



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 (1) September-Februari 2025: 933-940

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



PERAN TEKNOLOGI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN MODERN UMKM

Restu Rahmat Ramadhan¹, Nofiar²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: rahmatrestu033@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima Oktober 2024 Disetujui Oktober 2024 Diterbitkan Oktober 2024</p>	<p>Perubahan signifikan telah terjadi akibat kemajuan teknologi di dunia bisnis, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain menggunakan teknik tradisional, pemasaran modern juga memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas. Artikel ini membahas kontribusi signifikan teknologi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM, termasuk analisis data, e-commerce, dan penggunaan media sosial. Kini, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih besar, lebih terlibat dengan pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka secara lebih efektif dan ekonomis berkat teknologi. UMKM dapat bersaing dengan bisnis yang lebih besar dengan menggunakan teknologi digital untuk merespons perubahan pasar dan perilaku konsumen dengan cepat. Artikel ini juga membahas kesulitan yang dialami UMKM dalam menerapkan teknologi dan menawarkan solusi untuk masalah tersebut. Singkatnya, teknologi merupakan faktor utama dalam evolusi pemasaran UMKM, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan mereka..</p>
<p>Kata Kunci: Teknologi, pemasaran Modern, UMKM, Efektivitas, Digitalisasi, E-commerce</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Technology, Modern marketing, UMKM, Effectiveness, Digitalization, E-commerce</p>	<p><i>Significant changes have been brought about by technological advancements in the business world, particularly in the Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs) sector. In addition to using traditional techniques, modern marketing also makes use of digital technologies to increase efficacy. This article explores the significant contribution that technology makes to improving MSME marketing efficacy, including data analytics, e-commerce, and social media use. MSMEs may now reach a larger market, engage with customers more, and more effectively and economically optimize their marketing strategy thanks to technology. MSMEs may compete with larger businesses by using digital technology to quickly respond to changes in the market and consumer behavior. This article also</i></p>

discusses the difficulties MSMEs have implementing technology and offers solutions to these problems. In summary, technology is a major factor in the evolution of MSME marketing, which can eventually improve the viability and competitiveness of their companies..

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di era digital saat ini telah mengubah banyak aspek kehidupan masyarakat secara signifikan, termasuk sektor bisnis. Teknologi menghadirkan sejumlah opsi bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjadi lebih kompetitif, khususnya dalam bidang pemasaran. Pemasaran modern telah berkembang menjadi bentuk yang lebih dinamis dan efektif melalui platform digital, menggantikan teknik yang lebih kuno seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan media cetak. Melalui penggunaan media sosial, e-commerce, dan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM), teknologi memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah, berkomunikasi langsung dengan konsumen, dan menawarkan pengalaman yang lebih personal.

Lebih jauh lagi, pemasaran daring menjadi bagian penting dari perencanaan bisnis modern. Dengan mengintegrasikan beberapa teknologi dan taktik, termasuk media sosial, iklan daring, SEO (Search Engine Optimization), dan pemasaran email, bisnis dapat menciptakan kampanye pemasaran yang lebih terarah dan sukses. Menurut Alimuddin (2023), The Clean Solution dapat meningkatkan kampanye pemasaran mereka dan meningkatkan tingkat keberhasilan mereka dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat. Salah satu strategi pemasaran digital The Clean Solution adalah menentukan target pasar. Organisasi dapat memperoleh data dan analitik melalui ranah digital yang meningkatkan pemahaman mereka tentang perilaku pelanggan. Hal ini memungkinkan mereka untuk lebih tepat menargetkan upaya pemasaran mereka. Purwanti (2023) menegaskan bahwa kualitas dan fleksibilitas MCP yang unggul, dapat menciptakan program pemasaran digital yang memenuhi kebutuhan bisnis dan organisasi. Lebih jauh lagi, pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk mengukur hasil kampanye dengan lebih akurat, yang sangat penting untuk meningkatkan taktik pemasaran dan pengambilan keputusan.

