

**TEKNOLOGI DIGITAL SEBAGAI TEROBOSAN STRATEGI BISNIS  
UNTUK KEBERLANJUTAN UKM DI MASA PANDEMI : SURVEI PADA  
UKM DI KOTA SUBANG JAWA BARAT**

**Rismayanti Awalliyah<sup>1</sup>, Estu Widarwati<sup>2</sup>, dan Nunik Nurmalasari<sup>3</sup>**

*STIE Sutaatmadja Subang*

*Email : [wie2tdz@gmail.com](mailto:wie2tdz@gmail.com)<sup>2</sup>*

**ABSTRAK**

Kebijakan Pemerintah berupa PPKM (Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di masa covid-19 berdampak pada penurunan pendapatan UKM, sehingga penggunaan media sosial sebagai terobosan teknologi digital pada aktivitas bisnis UKM menjadi penting untuk keberlanjutan UKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak strategi digital bisnis pada keberlanjutan UKM di Subang Jawa Barat. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah 30 UKM pada 9 kecamatan di Kota Subang Jawa Barat. Terapan teknologi digital diukur dengan dimensi *Big data*, *Cyber-Physical System (CPS)*, *Internet of Things(IoT)*, dan *Interoperability*. Sedangkan keberlanjutan bisnis menggunakan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terapan strategi digital berpengaruh positif signifikan pada kinerja UKM. Gambaran terapan strategi digital yang belum cukup baik di UKM Kabupaten Subang memerlukan tindak lanjut berupa re-sosialisasi penggunaan teknologi digital yang tepat agar dapat mengelola kinerjanya dengan baik untuk keberlanjutan bisnis.

**Kata kunci** : Teknologi Digital, UKM, Keberlanjutan Bisnis

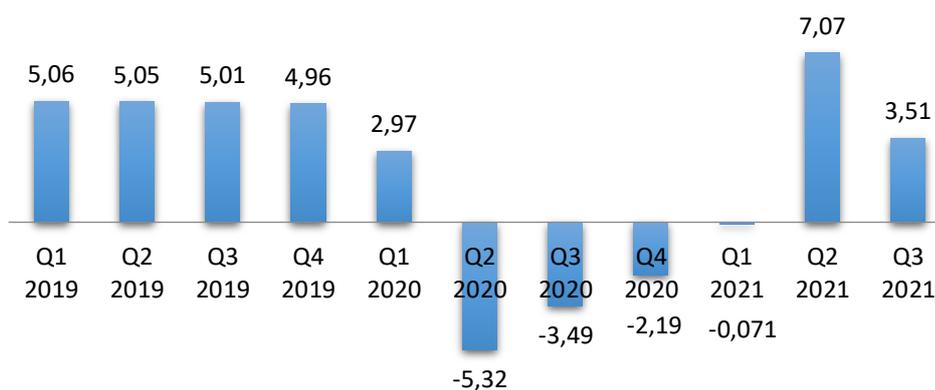
**ABSTRACT**

*The government policy for implementing of restrictions on community activities impacts on declining of SMEs' that lead to the importance of social media as digital technology breakthrough in their business activity for SME's sustainability. This study aims to test the impact of digital strategy on SMEs' in Subang City. Digital technology measure by three dimension namely Big data, Cyber-Physical System (CPS), Internet of Things(IoT), dan Interoperability. Then SMEs' sustainability measured by economy, social, and environment dimension. The method used is quantitative with questionnaire as data collection tool. The results shows that application of digital technology in SMEs has positive effect on their performance. The implementation of digital strategy in SMEs' Subang is not good enough and need to re-socialization of right digital technology application for good managing in SMEs for business sustainability.*

**Keywords** : Digital Technology, Business Sustainability, SME's

**PENDAHULUAN**

Sejak pandemi Covid-19 melanda dunia, perekonomian hampir semua negara termasuk Indonesia mengalami perlambatan termasuk perekonomian Indonesia yang pada kuartal II 2020 menurun drastis hingga mencapai angka -5,32. Akibat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membentur konsumsi rumah tangga sebagaimana yang di tunjukkan oleh grafik di bawah ini :



**Grafik 1**  
**Perekonomian Indonesia 2019 - 2021**

*Sumber : The Indonesian Institute (2021), dan data diolah pada Tahun 2022*

Beragam kebijakan pemerintah dilakukan untuk membantu mendorong perbaikan perekonomian Indonesia yang mencapai angka 7,07 pada kuartal II tahun 2021 dan sempat kembali turun menyentuh angka 3,51 pada kuartal III tahun 2021. Penurunan ini dikarenakan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat dari pusat kota hingga level Kabupaten, akibat melonjaknya kasus Covid-19 varian Delta. (The Indonesian Institute : 2021).

