

Peluang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Pemasaran Ekonomi digital Di Sumatera Utara

Aulia Zahra¹, Ira Hairun Nisa Munthe², Miranda³, Yudi Fakhrol Rozi⁴, Nurbaiti⁵

¹Aulia Zahra - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

²Ira Hairun Nisa Munthe - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

³Miranda - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

⁴Yudi Fakhrol Rozi - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

⁵Nurbaiti - Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi Penulis:

auliaza111@gmail.com, hairunnisa815@gmail.com, mirandaaa690@gmail.com,

yudifakhrul@gmail.com, nurbaiti@uinsu.ac.id

Abstract

This study aims to discuss the growth of UMKM and digital marketing opportunities and business challenges. Qualitative research is used in this research. Qualitative research is research that is descriptive in nature and tends to do analysis. The research findings show that digital technology growth, digital marketing opportunities, and micro, small, and medium enterprises (UMKM) are growing at an alarming rate. Apart from being a challenge for the business world, this also provides enormous opportunities and potential for economic growth and the business world, and actors in the business sector must be able to adapt to changing trends. information Technology. Utilizing digital developments in society and information technology, business actors must be able to create opportunities. Several policies from both the government and UMKM actors can encourage UMKM. The development of technology makes people tend to want the fastest service. This encourages UMKM to think more creatively in order to be able to meet the needs of society.

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Business Opportunities, Business Challenges*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas pertumbuhan UMKM dan peluang pemasaran digital serta tantangan bisnis. Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung melakukan analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan teknologi digital, peluang pemasaran digital, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tumbuh pada tingkat yang mengkhawatirkan. Hal ini selain menjadi tantangan bagi dunia usaha juga memberikan peluang dan potensi yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi dan dunia usaha, serta para pelaku di sektor usaha harus mampu beradaptasi dengan tren yang berubah. teknologi informasi. Memanfaatkan perkembangan digital di masyarakat dan teknologi informasi, pelaku usaha harus mampu

menciptakan peluang. Beberapa kebijakan baik dari pemerintah maupun pelaku UMKM dapat mendorong UMKM. Berkembangnya teknologi menjadikan masyarakat cenderung menginginkan pelayanan tercepat. Hal tersebut mendorong UMKM untuk berfikir lebih kreatif agar mampu memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran Digital, Peluang Bisnis, Tantangan Bisnis

PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha mikro kecil menengah, yang dimana banyak pelakunya adalah masyarakat tingkat menengah ke bawah. Umkm sendiri memberikan peluang bagi masyarakat tingkat menengah ke bawah dalam mengembangkan bisnisnya.

Bisnis yang dikenal sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah sangat diminati dan menyediakan peluang kerja bagi penduduk setempat. Perekonomian di Sumatera Utara telah diuntungkan oleh kebangkitan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya di Sumatera Utara. Wajar saja, perusahaan tersebut merupakan perusahaan sukses yang tidak diragukan lagi mendatangkan uang bagi para pengusaha yang mendirikanannya. Keberhasilan yang diraihny menunjukkan responsnya. Hal ini ditunjukkan hanya dua tahun setelah krisis ekonomi 1998.

Para pelaku usaha di Sumatera Utara menyambut baik gerakan dukungan UKM, khususnya bagi para pengusaha muda dan industri perumahan mandiri (home industry) yang terus berkembang pesat. Krisis multifaset yang terjadi di Indonesia antara tahun 1997 hingga 1998 telah menunjukkan bahwa usaha kecil mampu menopang usaha. kesinambungan dan bahkan melakukan fungsi penyelamatan di berbagai bidang kegiatan. Produksi dan distribusi kebutuhan masyarakat adalah contoh dari fungsi penyelamatan. Dunia baru usaha kecil dan menengah (UKM) juga telah ditetapkan untuk dijadikan sebagai model untuk ekspansi ekonomi di masa depan.pada konferensi APEC 1999 yang diadakan di Christchurch, Selandia Baru.