Namun, meskipun pemasaran digital dan e-commerce memiliki potensi yang sangat besar, sejumlah kendala masih perlu diatasi sebelum UMKM di Indonesia dapat sepenuhnya mencapai potensi tersebut. Arifqi (2021) menyatakan bahwa salah satu masalah utama yang sering dihadapi UMKM adalah distribusi produk. Salah satu masalah terbesar adalah ketersediaan internet yang tidak konsisten di seluruh Indonesia. Di lokasi tertentu, terutama di daerah pedesaan atau daerah yang kurang berkembang, mungkin ada layanan internet yang lambat atau tidak memadai. UMKM di wilayah ini mungkin merasa kesulitan untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital sebagai akibatnya. Selain itu, UMKM mungkin merasa sulit untuk mengoperasikan bisnis internet yang menguntungkan karena masalah logistik dengan pengiriman dan distribusi produk. Keterlambatan pengiriman atau biaya transportasi yang tinggi dapat berdampak pada pendapatan dan kepuasan pelanggan bagi bisnis. Selain itu, ada kesenjangan distribusi untuk metode pembayaran digital di Indonesia, yang dapat membatasi jumlah orang yang berbelanja daring.

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran modern bagi UMKM telah mengalami perubahan drastis seiring dengan perkembangan teknologi digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa teknologi memberikan dampak signifikan terhadap efektivitas strategi pemasaran, khususnya di sektor UMKM. Menurut Kotler dan Keller (2016)

Kajian dari Dewi dan Wahyuni (2018) juga menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi bergantung pada kesiapan mereka dalam melakukan transformasi digital, yang meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan kolaborasi dengan berbagai pihak terkait, termasuk pemerintah dan institusi pendidikan.

METODE

Tiga langkah utama dalam proses untuk " Peran Teknologi Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Modern Umkm" adalah pengumpulan informasi, identifikasi masalah, dan analisis masalah. Tanpa secara khusus bermaksud untuk menguji hipotesis tertentu, tujuan dari pendekatan catatan harian deskriptif kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan gejala atau variabel pada saat catatan harian dibuat. Untuk mendalami suatu topik atau fenomena dan memahami signifikansinya pada tingkat yang lebih dalam, para peneliti menggunakan pendekatan kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Teknologi Digital

Banyak aspek kehidupan manusia telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari penggunaan teknologi digital. Teknologi digital di sektor pendidikan memungkinkan siswa untuk mengakses materi pelajaran dari lokasi mana pun dengan pembelajaran jarak jauh yang fleksibel melalui platform pembelajaran elektronik. Alat-alat digital seperti video interaktif dan buku elektronik, bersama dengan gamifikasi, semakin menyempurnakan proses pembelajaran. Di sektor bisnis, perdagangan elektronik telah menciptakan peluang baru untuk perdagangan internasional, menyederhanakan transaksi, dan mengubah cara pelanggan berbelanja. Teknik pemasaran digital yang menggunakan iklan daring, media sosial, dan SEO untuk menjangkau audiens yang lebih luas juga dimungkinkan oleh teknologi digital.

Cara organisasi berkomunikasi dengan pelanggan telah diubah secara mendasar oleh penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Berkat internet dan saluran digital lainnya, bisnis sekarang dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara lebih efektif dan ekonomis. Dengan menggunakan platform seperti media sosial, iklan berbayar (bayar per klik), dan SEO (pengoptimalan mesin pencari), pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk menjalankan kampanye yang lebih terukur dan terfokus. Bisnis dapat menciptakan komunitas, berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung, dan meningkatkan eksposur merek menggunakan media sosial. Teknologi seperti pemasaran email dan otomatisasi pemasaran dapat memungkinkan perusahaan memberikan komunikasi yang disesuaikan kepada calon klien sesuai dengan minat dan perilaku mereka. Selain itu, yang penting adalah data dan analitik digital, yang menawarkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku pelanggan. Hal ini memungkinkan bisnis untuk memutuskan strategi pemasaran dengan pengetahuan yang lebih besar. Teknologi digital, dengan demikian, tidak hanya memfasilitasi pemasaran tetapi juga memberi pelanggan pengalaman yang lebih relevan dan menarik.

Pentingnya Teknologi Digital Bagi UMKM

UMKM dapat memanfaatkan teknologi untuk mengubah pendekatan penjualan dan memperluas jangkauan bisnisnya dengan menggunakan sistem digital. Pelaku usaha juga dapat mengelola keuangannya dengan lebih cepat, jujur, dan mudah dengan menyederhanakan proses produksi. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha dapat memesan, mengatur, dan mengontrol secara terpusat jumlah bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi dan distribusi produk melalui pemanfaatan teknologi digital. Pelaku usaha juga dapat melakukan pembukuan keuangan yang jelas dengan sedikit kesalahan dengan bantuan teknologi ini. Selain itu, akan ada keuntungan finansial bagi konsumen yang menggunakan strategi ini. Hal ini karena lebih mudah bagi mereka untuk memiliki rantai pemasaran yang lebih pendek.

