

Peran UMKM Digital Menyongsong pada Era Society 5.0**Khof Aszasatitanul Cahyaningrum^{1*}, Agus Darmuki²**¹ Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia² Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia*Corresponding author: aszasatitanul@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this article is to discuss the role of MSMEs in welcoming the era of society 5.0. society 5.0 can create a human-centered society that can balance technology-based economic development. In this study the method used is to use a literature study research approach through observation and analysis of all information related to the research topic. Literature review is research that collects detailed information and data from books, notes, journals, and other sources as well as related previous studies that provide answers and reasons for the problems studied. The era of digitalization cannot be separated from the role of the online community, especially on social media. Because it is these online users who determine the success of products and services that are of interest to the public. Digital MSMEs in the era of society 5.0 MSME actors must be able to collaborate with residents by displaying creative content. By presenting creative content, it automatically attracts internet users and allows them to participate in product promotions. Digital MSMEs need to engage and compete with internet users to find out how to go viral. MSME operators must acquire this knowledge independently through third party support and various training courses.

Keywords: *the role of MSMEs, the era of society 5.0, citizens, digital.*

ABSTRAK

Tujuan dari artikel ini adalah untuk membahas peran UMKM dalam menyongsong era society 5.0. society 5.0 dapat menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia yang dapat mengimbangi pembangunan ekonomi berbasis teknologi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian studi pustaka melalui observasi dan analisis terhadap semua informasi yang berkaitan dengan topik penelitian. Kajian pustaka adalah penelitian yang mengumpulkan informasi dan data secara mendetail dari buku, catatan, jurnal, dan sumber lain serta penelitian-penelitian terdahulu terkait yang memberikan jawaban dan alasan atas permasalahan yang diteliti. Era digitalisasi tidak lepas berdasarkan peran komunitas online, khususnya di medsos (media sosial). Karena pengguna online ini yang dapat menentukan kesuksesan barang atau produk dan layanan yang diminati masyarakat. UMKM Digital di era society 5.0 harus bisa berkolaborasi dengan warga dan menampilkan atau mempertunjukkan konten-konten kreatif. Dengan menghadirkan para konten kreatif, dapat menarik minat pengguna internet dan memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam promosi produk. UMKM digital perlu terlibat dan bersaing dengan pengguna internet untuk mengetahui cara menjadi viral. Operator UMKM harus memperoleh pengetahuan ini secara mandiri melalui dukungan pihak ketiga dan berbagai kursus pelatihan.

Kata Kunci: peran UMKM, era society 5.0, warganet, digital

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang telah berlangsung selama dua tahun tidak hanya merenggut banyak nyawa, tetapi juga berdampak pada perekonomian di beberapa Negara, termasuk Indonesia. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi korban pandemi yang tidak dapat dihindari meski telah dilakukan berbagai upaya, termasuk transformasi digital. Namun, kesiapan UMKM dengan teknologi dan konektivitas internet masih menjadi kendala. Maka dari itu, implementasi transformasi digital UMKM memerlukan sinergi dan kerja sama yang nyata antara pemerintah, pelaku ekonomi, dan masyarakat. Namun dengan perkembangan digital, jumlah pelaku UMKM tumbuh 15% sampai 26% dalam beberapa bulan terakhir. Selain tantangan yang semakin meningkat, era digital telah membuka banyak peluang. Ini bisa dilihat lebih sebagai tantangan atau peluang. Transformasi UMKM menjadikan UMKM digital merupakan tidak bisa dihindari bagi kita semua. Hal ini terutama berlaku untuk Negara maju, yang juga dipengaruhi oleh perubahan dan perkembangan di seluruh dunia. Menurut (Purnomo, 2019) Media sosial dan market place dapat menjadi konsep yang memudahkan UMKM mengakses pemasaran secara lebih luas. Teknologi digital berdampak besar entitas bisnis baru. Teori teknologi muncul menggunakan kolaborasi kecerdasan untuk merancang dan menimbulkan inisiatif bisnis yang efisien dan kohesif. Menurut (Elia, et al, 2020) terdapat 4 dimensi yang dapat mengaitkan dengan UMKM digital, yaitu pelaku, digital, aktivitas digital, motivasi digital dan organisasi digital.

