

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK UMKM BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN BANYUWANGI

Endang Purnama Sari*, Dwiyani Sudaryanti**, dan Arista Fauzi Katika Sari***

E-mail: purnamasari48971@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

Banyuwangi Regency is a city that is rich in human resources and has the potential to develop Information Technology-based Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) products. The purpose of this research is to examine and analyze how the business development strategy for MSMEs Based on Information Technology During the COVID-19 Pandemic in Banyuwangi Regency. The method used in this research is descriptive qualitative and through interviews, observation and documentation using swot analysis to find out strengths, weaknesses, opportunities and threats in developing information technology-based SMEs during the COVID-19 pandemic in Banyuwangi Regency. The informants in this study were the owners of the SH Wholesale store MSMEs, the SH Wholesale store employees, and the SH Wholesale store customers. The results of this study indicate that business actors carry out development strategies, namely product strategies, promotion strategies, pricing strategies, and place strategies to increase sales. and as for the problems faced by business actors using information technology that is less than optimal.

Keywords: Development Strategy, MSMEs, Information Technology

ABSTRAK

Kabupaten Banyuwangi merupakan kota yang kaya akan sumberdaya manusia dan memiliki potensi dalam mengembangkan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Teknologi Informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisa bagaimana strategi pengembangan bisnis untuk UMKM Berbasis Teknologi Informasi Di masa Pandemi COVID-19 di Kabupaten Banyuwangi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dan melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan analisis swot untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan UMKM berbasis teknologi informasi di masa pandemi COVID-19 di Kabupaten Banyuwangi. Informan dalam penelitian ini yaitu pemilik UMKM toko SH Grosir, pelanggan/konsumen toko SH Grosir. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha melakukan strategi pengembangan yaitu strategi produk, strategi promosi, strategi penetapan harga, dan strategi tempat dilakukan agar meningkatkan penjualan. dan adapun permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha pemanfaatan teknologi informasi yang kurang maksimal.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, UMKM, Teknologi Informasi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis merupakan suatu kata yang mendeskripsikan suatu kegiatan dan institusi yang menghasilkan produk dan jasa pada kehidupan sehari-hari Amirullah, (2005:2). Bisnis UMKM dikenal sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM mempunyai arti yang sangat luas bagi pemilik usaha, UMKM merupakan usaha yang dapat dijalankan oleh individu ataupun kelompok. Menurut Sutabri (2014:3) teknologi informasi merupakan perpaduan antara teknologi komputer dan komunikasi dengan sifat sistem perangkat lunak dan perangkat keras

yang dapat memanipulasi, memproses, mengatur, menyimpan, dan mengambil data dengan cara yang berbeda untuk mendapatkan informasi berkualitas tinggi.

Dengan munculnya wabah COVID-19 yang telah mengguncang hampir pada semua global telah mengakibatkan melemahnya kehidupan seperti pendidikan dan ekonomi yang mengakibatkan di tutupnya sekolah dan banyak perusahaan mengurangi kegiatan produksi dari mereka banyak yang meletakkan pemutusan hubungan kerja (PHK). Perekonomian negara-negara di dunia mengalami penurunan baik fisik dan individual, rumah tangga, usaha kecil dan besar. (Taufik & Ayuningtyas, 2020).

Menurut Febrantara (2020) dan OECD (2020), pengaruh pandemi COVID-19 pada usaha kecil bisa ditinjau menurut sisi penawaran dan sisi permintaan. Menurut Fandy Tjiptono (2001: 157-166) Dalam Hary (2017) Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Biaya menyatakan bahwasanya: faktor harga yang paling penting dalam metode ini adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Biaya ditetapkan dengan mempertimbangkan biaya pembuatan dan penyebaran, serta tambahan khusus untuk menangani biaya langsung, kenaikan, dan keuntungan.