Oleh karena itu, semua manfaat ini dapat meningkatkan keuntungan pelaku bisnis UMKM sekaligus menekan biaya dan mempersingkat waktu produksi. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) didorong untuk tumbuh dan berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital. Di era digital, teknologi telah berkembang menjadi alat strategis yang membantu UMKM bersaing lebih sukses baik di dalam maupun luar negeri. Teknologi digital sangat penting bagi UMKM karena beberapa alasan. Teknologi digital telah menjadi elemen penting dalam era globalisasi, membantu membuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lebih kompetitif. Di tengah perilaku konsumen yang terus berkembang yang semakin bergantung pada perangkat digital dan internet, UMKM yang ingin berkembang harus mampu beradaptasi. Memanfaatkan teknologi digital tidak hanya membuat operasi lebih efisien, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, meningkatkan layanan pelanggan, dan mendorong inovasi dalam proses bisnis dan penciptaan produk. Kemampuan UMKM untuk

memanfaatkan teknologi secara sukses juga bergantung pada kesiapan mereka dalam menghadapi transformasi digital, yang meliputi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penyesuaian terhadap perubahan pasar, dan kerja sama dengan pihak terkait lainnya seperti pemerintah dan lembaga pendidikan, menurut penelitian Dewi dan Wahyuni (2018). Teknologi digital sangat penting bagi UMKM karena dapat mendukung mereka dalam berbagai hal, termasuk:

1. Memperluas jangkauan pasar UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar negeri, melalui platform e-commerce.
2. Meningkatkan daya saing UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dengan memperluas jangkauan pasar.
3. Meningkatkan efisiensi operasional UMKM dapat mengotomatiskan banyak proses operasional, seperti menghitung persediaan barang dan mencatat transaksi.
4. Memperkuat hubungan dengan pelanggan UMKM dapat berinteraksi dengan pelanggan secara lebih mudah melalui media sosial.
5. Mendorong inovasi produk dan layanan UMKM dapat memperoleh informasi pasar yang lebih baik melalui analisis data dan umpan balik pelanggan.
6. Memfasilitasi akses ke sumber daya dan pendanaan UMKM dapat mengakses sumber daya seperti informasi bisnis, pelatihan, dan jaringan profesional melalui platform online.
7. Mempermudah transaksi Pembayaran digital memudahkan UMKM dan konsumen

Strategi Dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM

Meningkatkan efektivitas operasional UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting untuk mendorong perluasan dan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Menggunakan teknologi digital adalah salah satu taktik utama. UMKM dapat memantau transaksi, mengelola uang, dan mengoptimalkan stok secara real time dengan memanfaatkan perangkat manajemen bisnis termasuk perangkat lunak akuntansi, point of sale (POS), dan sistem manajemen inventaris. Lebih jauh, penggabungan platform digital ini memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih cepat dan pelaporan yang lebih tepat.

Meningkatkan efektivitas operasional lebih lanjut melibatkan otomatisasi optimalisasi proses bisnis. UKM dapat mengurangi proses manual yang padat karya seperti administrasi pesanan, penjadwalan produksi, dan pengiriman barang dengan menerapkan teknologi otomatis. Misalnya, chatbots dan email otomatis dapat merespons pesanan dan pertanyaan pelanggan dengan lebih cepat, sehingga pemilik bisnis dapat lebih fokus dalam mengembangkan perusahaan mereka.

Menyiapkan sistem manajemen sumber daya manusia yang produktif merupakan taktik tambahan yang dapat digunakan. UMKM dapat menyederhanakan administrasi kepegawaian dengan menggunakan aplikasi SDM (Sumber Daya Manusia) untuk menangani tugas-tugas seperti penggajian, pengembangan keterampilan, dan kehadiran. Hal ini meningkatkan produktivitas tim dengan menurunkan tingkat kesalahan manual.

Selain itu, kerja sama digital antara distributor dan pemasok dapat meningkatkan efektivitas operasional. UMKM dapat bernegosiasi dan memesan produk atau bahan baku dengan lebih cepat, melacak pengiriman secara langsung, dan lebih banyak lagi dengan menggunakan platform e-commerce B2B (business-to-business) atau aplikasi komunikasi bisnis. Hal ini menurunkan kemungkinan kesalahan dalam proses pembelian komoditas sekaligus mempercepat arus logistik.

