



PENGOPTIMALAN DIGITAL DEMI MEWUJUDKAN UMKM ERA REVOLUSI 4.0 DIGEDUNG JEMBER NUSANTARA

Hersa Farida Qoriani¹, Muhammad Fikri Fahmi², Moch. Ja'far Shodiq³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email: hersafaridaqoriani@uinkhas.ac.id¹, fahmy9751@gmail.com²
jafarshodiq31082001@gmail.com³

Abstrak

Pada dasarnya, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar pertumbuhan ekonomi. Adapun pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro atau usaha dengan skala kecil. Gedung jember nusantara adalah tempat atau wadah bagi UMKM yang ada di jember meliputi Lantai 1 merupakan produk UMKM yang mengelola makanan berat dengan berbagai macam varian, seperti nasi ayam bakar, soto, rawon dan berbagai macam minuman rempah, Lantai 2 merupakan produk UMKM yang mengelola makanan ringan dan oleh oleh khas jember. Optimasi Digital merupakan sebuah kegiatan memanfaatkan kecanggihan dan kemajuan teknologi berbasis digital untuk menjangkau informasi yang lebih luas dengan akses yang cepat, atau untuk kepentingan tertentu dalam sektor perekonomian, politik, sosial, budaya, pengetahuan, game, dan sebagainya. Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini dapat dilihat telah mampu mendorong pertumbuhan ketersediaan informasi yang beragam. Perkembangan ini merupakan peradaban manusia yang diakibatkan oleh adanya kemudahan dalam pemerolehan informasi. Dalam kegiatan ini peneliti mengambil metode SWOT dalam pelaksanaan praktek pengalaman lapangan ini dengan mempertimbangkan hasil dan diharapkan para pelaku UMKM dapat memperbaiki kekurangan yang ada untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam jangka waktu yang lama.

Kata Kunci: UMKM, Pengoptimalan Digital dan Gedung Jember Nusantara

DIGITAL OPTIMIZATION TO REALIZE UMKM IN THE ERA OF REVOLUTION 4.0 IN THE JEMBER NUSANTARA BUILDING

Abstract

Basically, MSMEs are businesses or businesses carried out by individuals, groups, small business entities, or households. The existence of MSMEs in Indonesia is highly regarded, because it contributes greatly to economic growth. The definition of MSMEs is a productive business owned by individuals or business entities that have met the criteria as micro businesses or small-scale businesses. The Jember Nusantara building is a place or container for MSMEs in Jember including Floor 1 is an MSME product that manages heavy meals with various variants, such as grilled chicken rice, soto, rawon and various kinds of spice drinks, Floor 2 is an MSME product that manages snacks and typical Jember souvenirs. Digital Optimization is an activity that utilizes the sophistication and advancement of digital-based technology to reach wider information with fast access, or for certain interests in the economic, political, social, cultural, knowledge, game sectors, and so on. The development of Information and Communication Technology (ICT) today can be seen to have been able to encourage the growth of the availability of diverse information. This

development is a human civilization caused by the ease of obtaining information. In this activity, the researcher took the SWOT method in implementing this field experience practice by considering the results and it is hoped that MSME actors can improve existing deficiencies to obtain optimal results in the long term.

Keywords: *UMKM, Digital Optimization and Jember Nusantara*

PENDAHULUAN

Renovasi gedung BHS dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Jember ditahum 2022. Tahap pertama menggunakan APBD 2022 sebesar Rp1,6 miliar. Namanya diubah menjadi gedung Jember Nusantara.

Pemkab Jember meresmikan Gedung Jember Nusantara, Senin (6/1/2025), pada peringatan Hari Jadi Jember ke-96. Peresmian ini dilakukan oleh Bupati Jember, Hendy Siswanto dan didampingi Wakil Bupati Jember, Firjaun Barlamam.