Society 5.0 pertama kali muncul di Jepang pada tahun 2016 setelah disetujui oleh pemerintah Jepang. Society 5.0 diawali dengan perburuan, pertanian, industri, dan teknologi informasi, kemudian society 5.0 menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia yang dapat menyeimbangkan pembangunan ekonomi berbasis teknologi (COJG,2019). Society 5.0 memiliki segi positif dan negatif, adapun segi positifnya adalah: (1) bertambahnya bentuk usaha baru, (2) berambahnya profesi baru, dan (3) dapat menjadikan jalan keluar terbaik untuk barang manufaktur. Adapun segi negatifnya adalah: (1) banyaknya profesi terdahulu banyak yang hilang seiring berjalannya waktu, (2) kawasan lingkungan yang darurat, dan (3) gambaran yang keliru tentang UMKM yang tidak kompeten, tidak mampu dan tidak beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang dihilangkan karena tidak kompetitif di sana. Keunggulan society 5.0 dibanding era sebelumnya adalah nilai-nilai baru yang menghilangkan perbedaan wilayah, bahasa, agama, usia, dan gender. Nilai baru ini tercipta melalui inovasi baru berupa produk dan layanan. Jadi teknologi berperan penting di era society 5.0 ini. Society 5.0 menekankan perlunya keseimbangan antara penyelesaian masalah ekonomi sosial. Sistem yang terhubung ke media sosial adalah hasil optimal dari kecerdasan buatan yang menggabungkan teknologi data besar, yang dapat mewakili umpan balik dari yang tidak mungkin menjadi mungkin di bidang industri dan sosial. Banyak manfaat atau keuntungan UMKM yang dapat ditransformasikan secara cerdas dengan digitalisasi seperti yang kita kenal sekarang ini, yaitu belanja online, proses dimana konsumen membeli barang, jasa, dan lain-lain dari seseorang penjual secara interaktif melalui internet. Hal ini kemudian menimbulkan efisiensi yang memudahkan operasional UMKM, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dll, namun harus dikemas sebanyak mungkin. Digitalisasi juga dapat memperluas jaringan pemasaran atau pemasaran, memungkinkan mereka untuk menembus produk tertentu di berbagai wilayah dan Negara lain serta memperluas peluang pemasaran.

Di era society 5.0, UMKM yang unggul dan berdaya saing sangat dibutuhkan. Di era society 5.0 saat ini, UMKM harus memiliki beberapa kompetensi, antara lain: (1) kepemimpinan, kesanggupan dapat berperan menjadi pemimpin. (2) keterampilan berbahasa, yaitu pengetahuan bahasa asing, terutama bahasa Inggris harus wajib dikuasai pada era society 5.0. Dikarenakan era society 5.0 tidak memiliki batas yang memungkinkan kami berkomunikasi antar Negara, memfasilitasi komunikasi dengan orang yang berbeda di seluruh dunia. Bahasa standar internasional adalah salah satu hal yang harus kita miliki di era 5.0 ini. (3) keahlian IT yaitu, jika teknologi informasi berada di latar depan, semua literatur informasi dapat dibaca di internet. Era 5.0 membutuhkan UMKM yang mau berkembang dan meningkatkan keterampilannya. (4) keterampilan menulis yang penting yaitu keterampilan menulis yang baik dan dapat mendorong untuk lebih kreatif saat menulis teks yang bermanfaat bagi masyarakat umum.