Pada akhirnya, meningkatkan efisiensi pemasaran digital adalah taktik yang sama pentingnya untuk meningkatkan efektivitas operasional. UMKM dapat menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa menginvestasikan banyak uang pada periklanan tradisional dengan memanfaatkan media sosial, situs web, dan periklanan digital. Dengan sumber daya yang terbatas, UMKM dapat menargetkan pelanggan ideal, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya mencapai hasil maksimal dengan rencana pemasaran digital yang efektif.

Peningkatan Daya Saing dan Inovasi UMKM Dalam Teknologi

Agar usaha kecil dan menengah dapat berkembang di era digital, mereka harus menjadi lebih inovatif dan kompetitif di sektor teknologi. Teknologi memberi UMKM cara baru untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, menjalankan bisnis mereka dengan lebih efektif, dan mengembangkan barang dan jasa mutakhir. E-commerce, media sosial, dan aplikasi seluler merupakan contoh teknologi digital yang dapat diadopsi untuk meningkatkan daya saing. UMKM dapat mengakses spektrum pelanggan yang lebih luas dengan menggunakan platform e-commerce untuk menjual barang mereka secara online tanpa dibatasi oleh geografi. Selain itu, UMKM dapat mempromosikan produknya dengan lebih sukses dan dengan harga yang relatif lebih rendah jika menggunakan teknik pemasaran digital dan pemasaran media sosial dibandingkan dengan pemasaran tradisional.

Ketahanan daya saing UMKM juga sangat bergantung pada inovasi barang dan jasa. Berkat teknologi, UMKM kini dapat lebih mudah melakukan riset pasar, yang membantu mereka memahami tren konsumen dan bereaksi cepat terhadap perubahan preferensi klien. Misalnya, UMKM dapat menggunakan data analitis untuk menentukan barang mana yang paling diminati, sehingga memungkinkan mereka menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada agar dapat lebih memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi pembayaran digital dan metode pengiriman yang lebih efektif merupakan contoh peningkatan layanan yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, faktor kunci dalam meningkatkan daya saing adalah penerapan teknologi otomatisasi dalam operasional. UMKM dapat menurunkan biaya operasional dan meningkatkan produktivitas dengan mengotomatiskan aktivitas bisnis termasuk layanan pelanggan, administrasi keuangan, dan manajemen inventaris. Otomatisasi menurunkan kemungkinan kesalahan manusia, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan layanan yang lebih cepat kepada pelanggan.

Pada akhirnya, menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi klien sama pentingnya dengan mengikuti tren dalam meningkatkan daya saing dan inovasi UMKM di sektor teknologi. UMKM dapat memperkuat posisi pasar mereka, memperkenalkan ide-ide baru ke dalam operasi mereka, dan menciptakan prospek pertumbuhan jangka panjang di era digital ini dengan memanfaatkan teknologi secara strategis.

Perbandingan Antara UKMK Menggunakan Metode Tradisional dan UMKM Menggunakan Metode Teknologi

ASPEK	UMKM dengan Metode Tradisional	UMKM dengan Metode Teknologi
Proses Penjualan	Penjualan dilakukan secara offline (toko fisik, pasar).	Penjualan melalui e-commerce, aplikasi, atau media sosial.
Pemasaran	Pemasaran melalui brosur, baliho, dari mulut ke mulut.	Pemasaran digital melalui media sosial, website, iklan online (Google Ads, Facebook Ads).
Pengelolaan Inventaris	Pengelolaan stok secara manual dengan catatan fisik.	Pengelolaan stok otomatis dengan aplikasi atau software.
Pelayanan Pelanggan	Pelayanan tatap muka atau melalui telepon.	Layanan pelanggan melalui chatbot, email, atau media sosial secara real-time.
Sistem Pembayaran	Pembayaran tunai atau transfer bank.	Pembayaran digital melalui e-wallet, QR code, atau payment gateway.
Pengelolaan Keuangan	Pembukuan manual menggunakan buku atau spreadsheet.	Menggunakan software akuntansi (seperti Jurnal, Accurate, atau Xero).
Jangkauan Pasar	Terbatas pada pelanggan lokal di area tertentu.	Dapat menjangkau pasar lebih luas, baik domestik maupun internasional.
Waktu dan Efisiensi Operasional	Proses lebih lambat dan memakan waktu, terutama dalam hal administrasi.	Proses lebih cepat karena otomatisasi dan digitalisasi.
Biaya Operasional	Biaya lebih tinggi karena banyak proses manual dan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja.	Biaya lebih rendah karena efisiensi dan pengurangan kebutuhan tenaga kerja manual.