Untuk meningkatkan kualitas layanan adapun langkah strategi yaitu menggunakan aplikasi software akuntansi yang mampu memudahkan berbagai pekerjaan lain yang berhubungan dengan keuangan, mulai dari pembayaran gaji karyawan (payrolls), pengadaan barang (procurement), dan lain-lain. Bahkan software akuntansi juga bisa menjadi tumpuan untuk membackup data perusahaan dan promosi melalui media online juga merupakan langkah tepat yang harus dilaksanakan oleh produsen usaha maka dari ini teknik yang dilakukan oleh para pembisnis ini harus dilakukan dengan efisien dan produktif agar produk yang diproduksi dengan memberikan data yang jelas dan solid kepada pembeli dapat diterima secara umum. (Suswanto & Setiawati, 2020; Gu, Han, & Wang, 2020).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah saya tulis, saya mengidentifikasi yang akan saya jadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi dimasa pandemi COVID-19 ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam mengatur strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi dimasa pandemi COVID-19 ?

Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi dimasa pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi dalam mengatur strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi dimasa pandemi COVID-19

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan secara teoritis bertujuan untuk :
 - a. Bagi Penulis
Dapat bermanfaat bagi penulis sebagai bahan informasi juga sebagai literatur atau bahan kajian penelitian.
 - b. Bagi Akademis
Dapat diharapkan sebagai acuan atau referensi bagi mahasiswa dan peneliti

selanjutnya yang ingin mengetahui dan mendalami tentang strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi.

- c. Bagi UMKM
Agar dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan lebih luas dalam meningkatkan dan mengembangkan strategi bisnis UMKM dimasa pandemi COVID-19.
2. Penelitian ini dilakukan secara praktis bertujuan untuk :
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
 - b. Dapat memberikan informasi yang aktual dengan strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi di masa pandemi COVID-19.

TINJAUAN TEORI

UMKM

1. Pengertian UMKM
UMKM adalah usaha yang hanya memiliki jangkauan pasar kecil, tenaga kerja kecil dan dijalankan oleh pengusaha sendiri (Simmons, Armstrong dan Durkin, 2008).
2. Klasifikasi UMKM
Dari sisi perkembangan, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha dengan jumlah terbesar. Berikut rincian Usaha Kecil Menengah (UMKM).
 - a. Usaha Kecil Menengah (UMKM) digunakan sebagai kegiatan mata pencaharian, yaitu peluang kerja untuk menghasilkan uang, yang biasanya disebut sebagai area santai. Misalnya, pedagang jalanan.
 - b. Usaha Kecil adalah usaha kecil dan usaha kecil (UMKM) bersifat pengrajin, tetapi belum bersifat wirausaha.
 - c. Usaha Kecil Dinamis adalah UMKM yang sudah berwirausaha dan mampu menampung pekerjaan subkontrak dan ekspor.
 - d. Perusahaan yang bergerak cepat adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sudah berwirausaha dan akan dikonversi menjadi UB (Big Business).
3. Peranan UMKM
Mikro (UMKM) menyadari bahwa mereka memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara berkembang (NSB) serta negara maju (NM). Usaha kecil dan menengah (UKM) sangat penting di negara maju dibandingkan dengan perusahaan besar (UB), seperti di negara maju, karena menyerap tenaga kerja paling banyak, serta berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) formasi atau pertumbuhan Produk (PDB). Besar dibandingkan dengan donasi dari perusahaan besar.
4. Karakteristik Usaha Kecil
Usaha kecil di Indonesia memiliki peluang pengembangan yang besar karena pasarnya yang luas, bahan baku yang tersedia dan sumber daya manusia yang besar.
5. Kelebihan dan Kelemahan Usaha Kecil dan Menengah
 - a. Kelebihan Usaha Kecil dan Menengah untuk mendukung pengembangan yaitu: penyerapan tenaga kerja dibawah, sumber pengusaha baru UKM, Menggunakan sumber daya alam sekitar, Ada potensi pertumbuhan.
 - b. Kelemahan yang sering terjadi pada Usaha Kecil dan Menengah yaitu: keterbatasan SDM, keterbatasan promosi produk, konsumen yang tidak mempercayai kualitas produk, dengan modal usaha yang terbatas.