Metode Penelitian

Metode penelitian artikel ini memakai pendekatan studi pustaka dengan cara menganalisis dan mengamati informasi-informasi yang berhubungan dengan judul penelitian. Menurut (Indrawan & Yaniawati, 2014) Kajian pustaka merupakan pengkajian yang mengumpulkan data dan laporan informasi dengan mendetail dari beberapa buku, catatan, jurnal, dan sumber lain serta terkait penelitian sebelumnya untuk memberi jawaban dan dasar pemikiran untuk masalah yang diteliti. Topik terpenting dalam penelitian ini akan membahas secara cermat mengenai Peran UMKM Digital Menyongsong pada Era Society 5.0. Beberapa langkah yang dapat diambil dalam artikel ini yang dapat mengembangkan tinjauan pustaka adalah: (1) Penulis mencermati dan menelaah berdasarkan ciri yang terjadi sehubungan dengan judul penelitian. (2) Menetapkan fokus penelitian menurut isu yang didapatkan dari kajian literatur. (3) Sumber informasi yang disatukan yaitu data atau informasi empiris dari buku, jurnal, laporan penelitian, dan literatur lainnya yang mampu membuka daerah penelitian baru. (4) Mempelajari berbagai sumber literatur untuk mendapatkan hasil yang maksimal dan menemukan ide-ide baru tentang judul penelitian. (5) Mengkaji catatan penelitian dari berbagai literatur untuk menarik kesimpulan dan merangkumnya dalam bentuk laporan penelitian dengan menggunakan sistem penulisan yang sesuai. Oleh karena itu, metode penelitian studi kepustakaan dapat digunakan untuk menggabungkan hasil penelitian sebelumnya pada topik yang sama dengan penelitian saat ini (Zed, 2008).

Hasil dan Pembahasan

Ekosistem Ekonomi Digitalisasi

Gangguan yang dihadapi para UMKM di seluruh Indonesia sangat berbeda-beda karena berkaitan erat dengan tingkat wirausaha di seluruh Indonesia hanya mencapai 3,5 persen. Maka dari itu, kenaikan mutu UMKM sangat penting untuk menciptakan lingkungan bisnis yang ramah di masa depan. Perlu diketahui bahwa UMKM memegang peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Peran UMKM Digital menjadi pilihan bagi UMKM untuk mengajak inovator muda untuk mensupport digitalisasi UMKM dengan bantuan program UMKM Digital. Terdapat empat langkah dalam strategi pengembangan UMKM, yaitu (1)

meningkatkan sumber daya manusia dengan membekali para pelaku UMKM untuk mengembangkan keterampilannya. Karena kualitas sumber daya manusia sangat penting untuk pengembangan usaha menengah di masa digital sekarang ini. Banyaknya UMKM yang mengaku menghadapi rintangan saat go digital dan menggunakan medsos alasannya yaitu, karena kurangnya pengetahuan (Purwana, et, 2017). (2) membantu meningkatkan proses bisnis UMKM dan mengubahnya menjadi beragam macam program. Diluar teknik pemasaran, pelaku UMKM membutuhkan informasi tentang gunanya literasi keuangan. Karena literasi keuangan dapat membimbing para pemangku kepentingan UMKM untuk mengelola usahanya secara sistematis, terutama dalam urusan hutang dan perkreditan. Kesiapan keuangan ini juga mencakup prosedur catatan UMKM. Karena banyak UMKM di seluruh Indonesia tidak membentuk perusahaan keuangan yang kurang memiliki akuntabilitas ini disebabkan oleh kurangnya kualitas laporan keuangan UMKM (Mubiroh & Sari, 2020). (3) memperluas akses pasar yang salah satunya yaitu, mendorong sinergi antara kementerian dan UMKM yang bekerja sama dengan Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa (LKPP) untuk mendorong pelaku UMKM menjadi penyedia barang dan jasa publik. (4) UMKM lokal pahlawan merayakan pahlawan kelas menengah lokal, merupakan startup yang kuat, memiliki merek yang kuat dan bersama-sama memiliki bahan yang diperlukan untuk menghbungkan usaha mikro kecil untuk memperluas digital platform dan pasar internasional. Saat ini, konsep Kementrerian Koperasi dalam UMKM Digital di era society 5.0 menojol, yaitu: Partisipasi pemangku kepentingan, terutama bisnis dan perguruan tinggi, didorong untuk memungkinkan kita bekerja sama. Usaha kecil dapat menerapkan transformasi digital dengan cepat, dan mempercepat transformasi digital UMKM juga mendorong partisipasi milenial dan kewirausahaan digital.

