

---

---

## DAMPAK PERKEMBANGAN ILMU TEKNOLOGI DALAM HIDUP MANUSIA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM

**Chiska Nova Harsela, Putri Amalia Zubaedah**

Universitas Gunung Jati Cirebon, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Email: chiska026@gmail.com, putt.mafazha@gmail.com

---

### Abstrak

**Latar belakang:** Ada beberapa pelaku UMKM yang belum bisa menerima untuk beralih penjualannya menggunakan teknologi e-commerce.

**Tujuan penelitian:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari perkembangan ilmu teknologi dalam hidup manusia untuk meningkatkan daya saing UMKM.

**Metode penelitian:** Metode studi kasus digunakan pada penelitian ini dimana studi kasus ini mempelajari tentang latar belakang keadaan dari sebuah fenomena. Metode studi kasus ini adalah salah satu metode deskriptif, dengan tujuan mencari berbagai informasi mengenai bagaimana dampak perkembangan ilmu teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM di Desa Pamijahan, Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon.

**Hasil penelitian:** Para pelaku UMKM yang sudah menerima manfaat dari e-commerce berpandangan bahwa pemanfaatan e-commerce dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu dan dapat meningkatkan pendapatan.

**Kesimpulan:** Secara garis besar pemanfaatan e-commerce dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan jangkauan pemasaran UMKM di Desa Pamijahan tidak hanya di sekitar Kabupaten Cirebon, tetapi sudah mencapai luar kota dan luar Jawa.

**Kata kunci:** *Ilmu Teknologi, Daya Saing, UMKM*

### Abstract

**Background:** *There are several MSME actors who have not been able to accept to switch their sales using e-commerce technology.*

**Research objectives:** *This study aims to analyze the impact of technological developments in human life to increase the competitiveness of SMEs.*

**Research method:** *The case study method is used in this study where this case study studies the background of a phenomenon. This case study method is a descriptive method, with the aim of finding various information about how the impact of technological developments in increasing the competitiveness of SMEs in Pamijahan Village, Plumbon District, Cirebon Regency.*

**Research results:** *MSME actors who have received benefits from e-commerce are of the view that the use of e-commerce can expand marketing, provide business efficiency, control operational costs, are not limited by space and time and can increase revenue.*

**Conclusion:** *Broadly speaking, the use of e-commerce can be a competitive strategy that will increase the competitiveness of SMEs. This is indicated by the marketing reach of MSMEs in Pamijahan Village not only around Cirebon Regency, but has reached outside the city and outside Java.*

**Keywords:** *Science Technology, Competitiveness, MSME*

Diterima: 26-11-2021; Direvisi: 6-12-2021; Disetujui: 6-12-2021

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat saat ini menuntut masyarakat untuk mulai mengenal dan selalu berhubungan dengan internet. (Rakanita, 2019) Internet yang dahulu dianggap sebagai kecanggihan teknologi yang semu, pada

How to cite:	Chiska Nova Harsela, Putri Amalia Zubaedah. (2021). Dampak Perkembangan Ilmu Teknologi Dalam Hidup Manusia Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. <i>Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan</i> Vol 12(3):98-105
E-ISSN:	
Published by:	<a href="https://greenpublisher.id/">https://greenpublisher.id/</a>

saat ini menjelma menjadi dunia nyata yang berhasil menciptakan gaya hidup baru manusia modern, mulai dari handphone, netbook, laptop dan aneka gadget lainnya (Prasetyo, 2016).

Kegiatan usaha dengan skala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang banyak dilakukan oleh masyarakat dengan kontribusi sangat besar dalam perekonomian kehidupan masyarakat (Rifa'i, 2013). UMKM merupakan penyangga bagi perekonomian Indonesia. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada umumnya ditandai dengan adanya skala yang terbatas pada aspek operasinya. (Kara, 2013) mengungkapkan UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di banyak negara di seluruh dunia (EFFENDY et al., 2020).

Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria asset  $\leq$  Rp 50 juta dan omset  $\leq$  Rp 300 juta, sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp 50 juta < asset  $\leq$  Rp 500 juta dan omset sebesar Rp 300 juta sampai  $\leq$  Rp 2,5 milyar. (Linawati & Restuti, 2015) Sementara itu, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri 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 dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp 500 juta < asset  $\leq$  Rp 2,5 milyar dan Rp 2,5 milyar < omset  $\leq$  Rp 50 milyar.

Biro Pusat Statistik (BPS) yang berfungsi sebagai penanggung jawab data statistik di Indonesia mempunyai kriteria tentang industri ke dalam empat golongan yaitu industri kerajinan terdiri dari 1-4 karyawan, industri kecil terdiri dari 5-19 karyawan, industri menengah terdiri dari 20-99 karyawan dan industri besar yang memiliki lebih dari 100 karyawan. Menurut Niode (2009), permasalahan yang dialami UMKM disebabkan oleh factor-faktor sebagai berikut : (1) kesulitan pemasaran, (2) keterbatasan finansial, (3) keterbatasan SDM, (4) masalah bahan baku, (5) keterbatasan teknologi, (6) managerial skill, (7) kemitraan. Disamping permasalahan yang dihadapi, UMKM juga memiliki kekuatan diantaranya : (1) mengembangkan kreativitas usaha baru, (2) melakukan inovasi, (3) kebergantungan usaha besar terhadap usaha kecil, (4) daya tahan usaha.

Daya saing merupakan factor penting dalam siklus perekonomian, khususnya dalam proses produksi barang dan jasa yang dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar. Istilah daya saing (competitiveness), telah diawali dengan konsep keunggulan komparatif oleh Ricardo sejak abad 18. Konsep daya saing yang paling diterima adalah pada tingkat mikro. Teori ekonomi mikro secara klasik mengajarkan bahwa dalam suatu arena persaingan bisnis, perusahaan pada dasarnya mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan. Perusahaan yang tidak mampu memperoleh keuntungan adalah perusahaan yang tidak berdaya saing (tidak kompetitif).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi awal mengenai Perkembangan Ilmu Teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM Masyarakat di Desa Pamijahan, terdapat permasalahan khusus yaitu ada beberapa pelaku UMKM yang belum bisa menerima untuk beralih penjualannya menggunakan teknologi *e-commerce*.

## METODE PENELITIAN

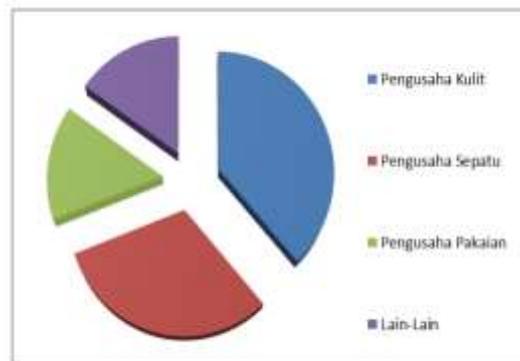
Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini dimana studi kasus ini mempelajari tentang latar belakang keadaan dari sebuah fenomena (Dewi, 2019). Metode studi kasus ini adalah salah satu metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode

dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Syama et al., 2019). Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif (Wijaya, 2018). Analisis deskriptif digunakan untuk menarik kesimpulan berdasarkan analisis data hasil perumusan, implementasi, dan evaluasi yang disesuaikan dengan temuan dilapangan (Ria, 2018). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki yaitu dengan cara melakukan observasi secara langsung pada para pelaku UMKM di Desa Pamijahan, Kecamatan Plumbon, Kabupaten Cirebon.