Strategi Pengembangan

1. Strategi Pengembangan

Hariadi, (2003:34) menyatakan bahwa “Strategi bisnis adalah rencana strategis yang dikembangkan ditingkat unit bisnis untuk menciptakan dan memperkuat posisi kompetitif produk dan layanan perusahaan dalam industri atau pasar tertentu yang dilayani oleh unit bisnis tersebut”. Sedangkan pengembangan Merupakan upaya peningkatan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral pegawai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan pegawai melalui program pelatihan. Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi teoritis, konseptual dan moral pegawai, sedangkan pelatihan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi teknis pegawai dalam melaksanakan pekerjaannya. (Malayu S.P. Hasibuan, 2009: 69).

2. Ide Pengembangan Usaha Perorangan

Ide sangat penting dalam menjalankan bisnis agar tidak kalah saing dengan pengusaha lain, seperti ketika mengembangkan ide kreatif dan inovatif. Kami melakukan bisnis sejalan dengan era sekarang. Ide Pengembangan Bisnis biasanya diperoleh dari: lingkungan, minat, pendidikan, kesempatan dan jaringan.

3. Mengembangkan Keunggulan Kompetitif

Agar berhasil memulai bisnis, anda harus menunjukkan keunggulan kompetitif atas produk atau layanan yang ada. Keunggulan kompetitif dapat dicapai dengan:

- a. Memproduksi Produk yang Efektif anda dapat menjual produk dengan kualitas yang sama dengan harga yang relatif rendah dengan pasti akan menarik pembeli untuk membeli.
- b. Pembuatan produk berkualitas tinggi produk berkualitas tinggi dapat diproduksi tanpa biaya tambahan.
- c. Menghasilkan produk yang inovasi dan kreatif menciptakan produk yang langka di pasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. (Suwinto Johan, 2011:20).

Teknologi Informasi

1. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut Sutabri (2016), teknologi informasi digunakan untuk mengolah data dengan cara yang berbeda untuk memperoleh informasi yang berkualitas tinggi dan informasi strategis untuk pengambilan keputusan yang digunakan oleh berbagai pihak.

2. Ruang Lingkup Teknologi Informasi

Abdul Qadir (2003: 14) mengatakan bahwa “teknologi informasi dapat dibagi menjadi dua buah: perangkat lunak (software) dan perangkat keras (hardware). Perangkat keras meliputi perangkat keras fisik seperti memori, printer, dan keyboard. Perangkat lunak ditautkan ke instruksi untuk mengonfigurasi perangkat keras sehingga beroperasi sesuai dengan tujuan instruksi”.

3. Peranan Teknologi Informasi

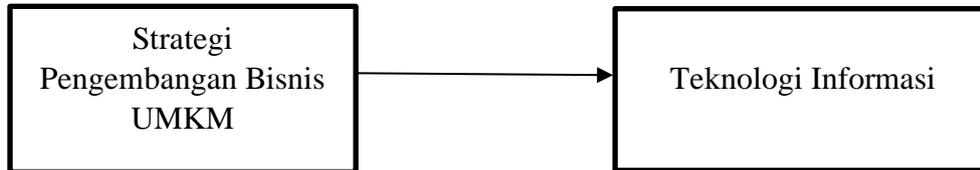
Teknologi informasi memegang peranan penting selain komponen utamanya. peran teknologi informasi sangat penting. teknologi informasi mempunyai peranan dapat menggantikan orang dalam kinerja pekerjaan. Menurut Abdul Qadir (2003:15), teknologi informasi menjalankan peran sebagai berikut:

- a. Teknologi informasi menggantikan peran manusia. Dalam hal ini, teknologi informasi melakukan otomatisasi tugas atau proses.
- b. Teknologi meningkatkan peran seseorang dengan memberikan informasi tentang tugas atau proses.