Dengan mempertimbangkan perluasan usaha dan kesempatan kerja yang paling besar. Keberadaan usaha kecil di berbagai sektor ekonomi di Sumatera Utara memberikan landasan untuk pemahaman kita tentang kekuatan dan kelemahan mereka. Setelah ini, potensi di Sumatera Utara sebagai mesin pertumbuhan kembali ke tingkat yang lebih dalam, memungkinkan kita untuk mengidentifikasi persyaratan untuk pengembangannya. Sejauh ini, prosedur yang biasa dilakukan

adalah melihat bagaimana sektor ekonomi yang berbeda mempengaruhi PDB. Prioritas kecil bisnis hanya akan ditunjukkan melalui kontribusi dari grup untuk mengevaluasi posisi strategisnya. Ini akan dapat menentukan potensi pertumbuhan potensi grup bisnis dengan melihatnya.

TINJAUAN TEORETIS

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha kecil. Kriteria UMKM dijelaskan melalui undang-undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Penjelasan tentang kriteria UMKM tercantum dalam bab V pasal 6. UMKM memiliki kriteria 1) kriteria usaha kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. 2) kriteria usaha mikro, yaitu usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha milik swasta. 3) usaha menengah, atau usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara mandiri dan dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha kecil atau usaha besar baik langsung maupun tidak langsung. Selain itu, berdasarkan UU UMKM No. Kecuali tanah dan bangunan tempat usaha tersebut berada dan penjualan untuk tahun, kriteria kategori usaha mikro, kecil, dan menengah didasarkan pada kekayaan bersih.

Pemasaran Digital

Internet dan teknologi informasi digunakan dalam pemasaran digital untuk memperluas fungsi pemasaran tradisional. Inti dari pemasaran digital adalah membuat bisnis mereka mudah dijangkau dengan hadir di media dengan akses langsung ke pelanggan. Teknologi media, juga dikenal sebagai media online atau internet, telah berubah dengan kemajuan teknologi era digital. Media ini juga disebut sebagai media yang belum ada yang berhasil menandingi pertumbuhan pengguna.. Contohnya seperti layanan transportasi online (gojek, grab, maxim, indriver dan lain-lain), sosial media (instagram, facebook, tik-tok, dan sebagainya), marketplace (bli.bli, shopee, lazada,

tokopedia, JD.ID). Bisnis tidak hanya masalah online tetapi juga offline seperti ketersediaan produk dan personel yang mengantarkan barang, seperti PT.Pos Indonesia.

Sebanyak 243 Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Sumut telah memasuki pasar berbasis web atau "go commercial center". "Program UMKM Go Commercial Center di Sumut sangat bagus atau saat ini sudah ada 243 UMKM yang memanfaatkan web based framework untuk melakukan pertukaran," ujar Top Otoritas Administrasi Moneter (OJK) Teritorial Sumut. Office 5, Yusup Ansori di Medan, Senin. Jumlah UMKM "go commercial center" sebanyak 243 pada posisi Februari tersebut. mendekati 50% dari target 500 UMKM pada tahun 2022. Dengan tercapainya angka tersebut, OJK mengakui target 500 UMKM yang "go Commercial center" telah tercapai.

Otoritas publik, mengungkap, terus melakukan berbagai proyek untuk menciptakan dan memajukan UMKM. Langkah ini melihat besarnya peran UMKM dalam mendorong pembangunan moneter. Dengan mengiklankan barang-barang UMKM di pusat niaga, maka pintu buka pasar akan lebih luas dan gaji para pelaku UMKM di Sumut akan meningkat. Program Pusat Komersial Go UMKM juga menjunjung tinggi program Pengembangan Publik Senang Buatan Indonesia melalui TPAKD Sumut 3K mengatakan, khususnya tanggung jawab, upaya terkoordinasi dan pengelolaan. Yusup mengungkapkan, UMKM di Sumut semakin mahir dengan inovasi data yang menjadi minat zaman. Menurut dia, jumlah pelanggan baru QR Code Standard untuk cicilan terkomputerisasi atau QRIS bertambah 115.422 sehingga totalnya menjadi 700 ribu. Pertukaran yang melibatkan QRIS tercatat 2.610.388 senilai Rp 162,271 miliar untuk tempat Februari 2022.