Kegiatan itu ditandai dengan prosesi penandatanganan prasasti dan pemotongan pita. Hendy berharap, Gedung Jember Nusantara menjadi pusat pameran produk UMKM, seni budaya, serta informasi terkait kesehatan, pendidikan dan pariwisata. "Gedung ini merupakan representatif display dari UMKM kita, kegiatan seni budaya maupun pendidikan. Di siapkan ruang-ruang displaynya, disiapkan etalase yang ada di gedung ini," kata Hendy.

Optimalisasi digital adalah metode unggul bagi perusahaan dalam menghadapi teknologi digital karena menggabungkan teknologi dengan sistem, platform, dan pengalaman manusia saat ini. Transformasi digital adalah istilah dasar dan langsung yang mengacu pada penggunaan teknologi untuk mengembangkan produk, layanan, pendapatan, dan perusahaan baru, sedangkan optimasi digital mengacu pada penggantian alat dan proses fisik dengan alat dan proses digital (Saudah, 2021).

Pada dasarnya, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar pertumbuhan ekonomi. Adapun pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria

sebagai usaha mikro atau usaha dengan skala kecil.

Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

METODE

Analisis SWOT adalah metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu.

Analisis SWOT adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Di tingkat organisasi, analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisa pertumbuhan perusahaan beserta tolak ukur keberhasilannya. Sementara dalam proyek, analisis SWOT dapat digunakan untuk memastikan seberapa baik kinerja sebuah proyek berdasarkan proyeksi di awal.

Disetiap keunggulan lembaga atau instansi pasti terdapat celah kekurangan maupun kelemahan yang ada, entah hal tersebut bersumber dari internal lembaga atau instansi maupun dari eksternal lembaga. Hal tersebut tidak dapat dihindari oleh lembaga atau instansi manapun. Adanya analisis SWOT adalah sebagai upaya untuk mengetahui dan mengevaluasi sebagai ajang rekonstruksi demi progresifitas lembaga.

Dari pengalaman penulis selama Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Gedung Jember Nusantara sendiri tidak dapat dipungkiri penulis juga melihat dan

meneliti beberapa kekurangan dan kelebihan lembaga tersebut. Dari pengalaman selama pelaksanaan PPL penulis mencoba melakukan pendekatan analisis SWOT sebagai berikut:

A. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan disini merupakan keunggulan Gedung Jember Nusantara yang mampu bertahan dan tetap menciptakan progres kemajuan demi kemajuan hingga saat ini. Ada beberapa hal yang menurut penulis menjadi faktor kekuatan Gedung Jember Nusantara yaitu:

1. Relasi yang kuat dengan pelaku UMKM dan Dinas terkait.
2. Strukturisasi ditempati orang yang berkapasitas dan kapabilitas.
3. Memiliki solidaritas dan soliditas berwirausaha.

B. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan disini diartikan bahwa terdapat kekurangan yang menciderai atau menghambat sedikit banyaknya gerak progres FORKOM. Kelemahan lembaga ataupun instansi cenderung disebabkan oleh problem yang terjadi dalam tubuh atau internal lembaga. Dan kelemahan Gedung Jember Nusantara yang penulis ketahui diantaranya adalah:

1. Kurang cakap dan menguasai penggunaan Informasi dan teknologi berbasis digital.
2. Program kerja tidak terplaning dengan baik.
3. Kegiatan disetiap bidang dalam struktur lembaga kurang aktif.

C. *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah setiap hal yang dapat memberikan kemungkinan bagi suatu kegiatan untuk memanfaatkannya dalam usaha mencapai tujuan. Hal ini akan memberikan harapan untuk tercapainya sebuah tujuan atau visi lembaga atau instansi dengan ideal apabila dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Adapun peluang yang dilihat oleh penulis adalah:

1. Perlu memanfaatkan sebaik mungkin pengaruh *Insider* atau orang dalam yang

memiliki jabatan di Dinas terkait untuk membuka ruang gerak FORKOM dalam mengelola Gedung Jember Nusantara dengan terstruktur.