- c. Teknologi informasi berfungsi untuk membentuk kembali peran manusia. Dalam hal ini, teknologi berfungsi untuk mengubah serangkaian tindakan atau proses.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Metode Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode analisis swot, yang dimana data kualitatif adalah data yang hanya berupa pernyataan atau kalimat bukan berupa angka. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Toko SH Grosir Dusun Stoplas Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis data kualitatif deskriptif dan menggunakan analisis swot untuk menentukan kelemahan, kekuatan, peluang, ancaman. serta menyatakan status dan keadaan fenomena yang diteliti dalam kata-kata dan kalimat. Adapun langkah yang dilakukan peneliti yaitu : Reduksi data, Penyajian data, dan Menarik kesimpulan.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada UMKM Toko SH Grosir Dusun Stoplas Desa Kedungrejo Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi adapun hasilnya bahwa strategi pengembangan bisnis UMKM sebagai berikut :

1. Strategi Promosi

Sebagaimana banyaknya UMKM yang melakukan strategi promosi untuk meningkatkan dan mempertahankan penjualannya pasti melakukan beberapa upaya untuk menghasilkan produk yang kualitasnya baik, agar dapat memberikan daya tarik dan kepuasan terhadap konsumen untuk membeli, sama halnya yang dilakukan oleh UMKM Toko SH Grosir melakukan strategi promosi dengan pertama kali memperkenalkan produknya kepada masyarakat yaitu :

- a. Sistem mendreng atau istilah (kredit) adapun dibeberapa tempat di desa-desa pelaku UMKM menitipkan barang terlebih dahulu jadi ketika ada yang laku terjual baru membayar barang tersebut.
- b. Sosial Media, Toko SH grosir menggunakan sosial media seperti whatsapp, facebook untuk mempromosikan produknya secara online.

2. Strategi Produk

Strategi Produk juga diterapkan oleh Toko SH Grosir karena di lihat dari banyaknya permintaan konsumen strategi yang digunakan yaitu menjual produk dengan kualitas bagus tetapi dengan harga ekonomis dan selalu menciptakan inovasi-inovasi terbaru

dengan cara mendatangkan produk-produk terbaru agar produk yang di jual tidak monoton.

4. Strategi Penetapan Harga

Strategi digunakan pada toko SH grosir yaitu strategi penetapan harga untuk meningkatkan penjualan dan faktor kunci dalam keputusan pembelian. Harga produk pada UMKM Toko SH Grosir sangat mempengaruhi laba maupun penjualan. UMKM Toko SH Grosir menetapkan strategi harga yang relatif murah dengan kualitas barang yang bagus sehingga minat konsumen tinggi jadi untuk strategi penetapan harga untuk UMKM Toko SH grosir yaitu ada 2 yaitu :

- a. harga online yaitu reseller/pemborong lebih murah ada harga khusus karena produk barang dijual kembali.
- b. harga ecer lebih mahal karena barang digunakan dan tidak jual kembali maka dari itu harga lebih mahal agar sama dengan reseller.

5. Strategi tempat

Strategi yang dipilih oleh UMKM Toko SH grosir sangat strategis yaitu di pinggir jalan dan daerah kecamatan Muncar kabupaten Banyuwangi merupakan wilayah industri dan banyaknya pabrik-pabrik maka dari itu mempengaruhi perekonomian masyarakat. Strategi tempat ini sangat cocok karena di pinggir jalan dan merupakan jalannya orang setiap pergi dan pulang kerja otomatis melewati jalan ini melihat ramainya toko SH Grosir semakin mudah untuk konsumen berbelanja dan meningkatkan penjualan.