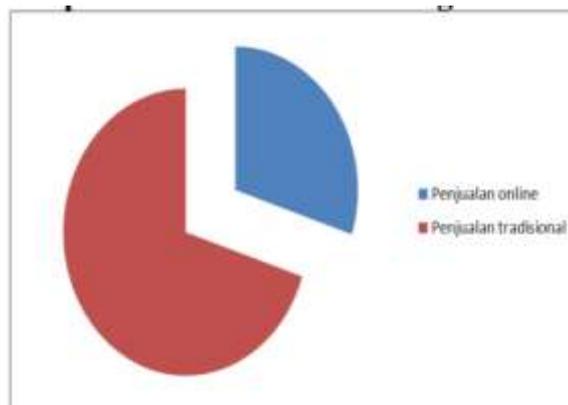
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1.1 Data

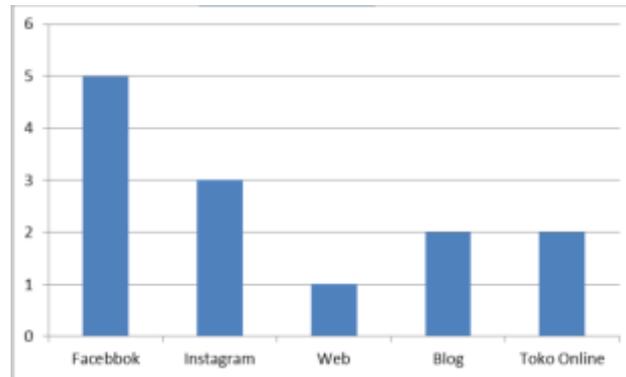
Data hasil kajian lapangan berdasarkan hasil wawancara, hasil Observasi dan dokumen-dokumen dari Para UMKM dan perangkat desa Pamijahan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Profil UMKM di Desa Pamijahan



Gambar 2. Data Penjualan Online dan Tradisional pada UMKM Desa Pamijahan



Gambar 3 Jenis Penggunaan Media ECommerce UMKM Desa Pamijahan



Gambar 4 Manfaat E-Commerce UMKM Desa Pamijahan

## 1.2 Penjelasan Data

UMKM Desa Pamijahan didominasi oleh pengusaha kulit, dimana dalam perkembangannya produk kulit yang dihasilkan telah sampai dikirim luar kota serta luar Jawa. Akan tetapi, masih sedikit UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* sebagai media promosi dan pemasarannya. Hal ini terlihat dimana beberapa tahun terakhir diperoleh data bahwa penjualan produk mereka terus mengalami penurunan dan banyak produsen yang gulung tikar. Banyak dari pelaku UMKM tersebut masih mengeluhkan tentang kesulitan mereka dalam memasarkan produk yang telah dibuat. (Wulansari et al., 2021)

Proses jual beli yang dilakukan oleh UMKM Desa Pamijahan melalui penjualan online (*e-commerce*) hanya 30%, sedangkan sisanya 70% masih menyalurkan barangnya langsung ke pasar tradisional. Mereka beranggapan bahwa dengan langsung menjual produk mereka ke pasar tradisional, barang akan lebih cepat terjual, lebih mudah dalam bertemu langsung dengan pembeli dan jarak pasar yang dekat dengan rumah mereka.

Jenis media *e-commerce* yang digunakan oleh pelaku UMKM di Desa Pamijahan berbeda-beda, diantaranya adalah facebook, instagram, web, blog dan toko online. Facebook merupakan media *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh UMKM, hal ini dikarenakan media facebook merupakan media yang paling mudah dipelajari dan lebih menarik dibandingkan dengan media ecommerce yang lain. Pemanfaatan media *e-*

*commerce* akan memberikan tantangan pada UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka, karena di dalam bisnis secara online terdapat persaingan yang sangat ketat

Faktor yang paling mempengaruhi para pelaku UMKM di Desa Pamijahan dalam memanfaatkan *e-commerce* adalah kemudahan dalam promosi dan pemasaran produk. Para pelaku UMKM menyadari bahwa dengan memanfaatkan *e-commerce*, usaha mereka akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas.(Firmansyah et al., 2020)