2. Produk dari berbagai industri kreatif yang dinaungi oleh komunitas UMKM dijember memiliki keunikan dan nilai ekonomis yang cukup tinggi dan mampu menjadi identitas produk daerah.
3. Semangat anggota untuk senantiasa belajar dan mengembangkan produk yang kreatif, inovatif dan berkualitas tinggi.
4. Pengoptimalan pelatihan digital untuk menspesialisasikan penggunaan digital terhadap pelaku industri kreatif.

D. *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah sebuah resiko usaha yang memberikan dampak negatif atau merugikan terhadap instansi atau lembaga terkait. Hal ini dapat menyebabkan kemunduran prospek kerja lembaga atau lebih buruknya adalah matinya sebuah lembaga akibat tidak mampu mengahdapi ancaman atau kurangnya protektifitas terhadap faktor-faktor yang mengancam atau berisiko.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. UMKM

Pada dasarnya, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar pertumbuhan ekonomi.

Adapun pengertian UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro atau usaha dengan skala kecil.

Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (Shaid, 2022).

Biasanya, penggolongan UMKM adalah dilakukan dengan batasan omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Sedangkan usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar.

UMKM memiliki kriteria kekayaan bersih pada bidang usahanya masing-masing. Kriteria kekayaan bersih UMKM termuat pada BAB IV KRITERIA Pasal 6 yang berisikan (Setianingrum, 2021):

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
4. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
5. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000.

Pada dasarnya, UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga.

B. Pengoptimalan Digital

Menurut KBBI Optimasi adalah upaya atau cara untuk memperoleh hasil yang terbaik. Jadi Optimasi Digital merupakan sebuah kegiatan memanfaatkan

kecanggihan dan kemajuan teknologi berbasis digital untuk menjangkau informasi yang lebih luas dengan akses yang cepat, atau untuk kepentingan tertentu dalam sektor perekonomian, politik, sosial, budaya, pengetahuan, game, dan sebagainya.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini dapat dilihat telah mampu mendorong pertumbuhan ketersediaan informasi yang beragam. Perkembangan ini merupakan peradaban manusia yang diakibatkan oleh adanya kemudahan dalam pemerolehan informasi. Banyak perubahan yang terjadi di masyarakat. Sejauh ini terlihat perkembangan di masyarakat melalui proses dengan munculnya ide-ide baru atau pesan baru yang ditujukan untuk perubahan. Secara signifikan, perubahan yang ada membawa angin segar di bidang bisnis, khususnya bagi industri kecil dan menengah yang memerlukan dukungan dari semua pihak (Saudah dkk, 2021).

Optimalisasi digital adalah metode unggul bagi perusahaan dalam menghadapi teknologi digital karena menggabungkan teknologi dengan sistem, platform, dan pengalaman manusia saat ini. Transformasi digital adalah istilah dasar dan langsung yang mengacu pada penggunaan teknologi untuk mengembangkan produk, layanan, pendapatan, dan perusahaan baru, sedangkan optimasi digital mengacu pada penggantian alat dan proses fisik dengan alat dan proses digital (Saudah dkk, 2021).

Tujuan pengoptimalan digital dalam dunia ekonomi adalah untuk meningkatkan proposisi nilai perusahaan yang ada, yang merupakan landasan model bisnisnya. Ini memerlukan peningkatan produktivitas, peningkatan keterlibatan pelanggan dan karyawan, dan peningkatan pendapatan atau pencapaian misi. Transformasi digital di sisi lain, adalah tentang meningkatkan proposisi nilai yang ada atau menghasilkan yang benar-benar baru.

Digitalisasi memberikan ruang gerak bagi optimalisasi aktivitas masyarakat, yang didukung oleh penggunaan perangkat teknologi untuk memudahkan pelaku industry kecil dan menengah untuk

mengenalkan produknya kepada masyarakat.

