



Dampak Kompetensi Digital terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM di Kabupaten Serang

Zahrotul Hayat^{1*}, Munawaroh²

^{1,2}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Email: zahrotulhayat31@gmail.com, madinahalmunawaroh01@gmail.com

Alamat: JL Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya,
Kota Serang, Banten 42124

Korespondensi penulis: zahrotulhayat31@gmail.com*

Abstract. Digitalization has changed the way MSMEs operate, such as interacting with customers and competing in the market. Business developments in the current digital era mean that every business actor must also change the way they run their business, such as by utilizing digital platforms. This research discusses the importance of digital competence in increasing the competitiveness of MSMEs in the market. This research aims to provide understanding for business actors to improve their competence in using digital technology in running their business. The approach used is a qualitative descriptive method, using a research sample of 50 respondents who are considered to represent the population, namely MSMEs in Serang Regency. The research results show that digital competence has a positive effect and has a big impact on the competitiveness of MSMEs in the market.

Keywords: Competitiveness, Digital, MSMEs.

Abstrak. Digitalisasi telah mengubah cara beroperasi sebuah UMKM, seperti berinteraksi dengan pelanggan dan bersaing di pasar. perkembangan bisnis di era digital saat ini menjadikan setiap pelaku usaha juga harus mengubah cara dalam menjalankan bisnisnya seperti dengan memanfaatkan platform digital. Penelitian ini membahas pentingnya kompetensi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Dengan adanya penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan kompetensi penggunaan teknologi digital dalam menjalankan bisnisnya. Pendekatan yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 50 responden yang dianggap mewakili populasi yaitu UMKM di Kabupaten Serang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan sangat berdampak pada daya saing UMKM di pasar.

Kata kunci: Daya Saing, Digital, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis saat ini sedang mengalami transformasi yang signifikan akibat pesatnya perkembangan teknologi digital. Digitalisasi telah menukar strategi dalam mengoperasikan badan usaha, berkomunikasi dengan pelanggan, dan berkompetisi di pasar. UMKM, sebagai tulang punggung perekonomian, tidak dapat menghindari arus digitalisasi ini. Dengan menggunakan platform digital merupakan salah satu cara pelaku usaha melakukan perubahan pengoperasian bisnisnya dalam transformasi bisnis di era digital saat ini (M. Harris, n.d.).

Menurut (Puriwat & Tripopsakul, 2017; Kusumasondjaja, 2018) dalam (Faidah et al., 2024) berkat kemajuan teknologi digital, seperti internet, media sosial, e-commerce, dan platform lainnya, telah mendatangkan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas cakupan pasar, meningkatkan kemampuan operasional, dan mendorong inovasi barang

serta jasa. Munculnya platform digital, e-commerce, dan media sosial telah menciptakan persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor, termasuk UMKM. UMKM di Kabupaten Serang, menyongsong tantangan untuk dapat berkompetisi dengan UMKM yang lebih besar dan memiliki sumber daya yang lebih kompeten.

Menurut (Dawis & Cahyani, 2022) dalam (Chusumastuti et al., 2023) salah satu studi menunjukkan bahwa dengan mengimplementasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk membantu kegiatan bisnis mereka dan terus penjenamaan produk mereka melalui pemasaran digital daya saing UMKM dapat meningkat.

Menurut (Badan Pusat Statistik, 2023) jumlah Perusahaan Industri di Banten Skala Mikro sebanyak 90.908 dan skala Kecil sebanyak 6.184. Di Kabupaten Serang, yang merupakan salah satu kawasan dengan banyak pelaku UMKM, tantangan tersebut semakin nyata. Meskipun banyak UMKM yang sudah mulai memanfaatkan platform digital, sebagian besar masih terhambat oleh keterbatasan akses terhadap teknologi dan pengetahuan digital yang kompeten. Maka dari itu, esensial untuk memahami bagaimana kompetisi digital mempengaruhi daya saing UMKM di daerah ini, serta apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan peluang digital.