Dampak PPKM pada UMKM menjadi perhatian khusus bagi pemerintah, praktisi, akademisi, dan penelitian mengingat kontribusi UMKM pada perekonomian Indonesia cukup signifikan. Pada masa pandemi, pergerakan kontribusi UMKM pada PDB nasional berfluktuasi dan mengalami penurunan sebesar 0,9% pada tahun 2021,



**Grafik 2**  
**Pergerakan Kontribusi UMKM pada PDB Nasional 2019-2021**

*Sumber : Data dikutip dari Lokadata (2019), Kementerian Investasi(2020), dan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI (2021), dan diolah pada 2022*

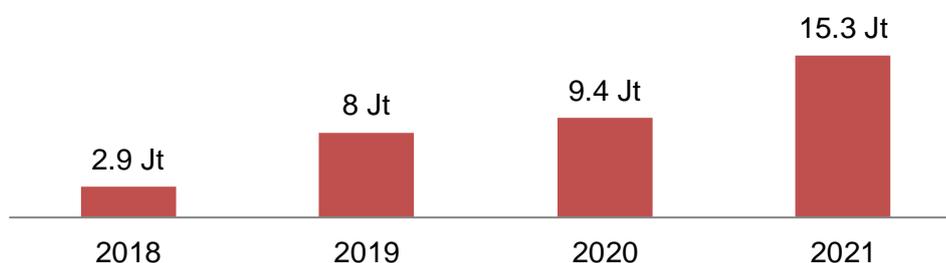
Sebagaimana data OJK (2021), bahwa perpanjangan PPKM membuat 50% dari 64,2 juta atau sekitar 32,1 juta pelaku UMKM menutup usahanya. Selain itu, pandemi Covid-19 dan pembatasan mobilitas membuat 88% usaha mikro tidak memiliki kas atau tabungan. Hal ini juga diungkapkan oleh Ikhsan (2021) yang mengatakan bahwa ada 30-an juta UMKM bangkrut. Data IDX (2021) bahwa 40% UMKM sudah gulung tikar akibat perpanjangan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 4. Kebangkrutan yang dialami oleh pelaku UMKM dipicu oleh menurunnya pendapatan

selama masa pandemi Covid-19. Sebagaimana data Kadin yang dilansir oleh IDX (2021), diketahui bahwa pendapatan UMKM menurun drastis hingga 70%. Akibat kebijakan PPKM (Peberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 4 diperpanjang di beberapa wilayah Indonesia.

Hal ini mengindikasikan terancamnya keberlanjutan bisnis kinerja UMKM, sehingga diperlukan terobosan strategi yang dapat membantu mereka mempertahankan usahanya di masa pandemi. Herdilawati (2020) mengatakan bahwa ada beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM agar dapat bertahan di masa pandemi Covid-19, yakni (1) perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan, (2) E – Commerce, dan (3) Digital Marketing.

Jaringan bisnis dan inovasi dapat menjadi alternatif strategi guna mempertahankan usaha, dan bersaing ditengah ketatnya persaingan. Terapan teknologi digital pada bisnis UMKM di masa pandemi menjadi strategi yang tepat untuk dapat mempertahankan usaha, sebagaimana Arianto (2020) dan Shinta (2021) menyebutkan bahwa pengembangan UMKM digital menjadi salah satu strategi penyelamatan UMKM agar bertahan dan tetap eksis di masa pandemi Covid-19. Hal tersebut dikarenakan digital merupakan media yang paling mudah dan sering diakses oleh masyarakat sehingga ini menjadi salah satu strategi alternatif untuk mempengaruhi perilaku konsumen (Budiarto, dkk : 2021).