Munculnya teknologi informasi yang berujung pada Perkembangan teknologi digital seharusnya dapat dijadikan ruang pasar baru bagi UMKM. Hal itu karena, teknologi informasi merupakan jalan tol pemasaran yang berbiaya murah, tidak banyak membutuhkan mobilisasi sumberdaya pemasaran, berkecepatan tinggi, dan keakuratannya andal. Dengan website yang dimiliki, pelaku bisnis dapat mempromosikan, memasarkan, dan menjual produk tanpa harus membuat brosur secara fisik, mengangkat sales promotion, membayar iklan besar-besaran lewat media massa, yang semua itu membutuhkan biaya promosi besar. Teknologi informasi dapat dijadikan alternatif pemasaran baru lewat e-marketing untuk memperluas market share sampai jangkauan yang lebih luas, termasuk pasar luar negeri (Hadi, 2017).

Hasil survey dari google dan Temasek mencatat, ekonomi digital Indonesia di 2025 diproyeksikan akan menjadi yang terbesar di Asia Tenggara dengan nilai transaksi mencapai Rp 1.826 triliun. Sedangkan hasil survey Bank Indonesia pada 2020 mencatat nilai transaksi ekonomi digital melalui e-commerce mencapai Rp 253 triliun pada 2024 (Herman, 2021).

Terdapat beberapa kegiatan digital yang dapat memanjakan pelaku UMKM dan mudah dilakukan atau implementasikan oleh pelaku UMKM khususnya di Gedung Jember Nusantara, agar mampu menjawab tantangan zaman dan kerasnya dampak Pandemi terhadap pelaku bisnis khususnya di sektor UMKM, kegiatan tersebut seperti Digital Marketing atau pemasaran berbasis digital, pembayaran digital, dan Laporan Keuangan Digital.

a) *Digital Marketing* atau Pemasaran Digital

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan konsep pemasaran interaktif terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, konsumen, dan pasar. Ketika pasar secara luas tidak mampu dijangkau dengan mudah oleh produsen, maka strategi dengan memanfaatkan

teknologi akan memudahkan meraih pasar yang dimaksudkan. Dengan adanya digitalisasi yang dapat dimanfaatkan secara baik oleh masyarakat, maka pergerakan bisnis akan dapat berjalan dengan maksimal. Masing-masing pegiat UMKM tentunya harus memiliki identitas yang akan membedakan dengan yang lain. Identitas dapat digambarkan sebagai konsep yang akan memberikan deskripsi tentang individu atau kelompok yang ada (Saudah dkk, 2021).

Pemasaran digital turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi, dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar, dan konsumen. Pemasaran melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan perusahaan dan keterlibatan dari konsumen. Menurut Salesforse, sekitar 68% perusahaan telah mengintegrasikan pemasaran seluler (Novryan, 2021).

Revolusi digital telah mengubah pendekatan perusahaan terhadap konsumen secara drastis. Berkat Internet, konsumen mampu menganalisis harga, menurut pendapat yang beredar, dan terkadang bahkan mendiktekannya. Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan munculnya konsumen siber dan bisnis siber. Revolusi digital memungkinkan penerapan model hubungan baru dengan konsumen, yang merupakan tantangan bagi perusahaan, yang ingin meningkatkan pangsa pasar mereka. Smartphone dan media sosial memberikan dampak tertentu pada perkembangan dinamis pemasaran digital. Oleh karena itu, cara menjangkau calon klien melalui telepon seluler dan jejaring sosial merupakan saluran komunikasi terkini, yang dapat membangun hubungan dengan pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan.

Berikut beberapa kelebihan dari pemasaran digital dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Mekari, 2017).

a) Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital dapat dilakukan dengan sangat cepat, bahkan dalam hitungan detik. Selain itu, DM juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

b) Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media online, hasil dari kegiatan pemasaran dapat langsung diketahui. Informasi seperti berapa lama produk Anda ditonton, berapa banyak orang yang melihat produk Anda, berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan dan sebagainya.