Dari hasil analisis peneliti menilai bahwasannya strategi yang sudah diterapkan oleh UMKM toko SH grosir sudah cukup baik dan dilihat dari segi strategi promosi yang menggunakan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya, tetapi masih ada keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi informasi seperti mengolah data-data laporan keuangan menggunakan sistem teknologi informasi sehingga masih belum efektif.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dihasilkan peneliti dalam penelitiannya yaitu strategi dalam mengembangkan usaha toko SH Grosir ini menggunakan strategi promosi, strategi produk, strategi tempat, dan strategi penetapan harga untuk meningkatkan penjualan. adapun hambatan dalam mengembangkan bisnis yaitu merekap laporan keuangan sehingga belum bisa maksimal. Dan hasil analisis SWOT dari Faktor Internal dan Eksternal. Faktor internal mempengaruhi strategi pengembangan bisnis UMKM toko SH Grosir yaitu kekuatan (harga yang murah, produk yang berkualitas, dan medatangkan barang baru) dan kelemahan (merekap pembukuan laporan keuangan). Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan bisnis UMKM toko SH Grosir yaitu peluang (potensi sumber daya manusia, meningkatkan pemasaran, dan permintaan pasar) dan ancaman (persaingan dagang yang tidak sehat, kualitas menurun dan harga jatuh).

KETERBATASAN

Peneliti sudah melakukan dan berusaha semaksimal mungkin dalam mengumpulkan data sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Sehingga adapun kekurangan atau keterbatasan yaitu tenaga dan waktu sehingga peneliti masih kurang maksimal mengumpulkan data-data yang terkait dengan strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi.

SARAN

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan analisis dan kesimpulan adapun beberapa saran dari peneliti yaitu :

a. Bagi UMKM

Berdasarkan data penelitian yang diungkap, dapat diketahui bahwa untuk saat ini UMKM toko SH Grosir memiliki hambatan dalam merekap laporan keuangan berbasis teknologi informasi sehingga belum bisa memanfaatkan teknologi informasi dengan maksimal. Sehingga disarankan untuk kedepannya lebih mengembangkan usahanya dengan maksimal agar dapat meminimalisir kelemahan dimasa yang akan datang dan terus melakukan inovasi baru dalam pengembangan bisnis UMKM ini.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis UMKM berbasis teknologi informasi dengan menggunakan analisis swot. Dapat berguna bagi akademisi dalam memperluas pandangan dan menggali lebih dalam tentang topik ini. Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan maka disarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan topik yang sama namun dengan analisis yang berbeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- “Software Akuntansi: Strategi Pengembangan Bisnis UKM – Accounting.” 2020. <https://accounting.binus.ac.id/2020/05/15/software-akuntansi-strategi-pengembangan-bisnis-ukm/>. <https://accounting.binus.ac.id/2020/05/15/software-akuntansi-strategi-pengembangan-bisnis-ukm/> (October 28, 2021).
- Saretta, Irene Radius. 2021. “Memahami Pengertian UMKM, Ciri, Dan Perannya Bagi Ekonomi - Cermati.Com.” <https://www.cermati.com/artikel/memahami-pengertian-umkm-ciri-dan-perannya-bagi-ekonomi> (October 19, 2021).
- “Teori Teknologi Informasi.” <https://www.slideshare.net/seolangit2/teori-teknologi-informasi>. <https://www.slideshare.net/seolangit2/teori-teknologi-informasi> (October 19, 2021).
- Meinarni, Ni Putu Suci et al. 2021. “Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Bisnis UMKM.” <https://osf.io/t3jhp/> (October 19, 2021).
- Farhansyah, Jordhi. 2021. “Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Cara, Metode, Dan Tujuan.” <https://blog.mokapos.com/strategi-penetapan-harga>. <https://blog.mokapos.com/strategi-penetapan-harga> (November 3, 2021).
- E Mardiyana. 2017. “BAB II Landasan Teori, Pengertian Bisnis.” [file:///C:/Users/ASUS%20X441M/Downloads/1064-Article%20Text-1673-1-10-20201111%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/ASUS%20X441M/Downloads/1064-Article%20Text-1673-1-10-20201111%20(5).pdf).
- Jefri, Ulfi, and Ibrohim Ibrohim. 2021. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten.” *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 7(1):86–100. <http://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jurman/article/view/730> (October 24, 2021).
- *) **Endang Purnama Sari** adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- **) **Dwiyani Sudaryanti** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.
- ***) **Arista Fauzi Katika Sari** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.