Tanpa melakukan promosi dan memasarkan produk secara kontinyu, maka usaha mereka akan tergerus dalam persaingan usaha yang semakin ketat.(Nastain, 2017) Selain itu, para pelaku UMKM juga menyadari bahwa mereka harus mengikuti perkembangan zaman yang semakin modern dan adanya tuntutan yang semakin besar untuk lebih kreatif dalam menjalankan usahanya. Adanya keinginan untuk mengembangkan bisnis juga menjadi salah satu factor yang mendukung pelaku UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce*, ketiadaan batas ruang dan waktu dalam dunia digital menjadikan usaha yang mereka lakukan akan membuka peluang untuk dapat menjual produknya sampai ke pasar global. Faktor lain yang mendorong pelaku UMKM memanfaatkan *e-commerce* adalah dapat membangun merk, mendekatkan dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan dengan pelayanan yang lebih cepat.

Sedangkan faktor yang menjadi kendala dalam memanfaatkan *e-commerce* adalah persaingan yang ketat di dunia bisnis online, kekuatan di pasar tradisional dimana penjual utamanya didominasi oleh penjualan di pasar tradisional karena adanya pelanggan tetap, kurangnya kepercayaan antara penjual dan pembeli, kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang *e-commerce* dan adanya masalah jaringan. Kekuatan di pasar tradisional menjadi factor terbesar dalam menghambat pelaku UMKM di Desa Pamijahan untuk memanfaatkan *ecommerce*, hal ini disebabkan pelaku UMKM beranggapan bahwa mereka telah mempunyai pelanggan tetap yang akan membeli produk mereka.

Pemanfaatan *e-commerce* akan memberikan dampak positif maupun negatif pada UMKM.(Hanum & Sinarasri, 2018) Dampak positif yang paling dirasakan oleh pelaku UMKM adalah pendapatan mereka semakin meningkat, selain itu produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan.(Yumni et al., 2021) Dampak lain yang dirasakan diantaranya dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing bagi UMKM di Desa Pamijahan.

### 1.3 Pendapat Penelaah Terhadap Data Tersebut

IPTEK memang alat yang memudahkan bagi hidup kita. Pemerintahan pun akan terbantu karena adanya IPTEK. Namun, dibalik itu tentunya ada biaya yang harus dibayar untuk mendorong negara agar tidak tertinggal oleh teknologi. Walaupun politik pemerintahan menggunakan informasi dan teknologi bisa mengeluarkan biaya yang lebih terjangkau daripada konvensional.

Penulis berpendapat bahwa untuk meningkatkan taraf kemajuan hidup masyarakat Desa Pamijahan, Aparatur Desa Pamijahan harus mendukung para UMKM untuk menggunakan *e-commerce*. Selain aparaturnya, penulis juga berharap agar para pelaku UMKM bisa untuk menggunakan *e-commerce* agar memperluas wilayah jualan, produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang sehingga akan meningkatkan nilai Jualnya.

#### 1.4 Penjelasan Kondisi Faktual

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan, terdapat sedikit permasalahan yaitu adanya pelaku UMKM yang kerap tidak mau menggunakan *e-commerce* karena khawatir akan tertipu dan produknya tidak dibayar. Selain itu beberapa pelaku lainnya menolak untuk menggunakan *e-commerce* dikarenakan mereka tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi.

#### 1.5 Solusi yang Ditawarkan

Solusi untuk permasalahan Dampak Perkembangan Ilmu Teknologi dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM adalah dengan cara Aparatur desa memberikan pemahaman tentang dampak positif yang akan didapatkan saat kita menggunakan kecanggihan Teknologi *e-commerce*, setelah diberlakukan pemahaman atau sosialisasi pada pelaku UMKM, maka berikan salah satu contoh pelaku UMKM yang telah sukses menjual produknya menggunakan *e-commerce* dan melakukan pelatihan untuk cara menggunakan tools atau *e-commerce* yang nantinya akan digunakan oleh para pelaku UMKM, agar dapat meningkatkan penghasilan para pelaku UMKM yang belum beralih pada kemajuan teknologi dalam hal ini pada penggunaan *e-commerce*.