Setelah mengetahui informasi-informasi macam itu, selanjutnya Anda dapat melakukan evaluasi mana iklan yang baik dan buruk. Sehingga Anda dapat memperbaiki untuk periode berikutnya.

c) Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan berikutnya yaitu jangkauan geografis dari DM yang luas. Anda dapat menyebarkan brand atau produk ke seluruh dunia hanya dengan beberapa langkah mudah dengan memanfaatkan internet.

d) Murah dan Efektif

Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif. Biaya anggaran yang dihemat dapat sampai 40%, hal tersebut menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report. Selain itu, survey juga menunjukkan bahwa 28% pengusaha kecil akan berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif.

e) Membangun Nama Brand

Digital marketing membantu Anda membangun nama brand dengan baik. Eksistensi dunia maya dengan keberadaan brand Anda sangat penting karena orang akan melakukan pencarian online sebelum membeli produk Anda.

Beberapa contoh teknik pemasaran yang termasuk dalam digital marketing adalah SEO (Search Engine Optimization), periklanan online seperti FB ads dan Google Ads, promosi media cetak, iklan televisi dan radio, billboard elektronik, email marketing, mobile marketing, dan lainnya (Mekari, 2017).

Hal tersebut akan sangat memberikan dampak positif terhadap peningkatan

kuantitas pemasaran, pendapatan, dan prospek produksi UMKM. Peluang tersebut harusnya mampu ditangkap dan dimanfaatkan sebaik mungkin guna progresifitas UMKM kedepannya dan juga menjadi penopang perekonomian.

f) Pembayaran Digital

Perkembangan teknologi telah memengaruhi sistem pembayaran dalam transaksi bisnis, yang semula hanya menggunakan uang tunai, kini sudah berkembang menjadi nontunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran nontunai umumnya dilakukan dengan cara transfer antar bank atau transfer intra bank. Pembayaran nontunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, misalnya dengan kartu ATM, kartu debit, kartu kredit dan uang elektronik (e-money). Ada juga aplikasi pembayaran digital yang sedang marak seperti OVO, Go-Pay, Shopee Pay, Dana dan lain sebagainya (Satya, 2021).

Di jaman modern, kepraktisan merupakan hal yang sangat penting. Perubahan pola hidup masyarakat dan inovasi teknologi telah mendorong perkembangan sistem pembayaran nontunai. Hal ini dapat menjadi strategi tersendiri bagi pelaku UMKM untuk memberikan kepuasan dan kemudahan terhadap konsumen dengan sistem pembayaran cepat, mudah, dan dapat dilakukan dimana saja.

Di era milenial saat ini ketergantungan terhadap teknologi sangatlah tinggi, sehingga akses cepat, mudah, dapat dilakukan dimana saja, akan menjadi daya tarik tersendiri dalam praktiknya. Hal instan dan mudah akan membuat konsumen cenderung merespon sesuai harapan yang diinginkan produsen yakni terjualnya suatu produk. Kemudahan akses dalam pembayaran akan membuat tindakan transaksi lebih cepat dan efisien.

Pembayaran digital adalah salah satu jenis teknologi finansial yang menyediakan jasa pelayanan pembayaran secara daring. Model pembayaran digital menghubungkan pemilik bisnis dengan konsumen secara bisnis-ke-bisnis. Pada perdagangan elektronik, sarana pembayaran dalam

pembayaran digital umumnya berbentuk dompet elektronik. Manfaat dari teknologi pembayaran digital ialah mempermudah kelancaran transaksi serta mempermudah pencatatan dan perencanaan keuangan melalui rekam jejak transaksi (Ginantra, 2020).

