



Strategi Mengembangkan UMKM Dengan Optimalisasi E-Commers

Chavid Moyo Jaladri¹, Rosi Ani Prayekti²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Koperasi Malang

e-mail: chavidmoyojaladri@gmail.com¹, rosi.anip@stiekop.ac.id²

Correspondence: chavidmoyojaladri@gmail.com

Abstract

Purpose –

In tackling poverty and unemployment, an entrepreneurial spirit is needed. The growth of entrepreneurs will encourage national economic growth. The strategies used to develop businesses and increase turnover in the current digital era are very different from previous eras.

Design/methodology/approach –

The research method used in this journal is a qualitative method because this journal describes strategies for developing a business in the digital era.

Findings –

Business development is an effort that must be carried out by various parties involved in the business, including the government, local government, communities, and entrepreneurs themselves, to develop their business into a larger business with high competitiveness through the provision of side-by-side facilities and guidance accompanied by motivation and productivity.

Research limitations/implications –

This study uses more subjective informants, who have a strong risk of reducing the objectivity of the research results. The character of the researcher will affect the results of the research; it could be that when you meet other researchers with different characters, the results will be different.

Originality/value –

Business success or continuity is needed to grow and develop in the market (Kurniawati, Santoso, & Widowati, 2019). In this study, the market is very influential on the business strategic plans carried out by MSMEs.

Keyword : Strategy; E-Commers; MSMEs

Paper type : Case Study

A R T I C L E I N F O

Article History:

Received 15 Febuari 2023

Revised 27 Maret 2023

Accepted 29 Maret 2023

Available online 01 April 2023

I. INTRODUCTION

Pada era digital seperti yang terjadi saat ini telah banyak wirausaha yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana utama dalam menjalankan usahanya. Semakin meningkatnya persaingan dalam dunia usaha, menjadikan penggunaan teknologi informasi suatu kebutuhan yang penting, guna menunjang pengembangan dan keberlangsungan usaha yang dikelolanya. Salah satu jenis aplikasi teknologi informasi yang banyak dimanfaatkan di dunia bisnis guna meningkatkan daya saing adalah *electronic commerce* (e-commerce).

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Sadeli, 2018). Manajemen sumber daya manusia sebagai suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu (karyawan). Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu karyawan (Mulyana, 2010), (Qustolani, 2017). Pengembangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi di masyarakat modern, khususnya di Indonesia. Pemasaran dengan menggunakan strategi promosi sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak hanya bagi produsen barang maupun jasa tetapi juga bagi para konsumennya (Gurmilang, 2015). Kemampuan dan metode promosi dalam menyampaikan informasi kepada konsumen menjadikan hal tersebut sebagai hal yang penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran serta pembentukan suatu *brand image* bagi perusahaan (Ayuni, 2019).

Sebagaimana diketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pengembangan yang mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan atau kelangsungan untuk dapat menumbuh kembang di pasarnya (Kurniawati, Santoso, & Widowati, 2019).

II. METHODS

Metode penelitian yang dilakukan dalam jurnal ini adalah metode kualitatif karena dalam jurnal ini mendeskripsikan bagaimana strategi dalam mengembangkan suatu usaha di era digital. Metode kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur.

III. RESULTS AND DISCUSSION

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan pegawai. Pengembangan ini lebih ditujukan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja (Marihot Tua Efendi Hariandja, 2002).

Pada penelitian AY Lubis, menurut Hafsah pengembangan merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan yang kuat untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan otonom.

Sedangkan menurut Mangku Prawira pengembangan merupakan usaha peningkatan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk

kepentingan di masa depan. Pengetahuan merupakan setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan (AY Lubis.).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan merupakan segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki praktik pekerjaan yang saat ini maupun yang akan datang untuk memberikan informasi, pengarahan, pengaturan dan pedoman dalam pengembangan usaha.

Usaha merupakan melaksanakan kegiatan secara tetap atau terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan dan kedudukannya di suatu daerah dalam suatu negara (Harmaizar, 2003). Maka dapat disimpulkan bahwa usaha merupakan suatu kegiatan yang di dalamnya mencakup kegiatan produksi dan distribusi dengan menggunakan tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

1. Pengembangan usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan pengembangan fasilitas serta jenis dan jumlah produk daripada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan (Pandji Anoraga, 2011).

Menurut Mulyadi Nitissusanto pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, masyarakat dan *stakeholder* lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan memperkuat untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan daya saing sebuah usaha (Mulyadi Nitisusantro, 2010).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan oleh berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing yang tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan berdampingan yang disertai dengan motivasi dan produktivitas.

2. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha seorang wirausaha perlu melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Memiliki ide usaha

Awal dari usaha seseorang wirausaha itu berasal dari suatu ide usaha, ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha berasal dari berbagai sumber, dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat ditimbulkan karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

b. Penyaringan ide atau konsep usaha

Wirausahawan selanjutnya akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik, penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktivitas penilaian kelayakan ide usaha secara resmi maupun yang dilakukan secara tidak resmi.

c. Pengembangan rencana usaha atau bisnis plan

Wirausahawan merupakan orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan, maka komponen utama dari perencanaan usaha yang dikembangkan oleh seorang wirausaha merupakan perhitungan proyeksi rugi laba dari bisnis yang

dilaksanakan, proyeksi laba rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional.

d. Implementasi rencana usaha dan pengendalian usaha

Rencana usaha yang dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis itu akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha, dalam kegiatan implementasi rencana usaha seorang wirausahawan akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha (Kustoro Budiarta, 2009).

Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam mengembangkan usaha dan kapan hal tersebut akan terjadi, untuk keperluan perencanaan menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai penanggalan waktu dan tindakan atau penanggalan implementasi adalah lebih baik, rencana ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu sebagai berikut:

- a. Kemajuan terjadi akan lebih lambat dari yang diantisipasi khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal, meskipun usaha dianggap paling penting bagi usahawan tetapi bagi penanaman modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin itu tidak begitu penting oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.
- b. Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Sebelumnya melakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik dan membiarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan dan pemasangan perlengkapan.
- c. Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi atau dilampaui. Dengan ini wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran yang akan meningkatkan kredibilitas di masa mendatang (Brian R. Ford, Jay M. Dkk, 2008.).

3. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan teknik berikut (Ilham, dkk, 2020):

a. Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha. Hal ini dilakukan apabila perluasan usaha atau peningkatan *output* akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis (*economic of scale*)

b. Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda. Dengan demikian, lingkup usaha ekonomi didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomi yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan (*joint total production cost*) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah.

4. Jenis Strategi Pengembangan Usaha

Menurut Fred R. David, strategi dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu (Asep Suraya Maulana, 2019):

a. Strategi Integrasi Vertikal (*Vertical Integration Strategy*)

Dalam strategi ini perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya. Misalkan melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri.

- b. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)
Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.
- c. Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*)
Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.
- d. Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*)
Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar dan bisa menyebabkan kebangkrutan.

Dalam aplikasinya sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan teknologi, Anda perlu menerapkan berbagai strategi pemasaran UMKM berbasis digital. Ada banyak contoh strategi pemasaran UMKM dengan channel digital seperti media sosial, online ads, KOL atau influencer, broadcast WhatsApp, email marketing, dan Google My Business. Dan kemudian untuk aplikasinya adalah Mengembangkan UKM dengan langkah dan strategi berikut ini:

1. Memetakan dan melihat lokasi potensial

Salah satu cara untuk mengembangkan bisnis Anda adalah dengan membuka cabang di daerah dengan potensi penjualan yang tinggi. Dimulai dengan meneliti berbagai lokasi yang memiliki target pasar. Ikuti survei dan lacak lokasi dan lokasi yang ingin Anda buka. Mulailah dengan mencari tahu apakah lokasi tersebut membutuhkan produk yang Anda jual. Ajukan pertanyaan seperti berapa banyak orang yang melewati lokasi, berapa banyak orang yang cenderung membeli produk Anda, seberapa mudah akses logistik dan kebutuhan untuk membuka cabang di lokasi tersebut. Untuk dapat mengumpulkan data observasi dan mempertimbangkan apakah lokasi tersebut merupakan tempat yang tepat untuk membuka usaha Anda.

2. Ikut serta dalam pameran dan festival

Dukung eksistensi produk Anda dengan mengikuti pameran atau festival. Ini memperkenalkan produk Anda ke masyarakat luas. Pameran dagang dan festival adalah salah satu kegiatan pemasaran yang cukup murah dan dapat memberikan manfaat tambahan seperti bertemu vendor baru, mengenal pesaing perusahaan Anda, dan juga menemukan pelanggan potensial yang setia. Pilih pameran atau festival yang sesuai dengan produk Anda. Misalnya, jika Anda memiliki perusahaan fashion, Anda tentu akan berpartisipasi dalam pameran yang membahas produk fashion. Jika Anda memiliki produk kuliner/makanan khas, Anda harus ikut serta dalam makanan tradisional.

3. Membangun relasi antar pengusaha

Manajemen bisnis tidak hanya sekedar berbisnis, tetapi juga membangun relasi. Semakin banyak koneksi, semakin mudah untuk menemukan penjual yang dapat diandalkan. Selain itu, semakin banyak koneksi yang Anda miliki, membuka peluang untuk memperluas bisnis Anda. Cobalah bergabung dengan beberapa komunitas yang memiliki bisnis yang sama dengan Anda. Dengan cara ini Anda bisa mendapatkan informasi tentang perusahaan Anda dengan lebih mudah.

4. Meningkatkan kualitas layanan

Ini adalah bagian yang sama pentingnya dalam mengembangkan bisnis Anda. Dengan mendapatkan kritik dan saran dari pelanggan, Anda dapat memperbaiki hal-hal yang tidak disukai pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan Anda. Tapi tidak semua keinginan Anda bisa terpenuhi. Anda harus waspada untuk melihat kritik dan saran mana yang membangun bisnis Anda dan mana yang tidak. Prioritaskan kritik yang

sering dihadapi pelanggan Anda karena membuat sebagian besar pelanggan merasa tidak nyaman. Setelah itu, pilih saran dari banyak pelanggan yang ada. Karena itu dapat membedakan Anda dari pesaing Anda.

