S., & Pesch, R. (2022). Digital innovation management for entrepreneurial ecosystems: services and functionalities as drivers of innovation management software adoption. *Review of Managerial Science*, 16(1). <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00441-4>
- Juradoa, T., & Battisti, M. (2019). The evolution of sme policy: The case of new zealand. *Regional Studies, Regional Science*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/21681376.2018.1562368>
- Malecki, E. J. (2011). Connecting local entrepreneurial ecosystems to global innovation networks: Open innovation, double networks and knowledge integration. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 14(1). <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2011.040821>
- Mirzanti, I. R., Simatupang, T. M., & Larso, D. (2015). Entrepreneurship policy implementation model in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 26(4). <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.072765>
- Sakaria, Y., Saharuddin, A. D., & Hannan, M. (2022). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PROGRAM PENGEMBANGAN HOME INDUSTRI DI KABUPATEN POLEWALI MANDAR (Studi Kasus Home Industri Pengrajin Kuliner Kasippi, Bagea, dan Pupuq Di Desa Karama). *Journal Pegguruang: Conference Series*, 4(1), 235. <https://doi.org/10.35329/jp.v4i1.2269>
- Setyanto, A. R., Samudro, B. R., Pratama, Y. P., & AM, S. (2015). Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Sondari, M. C. (2014). Is Entrepreneurship Education Really Needed?: Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.414>
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1). <https://doi.org/10.1002/sej.1268>