Membangun Sinergitas antara UMKM digital dan Komunitas Online

Di era digital ini tidak putus dari peran komunitas online, khususnya di medsos. Karena pengguna online dapat meyakinkan kesuksenan barang dan layanan yang dinikmati masyarakat. Pengguna online dalam hal ini adalah identitas komunitas dalam medsos. Pengguna online merupakan pengguna platform medsos dan aktif berinteraksi melalui digital di dunia maya. Pengguna internet diklasifikasikan menurut tingkat aktivitas penggunaan media sosial. Berdasarkan peringkat tingkat aktivitas media sosial. Klasifikasi ini membentuk beberapa istilah berdasarkan berita dan konten digital. Peran dalam dunia digital adalah buzzer, influencer, dan followers. Buzzer didefinisikan sebagai akun yang digunakan untuk terus menyebarkan, mempromosikan, dan mengirimkan berita dan konten digital kepada warga negara lain dengan maksud untuk memengaruhi mereka atau meningkatkan pesan berita atau konten tersebut. Influencer adalah akun medsos yang mempunyai efek yang kuat pada pengikutnya. Agar akun tersebut dapat menginspirasi atau memengaruhi pengikut untuk bekerja seperti yang diinginkan. Sedangkan followers adalah komunitas online yang patut pada keinginan buzzer dan mereka ikuti, menurut (Arianto, 2020).

Selain itu, di era digital UMKM societ 5.0, pemangku kepentingan UMKM harus bisa berkolaborasi dengan warga untuk mewujudkan konten kreatif. Dengan menghadirkan konten kreatif, secara langsung menarik perhatian pengguna internet dan memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam promosi produk. Dengan demikian, sinergi dapat menciptakan barang dan layanan yang dipromosikan oleh UMKM dan diketahui oleh pengguna internet.

Teknik terakhir adalah bekerja sama dengan pengguna internet, khususnya generasi Z, untuk berpartisipasi dalam mempromosikan produk dan layanan UMKM. Teknik ini memungkinkan generasi milenial menilai produk UMKM melalui media sosial mereka. Dengan teknik evaluasi ini disebarluaskan ke setiap warga di semua media sosial. Setidaknya itu bisa menjadi salah satu alat periklanan. Semakin banyak pengguna internet yang berpartisipasi, semakin banyak pula konsumen Indonesia yang dapat mengadopsi produk UMKM digital. Oleh karena itu, tanpa adanya sinergi antara UMKM dan masyarakat, sulit bagi UMKM untuk secara cepat menawarkan produknya di media sosial. Pelaku UMKM digital harus terlibat dan bersaing dengan pengguna internet untuk mengetahui cara menjadi viral. Operator UMKM harus memperoleh pengetahuan ini secara mandiri melalui dukungan pihak ketiga dan berbagai kursus pelatihan.

Kesimpulan

Mewujudkan transformasi digital UMKM membutuhkan sinergi dan kolaborasi yang nyata antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat. Teknologi digital berdampak besar pada bidang bisnis yang baru. Paradigma teknologi yang lahir memanfaatkan Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan antusiasme kolaborasi dan kecerdasan untuk merangkai dan memunculkan inisiatif bisnis yang semakin kuat dan konsisten. Pada era society 5.0 memang perlu adanya UMKM yang terbaik dan dapat tumbuh berkembang. Di era society 5.0 saat ini, UMKM harus memiliki beberapa kompetensi, yaitu: keterampilan kepemimpinan, keterampilan bahasa, keterampilan IT, dan keterampilan menulis. Peran UMKM digital menjadi alternatif bagi UMKM untuk merangkul inovator muda untuk membantu program digitalisasi UMKM. UMKM digital di era society 5.0 pemangku UMKM harus bisa berkolaborasi dengan warga dengan menumbuhkan atau mewujudkan konten-konten kreatif. Dengan menghadirkan konten kreatif, secara langsung dapat menarik perhatian pengguna internet dan memungkinkan mereka untuk berpartisipasi dalam promosi produk.

Daftar Pustaka

- Arianto, B. (2015). Kampanye Kreatif Dalam Kontestasi Presidensial 2014. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM*. No 1, 19: 16–39.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(6), 233-247.
- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.
- Mubiroh, S., & Ruscitasari, Z. (2019). “Implementasi SAK EMKM Dan Pengaruhnya Terhadap Penerimaan Kredit UMKM”. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 1-15.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Purnomo, F. (2019). Program Ladit (Lapak Digital): Optimalisasi Media Digital sebagai Wadah dalam Pengembangan Umkm di Madura. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 89-95