Digital bisnis juga dapat membantu dan menghemat waktu, tenaga, dan memangkas biaya dengan hasil yang cukup maksimal dalam dunia usaha (Fajrillah, dkk : 2020). Ini didukung dengan perkembangan teknologi digital di Indonesia yang cenderung mengalami peningkatan dan hal tersebut selaras dengan UMKM yang go digital di Indonesia sebagaimana grafik berikut :



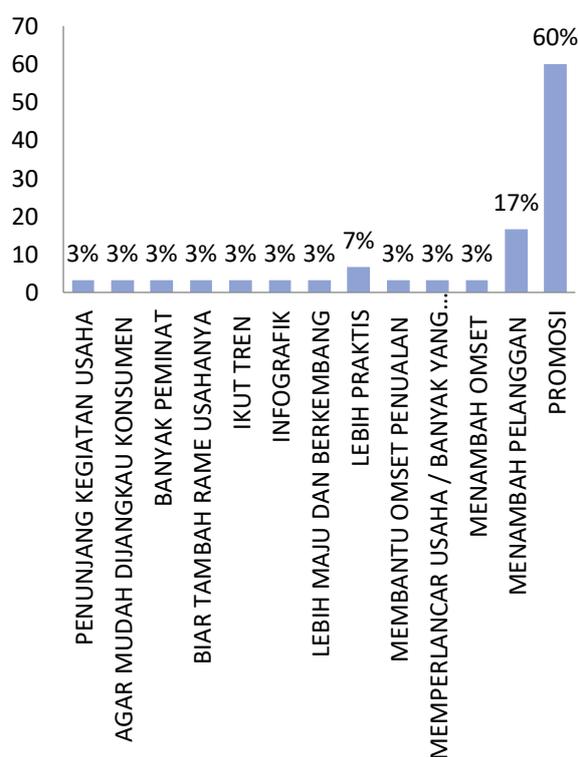
**Grafik 4**  
**Jumlah UMKM go Digital di Indonesia**

*Sumber : Data Kontan.co.id (2019), CNN Indonesia (2020), dan Kompas.com (2021), dan data diolah pada tahun 2021*

Jumlah UMKM go digital di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meski demikian, angka tersebut masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah UMKM di Indonesia saat ini yaitu sebanyak 65 juta UMKM. Platform sosial media yang paling di gunakan di Indonesia yaitu Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dan Youtube (Ratnasari, 2021) dan Naini, dkk (2021), menyebutkan marketplace yang bisa digunakan oleh khalayak umum termasuk pelaku UMKM, yaitu Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Grab, Gojek, dan lain sebagainya. UMKM Indonesia banyak yang menggunakan e-commerce sebagai wujud dari penerapan digital bisnis.

Ukko, dkk (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa strategi keberlanjutan berfungsi sebagai promotor dalam hubungan antara kemampuan manajerial dan kinerja

keuangan tetapi menghambat hubungan antara kemampuan operasional dan kinerja keuangan. Dan Arianto (2020) dalam penelitiannya menemukan hasil bahwa pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19 dapat menjadi salah satu alternatif pengembangan UMKM di era ekonomi digital. Selain itu pengembangan UMKM digital juga menjadi salah satu strategi penyelamatan UMKM agar tetap eksis di masa pandemi Covid-19. Hal ini juga ditemukan oleh Budiarto (2020), dimana penelitiannya menunjukkan bahwa *e-commerce* dan jaringan usaha berpengaruh terhadap kinerja usaha. Selanjutnya kinerja berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Namun, pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.



Sumber : Data diolah pada tahun 2021

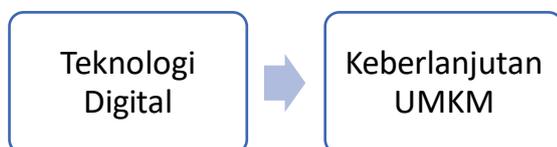
Kinerja usaha yang baik akan terhubung dengan keberlanjutan bisnis. *Sustainability* UMKM merupakan bentuk ketahanan usaha dari waktu ke waktu dengan mempertimbangkan kondisi sosial, lingkungan dan memperoleh keuntungan. Ada tiga aspek dalam strategi keberlanjutan (*sustainability*) UMKM (Torugsa, dkk : 2013) yakni Aspek lingkungan, Aspek ekonomi dan Aspek sosial. Pengelolaan karyawan dan pelanggan serta kembalinya modal awal dapat menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tersebut dikatakan baik (Budiarto : 2020). Menurut Budiarto (2020), *sustainability* UMKM dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya Pengelolaan Karyawan dan Pelanggan

(Penjagaan dan peningkatan kualitas produk dalam peningkatan kepuasan pelanggan, Usaha peningkatan kualitas layanan, Pemanfaatan testimoni produk untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan) dan Pengembalian Modal Awal (Kestabilan laba atau meminimalisir kerugian)