#### 1.6 Dukungan Teori/Hasil Penelitian

Beberapa hasil penelitian terkait pentingnya Dampak Ilmu Teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce* telah terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di beberapa Negara berkembang lainnya. Elseoud (2014) dalam Diyanari (2017), membuktikan pengaruh positif tersebut bagi penggunaan *e-commerce* di Saudi Arabia seiring dengan perkembangan pesat *e-commerce* yang terjadi di negara tersebut dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir ini.
2. Dampak positif dengan adanya penggunaan *E-Commerce* yaitu memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi, dimana dampak ini dirasakan diantaranya dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing bagi UMKM (Mastisia, 2019). Lebih lanjut penggunaan *E-Commerce* tentunya dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ketoko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal (Maulana et al, 2015)
3. *E-commerce* menjadi salah satu faktor baru dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi. Huang (2010) dalam Aini (2020) memperkenalkan faktor *E-commerce* ke dalam fungsi produksi Cobb-Douglas dan menyimpulkan bahwa *E-commerce* adalah titik pertumbuhan ekonomi baru dan titik balik dalam pembangunan ekonomi

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil kajian lapangan adalah bahwa para pelaku UMKM yang sudah menerima manfaat dari e-commerce berpandangan bahwa pemanfaatan e-commerce dapat memperluas pemasaran, memberikan efisiensi bisnis, biaya operasional terkendali, tidak terbatas ruang dan waktu dan dapat meningkatkan pendapatan. Secara garis besar pemanfaatan e-commerce dapat menjadi strategi bersaing yang akan meningkatkan daya saing UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan jangkauan pemasaran UMKM di Desa Pamijahan tidak hanya di sekitar Kabupaten Cirebon, tetapi sudah mencapai luar kota dan luar Jawa.

## BIBLIOGRAFI

- Dewi, R. P. (2019). *Studi Kasus-Metode Penelitian Kualitatif*.
- EFFENDY, M., Sugandini, D., Istanto, Y., & Arundati, R. (2020). *Inovasi Teknologi Informasi Dan Kinerja Bisnis Ukm*. Zahir Publishing.
- Firmansyah, K., Fadhli, K., Noviandy, I. A., & Rini, S. (2020). Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–48.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah kota semarang). *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1–15.
- Kara, M. (2013). Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Makasar. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum*, 47(1).
- Linawati, E., & Restuti, M. I. M. D. (2015). Pengetahuan akuntansi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) atas penggunaan Informasi Akuntansi. *Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 2(1), 145–149.
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *Channel*, 5(1), 14–26.
- Prasetyo, D. Y. (2016). PERANAN WEBSITE E-COMMERCE GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI WILAYAH PERBATASAN. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 2(2).
- Rakanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Ukm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280–1289.
- Ria, A. (2018). Analisis Penerapan Aplikasi Keuangan Berbasis Android pada Laporan Keuangan UMKM Mekarsari Depok. *Sosio E-Kons*, 10(3), 207–219.
- Rifa'i, B. (2013). Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Sumber*, 100(100), 2–59.
- Syama, M., Amiruddin, A., & Purnomo, A. (2019). Faktor Motivasi Dalam Kinerja Pegawai Pada Badan Kepegawaian Daerah Kota Sorong. *Jurnal Faksi: Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(2), 12–20.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis data kualitatif model Spradley (etnografi)*.
- Wulansari, A., Hakim, L., & Ramdani, R. (2021). Strategi dinas koperasi dan umkm kabupaten karawang dalam pemberdayaan umkm. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(1).

Yumni, A., Firdaus, M., Mulyani, E. K. S., & Anugrah, D. (2021). Pemberdayaan UMKM Kerajinan Bogem dengan Aplikasi Shopee dan Instagram sebagai Peningkat Pemasaran di Era Digital. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1(15), 1–13.



**This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)**

---