Bank-bank sentral di dunia mendorong penggunaan instrumen pembayaran nontunai. Hal ini karena sistem pembayarannya relatif lebih aman, efektif, dan efisien. Selain itu transaksi dengan sistem ini juga lebih murah, cepat, dan mudah sehingga dapat meningkatkan produktivitas perekonomian negara (Satya, 2021).

g) Laporan Keuangan Digital

Dalam usaha apapun baik skala kecil, menengah maupun besar peranan laporan keuangan sangatlah penting. Sangat disayangkan kalau orang masih berpikir bahwa usaha kecil tidak perlu adanya pembuatan laporan mengenai keuangan. Justru dari yang masih kecil itulah seharusnya administrasi sudah dibuat dengan detail, tertib dan rapi agar usaha bisa semakin besar dan berkembang.

Setiap bisnis yang normal dan baik tentu membutuhkan laporan keuangan agar bisa mengetahui kondisi keuangan sehingga bisa dilakukan dan direncanakan hal-hal untuk memajukan perusahaan. Laporan keuangan yang dibutuhkan oleh perusahaan secara umum antara lain Neraca, Laba Rugi, dan Laporan Arus Kas (Cashflow).

Laporan keuangan dibuat dengan tujuan untuk mengetahui informasi yang menyangkut kondisi keuangan, kinerja karyawan, dan perubahan posisi keuangan perusahaan yang dapat memanfaatkan pengusaha untuk pengambilan keputusan di kemudian hari (Mekari, 2017).

Berikut adalah manfaat dan keuntungan yang bisa diperoleh saat menggunakan teknologi digital sebagai sistem laporan keuangan (Wulandari, 2021).

1) Menghemat waktu

Melalui aplikasi keuangan seperti yang telah disebutkan di atas, perusahaan atau pemilik toko bisa dengan cepat membuat laporan keuangan. Dengan menggunakan aplikasi, pekerjaan seperti

pengelolaan, monitoring hingga kontrol bisa dilakukan dengan mudah karena sudah diatur oleh sistem yang terstruktur.

Tak seperti dikerjakan secara manual yang bisa memakan waktu berminggu-minggu, proses menggunakan aplikasi akan memakan waktu singkat.

2) Terhindar dari kesalahan penghitungan

Karena dikerjakan secara terstruktur oleh sistem kasir online, tentunya dengan banyaknya transaksi oleh pelanggan sekalipun tak akan menjadi masalah. Dengan sistem yang sudah diatur kamu akan terhindar dari kesalahan seperti menghitung harga barang.

Disamping itu pembuatan laporannya pun akan lebih mudah, tak dikerjakan oleh banyak orang akan memangkas terjadinya kesalahan penghitungan laporan keuangan sehingga laporan lebih akurat.

3) Keamanan data dan informasi lebih terjamin

Jika kamu sudah menggunakan sistem piranti digital seperti akuntansi online, data yang terdapat dalam bisnismu akan lebih aman dan terlindungi. Selain itu, terdapat keuntungan lain seperti data yang dapat dilihat dimana saja dan kapan saja karena sudah berbasis cloud.

4) Manajemen keuangan yang lebih mudah

Tak seperti sistem akuntansi yang masih manual, dengan menggunakan perangkat digital yang hanya membutuhkan koneksi internet kamu sudah bisa membuat anggaran, laporan keuangan, hingga penyimpanan data tanpa perlu melibatkan banyak orang. Dengan begitu kondisi keuangan akan lebih stabil dengan mengetahui keuntungan dan pengeluaran perusahaan.

5) Menjaga aset bisnis

Manfaat lainnya adalah bisa menjaga aset bisnis yang telah kamu miliki karena semuanya sudah tercatat rapi dalam cloud dan sebisa mungkin kamu juga akan menerima update terbaru dari aset yang dimiliki tersebut.

Dengan adanya informasi-informasi tersebut, kamu sebagai pemilik juga bisa melakukan alokasi aset serta penentuan

rencana jangka panjang dari aset yang telah dimiliki tersebut.