5. Tetap up-to-date dengan teknologi dalam bisnis

Di era digital ini, sangat disayangkan jika Anda termasuk orang yang sedikit ketinggalan teknologi. Karena dapat membantu Anda mengembangkan bisnis Anda dalam hal manajemen, transaksi keuangan, komunikasi dan penjualan. Anda sering membuka artikel tentang teknologi yang berhubungan dengan bisnis agar tidak ketinggalan. Gunakan teknologi dalam bisnis, seperti berkomunikasi dengan pelanggan, menggunakan aplikasi Messenger, mengirim video dan foto produk Anda, melakukan panggilan video, dan banyak lagi. Semua ini dapat mempengaruhi perjalanan bisnis Anda, karena sekarang pasar juga menuntut cepat, akurat dan dapat diandalkan. Kecepatan informasi, akuntabilitas, manajemen terstruktur, SOP (Standard Operating Procedure) adalah hal-hal yang secara signifikan dapat melengkapi dan mendukung bisnis Anda. Memiliki pengetahuan tentang bagaimana teknologi digunakan dalam bisnis akan memberi Anda keunggulan atas pesaing Anda.

6. Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk

Setiap pengusaha ingin meningkatkan penjualan usahanya. Salah satu cara yang efektif adalah dengan melakukan pemasaran (marketing). Di era digital ini, orang dapat mencari informasi di Internet hanya dengan membuka ponsel mereka. Kebanyakan dari mereka menggunakannya untuk mengakses media sosial. Untuk itulah pemasaran digital diperlukan agar kita dapat mempresentasikan produk kepada calon pelanggan. Semakin sering mereka membuka media sosial, semakin mereka melihat produk Anda. Manfaatkan kesempatan ini untuk melakukan pemasaran digital menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, WhatsApp dan BBM.

7. Menggunakan beberapa toko online untuk menjual produk

Berkat era digital, orang lebih suka berbelanja online atau di toko online. Karena belanja online bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Selain itu, pelanggan tidak perlu pergi ke mall atau mall untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Salah satu cara orang berbelanja online adalah melalui e-commerce. Toko online adalah situs web tempat orang membeli dan menjual semua jenis barang, dan semuanya dilakukan secara online atau online. Toko online dengan konsep pemasaran menawarkan layanan bisnis yang dapat mereka jual secara online dengan membuka toko di situs web mereka. Gunakan beberapa situs e-commerce untuk menjual produk dan memperluas target pasar Anda. Gunakan fungsi yang ditawarkan oleh toko online untuk memfasilitasi semua penjualan.

8. Menggunakan sistem ERP untuk akuntansi dan manajemen persediaan

Mengelola bisnis bukan hanya tentang membeli dan menjual. Tetapi penting juga bahwa Anda selalu mengetahui manajemen dan situasi keuangan perusahaan Anda. Oleh karena itu, perlu dilakukan pencatatan dan penghitungan setiap kejadian yang terjadi. Jika Anda hanya bisa menghitung jumlah barang dengan jari Anda, tentu saja mudah. Namun, jika semuanya berjalan lancar dan ada banyak acara penjualan dalam sebulan, tentu cukup mengganggu.

IV. CONCLUSIONS

Berdasarkan penjelasan di atas, pengembangan usaha merupakan upaya yang harus dilakukan oleh berbagai pihak yang terkait dalam usaha tersebut baik pemerintah, pemerintah daerah, masyarakat dan pengusaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar

dengan daya saing yang tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan berdampingan yang disertai dengan motivasi dan produktivitas.

Tahapan yang dilakukan untuk melakukan pengembangan usaha antara lain memiliki ide usaha, penyaringan ide atau konsep usaha, pengembangan rencana usaha, dan mengimplementasikan rencana dan pengendalian usaha. Dalam pengembangan usaha melakukan perencanaan merupakan hal yang penting agar dapat memudahkan seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya di masa depan.

Selain itu, jenis strategi pengembangan usaha juga harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan usaha seorang wirausahawan. Beberapa strategi pengembangan usaha yaitu strategi integrasi vertikal, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi bertahan.

V. REFERENCES

- Anoraga Pandji, 2011, Pengantar Bisnis: *Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*, (Jakarta: Rineka Cipta), 66.
- Cahyo Bagus S Ilham, Heri dan Nuzulul Fatimah, 2020, *Dasa-dasar Kewirausahaan*, Sidoarjo: PT Berkas Mukmin Mandiri, h. 46.
- Hariandja Marihot Tua Efendi, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, h. 168
- Harmaizar, 2003, *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, h. 14.
- Maulana Asep Suraya, 2019, *Kewirausahaan (Entrepreneurship) dalam Pandangan Islam (Historis-Politik dan Ekonomi)*, Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, h 167.