Inovasi Produk	Inovasi cenderung lambat karena kurangnya akses ke data dan tren pasar.	Inovasi lebih cepat karena akses ke data analitik dan feedback langsung dari pelanggan.
Kolaborasi dan Kemitraan	Terbatas pada jaringan lokal dan pertemuan tatap muka.	Memungkinkan kolaborasi dengan mitra global melalui platform digital.
Skalabilitas Bisnis	Sulit untuk berkembang cepat karena terbatas pada modal dan sumber daya fisik.	Lebih mudah berkembang dengan memanfaatkan teknologi, otomatisasi, dan akses ke investor melalui platform crowdfunding.
Akses Pembiayaan	Bergantung pada pinjaman bank tradisional.	Akses lebih luas ke fintech, platform peer-to-peer lending, dan crowdfunding.

UMKM yang saat ini menggunakan teknologi mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri dibandingkan UMKM yang masih menggunakan cara tradisional. Pendekatan tradisional memiliki keuntungan berupa koneksi langsung dengan klien, yang menumbuhkan ikatan antarpribadi yang lebih dalam dan meningkatkan kepercayaan. Selain itu, karena memulai sebuah perusahaan tidak melibatkan investasi besar dalam teknologi dan mungkin memiliki prosedur bisnis yang lebih mudah tanpa bergantung pada teknologi digital, dana awal yang diperlukan untuk meluncurkan sebuah bisnis biasanya lebih kecil. Namun, UMKM tradisional memiliki sejumlah kelemahan serius, termasuk jangkauan pasar yang sempit di komunitas lokal, inefisiensi operasional yang disebabkan oleh manajemen manual, dan tantangan dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan kontemporer. Mereka juga kesulitan menemukan sumber pendanaan alternatif dan rentan terhadap kesalahan manusia dalam pembukuan.

Di sisi lain, UMKM yang telah memanfaatkan teknologi memberikan sejumlah manfaat yang dapat mendongkrak produktivitas dan daya saing. Dengan penggunaan teknologi, mereka kini dapat menjangkau pasar domestik dan dunia yang lebih besar serta meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatiskan tugas-tugas seperti pembukuan dan manajemen stok. Berdasarkan perilaku konsumen, UMKM juga dapat membuat penilaian yang lebih baik dengan menggunakan data analitis. Teknologi juga memungkinkan perolehan uang digital melalui platform seperti fintech dan crowdfunding serta memberikan fleksibilitas waktu dan lokasi untuk operasional bisnis. Namun, UMKM berbasis teknologi juga menghadapi sejumlah kesulitan, termasuk kebutuhan akan investasi awal yang besar, ketergantungan pada teknologi, yang jika terjadi gangguan, dapat mengganggu operasional, dan ancaman keamanan data. Selain itu, untuk tetap menjadi yang terdepan dalam bidang teknologi yang berkembang pesat, dunia usaha harus bersaing lebih keras lagi di pasar digital.

Beberapa UMKM Indonesia yang Berhasil Go Internasional Usaha Dagang Bandar Mina

UMKM ini berlokasi di Bali Utara, bergerak dibidang eksportir ikan kerapu macan dan kerapu bebek. Ikan yang diekspor bisa dalam bentuk kemasan, bisa berupa ikan yang dikeringkan atau dibekukan terlebih dulu, bisa juga dalam kondisi ikan yang masih segar. Negara tujuan ekspor dari UMKM ini adalah Hong Kong, Cina, Jepang, Thailand, Singapura, Korea Selatan, dan Amerika Serikat. UMKM ini juga melibatkan banyak nelayan dan penduduk lokal dari Bali Utara, dan saling bekerjasama untuk memperoleh bibit unggul dari ikan kerapu.

PT. Bamboo Media Cipta Persada

UMKM ini bergerak dalam bidang pendidikan. Lebih tepatnya, Bamboo Media Cipta Persada mengembangkan konten edukatif melalui penggunaan teknologi. UMKM yang satu ini memiliki produk berupa program dan modul yang edukatif. UMKM yang sudah berstatus sebagai PT ini memiliki tujuan ekspor yaitu Eropa, Amerika Serikat, dan Korea Selatan.