METODE PENELITIAN

Untuk melakukan penelitian mengenai peluang usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dalam pemasaran ekonomi digital di Sumatera Utara, peneliti memutuskan untuk menggunakan metode kualitatif dikarenakan metode ini bersifat deskriptif dan cenderung melakukan analisis.

Selain itu, penelitian kualitatif adalah proses penelitian dan pemahaman yang didasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.

Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Beberapa sumber, antara lain buku, jurnal ilmiah, dan internet, digunakan dalam pendekatan teori atau

konsep. Kerangka pemikiran tunggal menyatukan semua deskripsi konsep yang ada. Dan data yang digunakan adalah data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pemasaran Digital

Peluang

Medan memiliki sekitar 2,5 juta orang yang tinggal di sana. Karena sekarang lebih mudah bagi orang untuk memulai bisnis di mana saja, teknologi sekarang menjadi kekuatan pendorong. Maraknya market place atau situs jual beli online telah memungkinkan bagi siapa saja, mulai dari ibu-ibu atau anak muda yang ingin berjualan makanan, pakaian, atau kerajinan tangan, untuk menjadi pengusaha.

Industri digital juga merupakan jalan bagi pengusaha baru, UMKM Medan menyediakan peluang bisnis yang bisa dijadikan sebagai mesin income bagi masyarakat kota Medan dan provinsi Sumatera Utara pada umumnya. Portal UMKM Sumut disini akan membantu para pelaku usaha kecil menengah untuk memberikan inspirasi dan ide bisnis yang layak dan cocok untuk dikembangkan di kota Medan dan Sumut secara keseluruhan. Hal ini dinilai perlu agar dapat bersaing dalam era teknologi dan informasi yang menuntut eksistensi usaha dalam internet. Peluang UMKM di Medan menjadi salah satu sarana untuk memasarkan produk UMKM di Medan. Produk UMKM diharapkan dapat bersaing dan menjadi lebih viral ketika dibantu diperkenalkan oleh UMKM Medan. Dengan begitu, brand dan tingkat penjualan akan meningkat dan lebih memberikan untung kepada pelaku UMKM di Medan.

Beberapa situs web menawarkan berbagai macam produk yang akan dijual oleh UMKM Medan, ada juga bisnis besar yang menjual secara online. Karena jaringan media sosial online yang kuat, industri digital merupakan sarana pertumbuhan inklusif karena semakin banyak masyarakat berinteraksi secara online sebagai produsen, konsumen, dan hanya sebagai pedagang perantara. Dapat ditarik kesimpulan bahwa teknologi memberikan peluang bagi pelaku usaha UMKM untuk menjalankan usaha secara lugas dan hemat biaya. Digital marketing memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan awareness dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM.

Tantangan

Media dari digital marketing yang memberikan kenyamanan untuk digunakan pelanggan. Ketika seorang pelanggan merasa bahwa media yang digunakan adalah nyaman, maka pelanggan akan dapat menggunakannya dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini akan membuat pelanggan merasakan kecepatan akses dalam mencari kebutuhan yang diinginkan dan cenderung lebih cepat menemukannya. Fitur-fitur dari media digital marketing yang bersifat user centric, teknologi digital memungkinkan pelanggan menjadi salah satu pihak yang berkontribusi terhadap pembentukan produk, sehingga dengan penyediaan media yang dapat mengakomodir keinginan pelanggan dalam hal kontribusi tersebut akan semakin menjadikan pelanggan merasa memiliki kontrol atas produk melalui umpan balik yang diberikan, sehingga akan memberikan nilai positif ke pelanggan. Kecepatan pelayanan, pemberian efisiensi waktu bagi para pelanggan dalam mencari dan mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Oleh karena itu, semakin cepat suatu produk atau jasa disajikan, maka pelanggan akan merasakan pemenuhan atas harapannya karena pelanggan sangat menghargai waktunya. Kualitas produk, teknologi digital menjadikan persaingan antar produk dan jasa semakin ketat, dimana pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan banyak pilihan untuk satu produk atau jasa yang diinginkan untuk dibandingkan dan dipilih yang dirasa paling baik kualitasnya.