6) Multi cabang

Dengan menggunakan sistem aplikasi keuangan digital memungkinkan kamu untuk mengelola keuangan yang memiliki banyak cabang dalam satu software. Tentunya, hal ini akan semakin menarik dan memudahkan sistem pengelolaan keuangan perusahaan.

SIMPULAN

Fakta bahwa perkembangan teknologi informasi tidak dapat dihindari, karena itu UMKM sebagai unit bisnis terbesar di Indonesia harus mampu mengadopsi untuk kepentingannya. UMKM harus siap melakukan adopsi teknologi informasi tersebut untuk menciptakan competitive advantage, seperti lewat e-marketing atau pemasaran digital.

Pemanfaatan teknologi informasi (telpon seluler dan komputer) dijadikan media komunikasi, yaitu dalam bentuk: whatsapp, SMS, website, twitter, blog, intagram, dan bentuk lainnya.

Kecanggihan teknologi akan berbanding lurus dengan kemajuan perekonomian daerah apabila pelaku UMKM memaksimalkan teknologi informasi yang ada demi meningkatkan kualitas maupun kuantitas produksi, pemasaran, dan pelayanan informasi yang dibutuhkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Akhmad Nazaruddin dkk, "Menjadi UMKM Unggul Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Tantangan Bisnis Di Era New Normal" *Journal of Sriwijaya Community Service*, No.2(10 Mei 2021):20

t.n., "Peran UMKM Sebagai Pahlawan Pemulihan Ekonomi Bangsa", *Ngertihukum.id*, 12 November 2021, <https://ngertihukum.id/peran-umkm-sebagai-pahlawan-pemulihan-ekonomi-bangsa>

Nur Jamal Shaid, "Kriteria UMKM," *Kompas*, 19 Januari 2022,

<https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?amp=>

Cornelia Agata Wiji Setianingrum, "Kenali Perbedaan UKM Dengan UMKM Dari Segi Omset dan Aset", *Tirto*, 12 Oktober 2021, <https://tirto.id/kenali-perbedaan-ukm-dengan-umkm-dari-segi-omset-dan-aset-ev4x>

Saudah dkk, "Optimasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing" *LPPM Universitas Malang*, Vol.6(Agustus 2021)

Noor Hadi, "Bentuk Optimalisasi Teknologi Informasi Dalam Mendukung E-Commerce Usaha Kecil dan Menengah", *Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol.5, No.2(Desember 2017)

Herman, "Jumlah UMKM Go Digital Naik 99% Selama Pandemi", *Investor.id*, 2 Oktober 2021, <https://investor.id/macroeconomics/265652/jumlahnbspumkmnbspgo-digital-naik-99-selama-pandemi>

Maria Tri Handayani, "Analisis Swot" *Ekrut.com*, 29 September 2021, <https://www.ekrut.com/media/analisis-swot-adalah>

Mekari, "Manfaat Laporan Keuangan Untuk Bisnis dan Pengusaha" *Jurnal.id*, 2017, <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-4-manfaat-laporan-keuangan-untuk-bisnis/>

Miftah Wulandari, 6 "Manfaat Teknologi Digital Keuangan untuk Bisnis Kamu" *Senna.co.id*, 21 Agustus 2021, <https://senna.co.id/blog/detail/2021/8/21/6-manfaat-teknologi-digital-keuangan-untuk-bisnis-kamu>

Ginantra dkk, "Pembayaran Digital", *Wikipedia.id*, diakses 2020, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Pembayaran_digital

Venti Eka Satya, "PENGATURAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL UNTUK STABILITAS SISTEM KEUANGAN INDONESIA", *Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol.13, No.2 (? Januari 2021)

Arma Novryan, "Dunia Era Digital dan Peran Digital Marketing" *Kumparan.com*, diakses 28 Juni 2021, <https://m.kumparan.com/arma-novryan/dunia-era-digital-dan-peran-digital-marketing-1w1RdyhtH1w>