PT. Ika Indo Industri Karbonik

UMKM ini berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Usaha kecil ini bergerak di bidang ekspor karbon aktif berkualitas dari batok kelapa yang digunakan sebagai alat penyaringan air minum. Produk yang dihasilkan merupakan produk yang ramah lingkungan, karena senantiasa memanfaatkan limbah batok kelapa. Ika Indo Industri Karbonik memiliki tujuan ekspor ke Amerika Serikat, Eropa, dan Cina. Nilai ekspor dari perusahaan ini pada tahun 2011 mencapai 7,3 juta US\$ atau sekitar 70 miliar rupiah.

KESIMPULAN

Penggunaan teknologi digital telah mengubah banyak aspek masyarakat secara signifikan, khususnya pemasaran, bisnis, dan pendidikan. Teknologi digital digunakan di sektor pendidikan untuk menyediakan pembelajaran jarak jauh yang fleksibel, memanfaatkan platform e-learning, dan meningkatkan proses pembelajaran dengan materi digital. E-commerce telah sepenuhnya mengubah cara pelanggan berbelanja di dunia bisnis, menyederhanakan transaksi dan menciptakan prospek baru bagi perdagangan internasional. Pemasaran digital juga memanfaatkan periklanan internet, SEO, dan platform media sosial untuk membantu bisnis menjangkau audiens yang lebih besar dengan biaya lebih rendah.

Teknologi digital memberi manfaat bagi UMKM dengan memodernisasi prosedur pemasaran, menyederhanakan operasional, memperkuat manajemen keuangan, dan meningkatkan transparansi. Proses digitalisasi memungkinkan pelaku usaha mengelola distribusi produk dan kebutuhan bahan baku dengan lebih baik. Hal ini juga memudahkan pelanggan untuk membeli produk UMKM dengan biaya lebih murah. Agar UMKM tetap inovatif dan kompetitif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada internet, teknologi digital juga menjadi hal yang krusial.

Dengan menggunakan teknologi digital, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam produk dan layanan. Selain itu, strategi otomatisasi dan pengelolaan yang lebih baik memungkinkan UMKM untuk bersaing secara efektif di pasar lokal maupun global. Oleh karena itu, teknologi digital bukan hanya sebuah alat, tetapi merupakan keharusan bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam era yang semakin digital ini.

REFERENSI

(n.d.). Jurnal Komunikasi. <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/22/29>

References

Cache://fp.ub.ac.id/semnas/Paper/82_peran_media_sosial-yusuf_(508-515)-Google search. (n.d.). [https://fp.ub.ac.id/semnas/Paper/82_peran_media_sosial-yusuf_\(508-515\)](https://fp.ub.ac.id/semnas/Paper/82_peran_media_sosial-yusuf_(508-515))

Cache://ukmsumut.id/bisnis-ukm/produksi-ukm/produk-ukm-indonesia-go-international/ - Google search.(n.d.).<https://ukmsumut.id/bisnis-ukm/produksi-ukm/produk-ukm-indonesia-go-international/>

Kisah Sukses UMKM Yang melakukan Transformasi digital. (2023, August 30). School of Information Systems. <https://sis.binus.ac.id/2023/08/30/kisah-sukses-umkm-yang-melakukan-transformasi-digital/>

Pentingnya Teknologi digital Bagi UMKM - Google search. (n.d.). Google. https://www.google.com/search?q=Pentingnya+Teknologi+Digital+Bagi+UMKM&oeq=Pentingnya+Teknologi+Digital+Bagi+UMKM&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIKCAEQABiABBiiBDIKCAIQABiABBiiBDIKCAMQABiABBiiBDIKCAQQABiiBBiJBTIKCAUQABiABBiiBNIBCTE30TVqMGoxNagCCLACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Peran Teknologi digital Dalam Pengembangan UMKM – FSIP Teknokrat. (n.d.). FSIP Teknokrat – Faculty of Arts and Education. <https://fsip.teknokrat.ac.id/peran-teknologi-digital-dalam-pengembanganumkm/#:~:text=Teknologi%20digital%20telah%20membuka%20pintu,meraih%20pertumbuhan%20yang%20lebih%20luas>

View of peran TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM fashion Di era digital. (n.d.). Jurnal Komunikasi. <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/22/29>