Hal ini menunjukkan semakin pentingnya kualitas produk dalam strategi digital marketing untuk dapat membangun kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Maka strategi digital yang mampu memenuhi kenyamanan, kecepatan pelayanan, kualitas produk akan menyebabkan pelanggan merasa puas.

Ketiadaan sumber daya manusia (SDM) yang mampu memasuki ranah digital menjadi salah satu faktor yang dinilai cukup rumit. Persoalan mendasar adalah sistem pendidikan kita gagal menghasilkan lulusan yang siap kerja.

Kota Medan harus mendidik mereka dari awal, sehingga bisa bergerak dengan cepat. Agar perkembangan ini termasuk industri e-commerce, terus berada di jalur yang positif, regulasi yang ketat dan cepat harus mengikuti pertumbuhan industri yang pesat. Misalnya, ada layanan transportasi online seperti gojek dan grab yang menikmati kelebihan dan kekurangannya, antara lain dibatasi oleh peraturan yang lamban (belum disiapkan saat ini). Potensi bisnis berbasis online terus berkembang secara konsisten. Bukan hanya jual beli hal dan

layanan online yang merupakan e-commerce. Namun, itu terhubung ke sejumlah industri, termasuk logistik dan layanan pengiriman, penyedia telekomunikasi, produsen perangkat pintar, dan lain-lain.

Karena itu, industri di Kota Medan perlu segera diwaspadai, dari sisi regulasi untuk membantu perekonomian Kota Medan tumbuh, hingga kekuatan jejaring sosial yang terus menajamkan industri layanan berbasis IT, e-commerce, dan sistem logistik yang mengandalkan teknologi digital.

Ketersediaan produk, personel yang mengantarkan barang, seperti PT Pos Indonesia, dukungan infrastruktur IT, dan aspek lainnya merupakan bagian dari bisnis online.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perkembangan teknologi di sisi lain, selain cukup menjadi tantangan bisnis, dunia komputerisasi yang berkembang pesat juga merupakan pintu terbuka yang sangat besar dan mungkin dapat menggairahkan ekonomi dan bisnis. Dengan menggunakan inovasi data untuk mendorong aktivitas bisnis dan meningkatkan intensitas, pelaku bisnis harus dapat tetap waspada terhadap pola yang berkembang. Organisasi yang dapat membuka pintu dan pasar baru dengan menggunakan inovasi data dan kemajuan terkomputerisasi di arena publik harus memiliki opsi untuk diubah dan dimajukan oleh para visioner bisnis.

Saran

Pelaku UMKM harus dapat meningkatkan inovasi produk, sumber daya manusia pekerja dan pelaku usaha, serta kualitas untuk menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk Indonesia. Selain itu, pemerintah harus mengembangkan kebijakan yang dapat

mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui perluasan teknologi digital di bidang informasi dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Fauziah Afriani. (2006). Peluang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Ekonomi Islam, 2 (2).

Mariana Kristiyanti. (2011). Usaha Mikro dan UKM dalam perekonomian indonesian, 3 (2).

Ahmad Yunani, Sri Maulida. (2007). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari berbagai aspek ekonomi, 1(2).

Feeny, David. 2001. Making Business Sense of E-Opportunity. MIT Sloan Management Riview
https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/Identifikasi_peluang_e-bisnis.pdf

Undang-undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah (2008) Indonesia