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran strategi bisnis digital dan sustainability UMKM serta secara khusus penelitian ini menguji pengaruh strategi bisnis digital terhadap sustainability UMKM. Penelitian ini diharapkan berkontribusi secara teoritis untuk menguatkan temuan penelitian sebelumnya, dan memberi peluang penelitian selanjutnya terkait topik strategi teknologi digital terhadap *sustainability* UMKM di masa pandemi. Adapun secara praktis, temuan penelitian ini bisa berimplikasi positif untuk *sustainability* UMKM melalui terapan teknologi digital. Lebih lanjut, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan kebijakan pemerintah pusat dan daerah untuk pemetaan kendala keberlanjutan UMKM dikaitkan strategi bisnisnya.

## METODE

Penelitian ini menganalisis terapan teknologi digital terhadap keberlanjutan UMKM dengan sampel 30 UMKM yang dipilih berdasarkan kriteria bergerak dibidang kuliner, serta menggunakan teknologi digital. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kualitas data diuji validitas, uji reabilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis uji pengaruh regresi linear sederhana didasarkan pada hipotesis terapan teknologi digital memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan UMKM dengan model berikut :



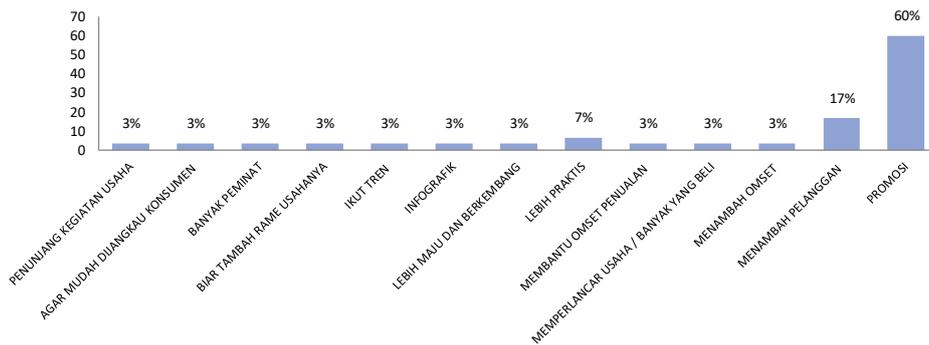
**Gambar 1 : Model Penelitian**

**Sumber : dikembangkan dari Ariano (2020)**

## HASIL

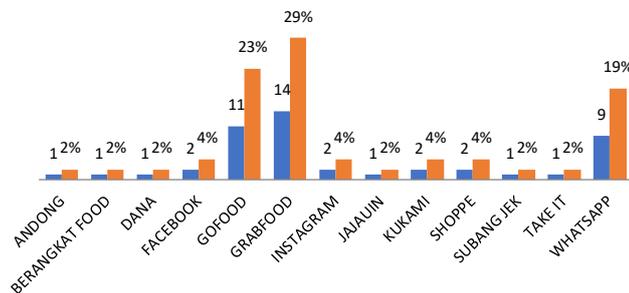
Sebaran responden menunjukkan berdomisili di 3 Kecamatan yaitu Kecamatan Purwadadi, Subang, dan Tanjung Siang. Sampel terbanyak bergender laki-laki yaitu 57% dan sisanya perempuan. Usia pemilik UMKM di Kota Subang didominasi usia 18-25 tahun sebesar 33% (10 orang) dan sedikit dari usia 45 tahun ke atas yang hanya 13% (4 orang). Latar belakang pemilik UMKM kebanyakan lulusan SMA/SMK sebesar 17 orang (57%) dan sedikit berlatar belakang lulusan SD yaitu hanya 6%.

Lebih lanjut, hasil pemetaan data kuesioner menunjukkan bahwa alasan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas UMKM di Kota Subang terbesar adalah karena untuk promosi sebesar 60% atau sebanyak 18 orang, dan sebesar 17% responden atau sebanyak 5 orang menggunakan teknologi digital untuk menambah pelanggan.



Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Lama usaha dapat mencerminkan adanya keberlanjutan UMKM dan data responden menunjukkan UMKM di Kota Subang mampu mempertahankan bisnisnya rata-rata di atas 3 tahun dan kebanyakan UMKM di Kota Subang menggunakan aplikasi grabfood sebesar 29% dari total responden atau setara 14 pemilik UMKM dengan lama menggunakan teknologi digital rata-rata 3 tahun (57%)



Sumber : Data diolah pada tahun 2021

Lebih lanjut, hasil tanggapan Responden Mengenai Variabel Teknologi Digital (X) yang diukur dengan dimensi big data, cyber physical system (CPS), Internet of Thing (IoT), dan Interopability menunjukkan bahwa terapan teknologi digital pada bisnis UMKM di Kota Subang kurang baik dengan skor terendah pada dimensi big data. UMKM di Kota Subang belum memanfaatkan penyimpanan data kehadiran, rekap transsksi dan daftar permintaan pelanggan secara digital, meskipun mereka telah menyadari pentingnya penggunaan teknologi digital dalam manajemen bisnisnya.

Adapun tanggapan responden mengenai Variabel Keberlanjutan Kinerja UMKM (Y) menunjukkan keberlanjutan UMKM di Kota Subang dalam kategori tidak baik dengan aspek ekonomi menjadi aspek terendah dalam penilaiannya. Mereka masih sering menunggak tagihan bulanan dan meminjam saat terjadi defisit pemasukan untuk keperluan operasional UMKM

Pengujian kualitas data menunjukkan seluruh pernyataan valid dan realibel mewakili variabel serta lolos uji asumsi klasik. Hasil uji hipotesis dengan regresi linier sederhana menunjukkan adanya pengaruh terapan teknologi digital terhadap keberlanjutan UMKM sehingga hipotesis penelitian ini diterima. Koefisien determinasi nilai R Square yaitu sebesar 0,375 yang artinya variabilitas variabel teknologi digital mampu menjelaskan keberlanjutan UMKM sebesar 37,5%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	57.243	5.859		9.770	.000		
X	.611	.149	.612	4.095	.000	1.000	1.000

*Sumber : data diolah peneliti (2021)*

## **DISKUSI DAN KESIMPULAN**

Mengingat kondisi yang penuh ketidakpastian seperti kondisi pandemi saat ini maka penerapan teknologi digital pada kegiatan UMKM sangat diperlukan, guna memperluas pangsa pasar, dan menjangkau pelanggan, serta mengingatkan kembali kepada pelanggan akan produk-produk yang ditawarkan. Penerapan manajemen keuangan yang baik juga sangat diperlukan, agar keuangan UMKM juga dapat terkendali dengan baik. Dengan demikian, diharapkan tidak ada lagi UMKM yang mengalami kekurangan kas/tabungan, apalagi melakukan penutupan usaha.

Situasi pandemi Covid-19 membuat beberapa pelaku UMKM menjadi sangat sensitif dan berhati-hati terlebih mereka yang membuka usaha dengan menyewa ruko sehingga beberapa dari mereka ada yang tidak bersedia untuk menjadi responden. Pada sebagian UMKM masih ada yang mengalami kesulitan dalam memahami cara penggunaan teknologi digital untuk produk jasa pengantaran barang seperti grabfood, gofood, dan lain-lain serta produk-produk pembayaran non tunai.

Oleh karena itu, maka diperlukan sosialisasi kembali kepada UMKM mengenai penggunaan teknologi digital dalam kelompok kecil terlebih dahulu dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan dimensi berbeda pada variabel teknologi digital dan *sustainability* maupun mengeksplor peran variabel moderasi kinerja UMKM. Selain itu, penambahan jumlah responden dengan sebaran domisili yang lebih luas diharapkan dapat memperjelas hubungan terapan teknologi digital dan keberlanjutan UMKM.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Budiarto, Dekeng Setyo., et.al., “Maintaining the Performance and Sustainability of MSMEs Using E-Commerce during the Covid-19 Pandemic,” in 2021. Vol 23. No 3. P 414 -425
- [2] Faraz, Muhammad., dkk., “The impact of digital transformation on business performance”, in 2019, Vol. 9. No. 6. P. 5056-5061.
- [3] Fitriyani, Ika., dkk., ‘Strategi manajemen bisnis pasca pandemi covid-19’, in 2020, Vol. 1. No. 2. pp 87-95.
- [4] Pratono, Aluisius Hery., “Does Firm Performance Increase with Risk-Taking Behavior Under Information Technological Turbulence ? Empirical Evidence from Indonesian SMEs”, in 2018, Vol 19. No. 4. P. 361-
- [5] Ukko, Juhani., et al., “Sustainability strategy as a moderator in the relationship between digital business strategy and financial performance”, in 2019, (236). pp 1-9..