Daya saing UMKM menjadi kunci keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. UMKM yang memiliki kompetitif tinggi akan dapat bertahan dalam kompetisi yang ketat, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Menurut (Wardhana, 2022) dalam (Marlina et al., 2024) pemasaran digital memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial, memungkinkan perusahaan untuk terus memperluas cara yang fleksibel dan inovatif, guna menjaga dan memajukan daya saing.

Dengan dukungan SDM yang memiliki kompetensi yang memadai, maka usaha yang dijalankan dapat menjadi pemenang di tengah persaingan usaha di era pasar global (Nurani et al., 2021). Selain itu menurut (Munawaroh & Suryadi Edi, 2019) kompetensi digital mengacu pada kemampuan untuk menggunakan teknologi digital secara efektif yang mencakup penggunaan internet, media sosial, dan platform e-commerce. Kompetensi digital sangat penting bagi UKM karena memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan baru, memasarkan produk mereka secara lebih efektif, dan mengelola bisnis mereka secara lebih efisien.

Menurut (Afifah et al., 2024) UMKM biasanya menghadapi pada kesulitan kendala SDM (sumber daya manusia) yang memiliki keahlian di bidang pemasaran digital, banyak pelaku UMKM masih menjalankan usaha mereka secara tradisional dengan sokongan

anggota keluarga atau karyawan yang kurang berpengetahuan di bidang digital. Menurut (Asiva Noor Rachmayani, 2015) transformasi digital bukan hanya sebuah langkah inovatif, namun juga sebuah keharusan bagi UMKM yang ingin memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing di pasar global.

Perubahan lanjutan pada UMKM atau Istilahnya “usaha mikro, kecil, dan menengah” memanfaatkan inovasi data dan persuratan untuk meningkatkan daya saing, produktivitas, dan efisiensi bisnis (Sholihin, 2024). Kabupaten Serang memiliki potensi besar dalam mengembangkan UMKM. Namun, masih banyak UMKM di Kabupaten Serang yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Oleh sebab itu, penelitian tentang dampak kompetisi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM di wilayah ini sangat penting.

Dengan adanya penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis dampak kompetensi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Serang. Dengan mengaplikasikan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini akan menggali persepsi dan pengalaman para pelaku usaha terkait pemanfaatan teknologi digital dalam bersaing di pasar. Sampel penelitian ini terdiri dari 50 pelaku UMKM yang dipilih dengan teknik *accidental sampling*, yang diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang tantangan dan peluang yang mereka hadapi dalam era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Kompetensi Digital adalah keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang memungkinkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam masyarakat berbasis teknologi dan menggunakan teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab dalam mencapai tujuan pribadi dan profesional. Kompetensi Digital adalah keterampilan yang menuang pada keahlian individu untuk menyesuaikan teknologi dan digital ke dalam paguyuban masyarakat maka dari itu mereka membantu profesi yang sedang mereka lakukan setiap hari dan berkomunikasi dengan percaya diri dan kritis, diperkuat dengan kecakapan teknis, informasi dan komunikasi dasar (Putri et al., 2023).

H1: Kompetensi digital berpengaruh positif dengan daya saing UMKM

Menurut (Firmansyah et al., 2022) menegaskan pendekatan strategi kompetitif, yang berkaitan dengan seberapa kompetitif suatu perusahaan jika dibandingkan dengan industri lainnya merupakan konsep relatif dalam daya saing. Menurut (Zhang et al., 2022) dalam (Firmansyah et al., 2022) faktor teknologi dan lingkungan mendorong terjadinya transformasi digital mempunyai dampak yang baik pada kemampuan organisasi dalam

menciptakan daya saing mereka, literasi digital memegang peran penting dalam merangkul teknologi dan adaptasi lingkungan untuk kesuksesan transformasi digital.

H2: Dampak kompetensi digital terhadap daya saing lebih signifikan pada UMKM yang lebih sering terhubung dengan internet.

3. METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang dipakai peneliti pada penelitian ini yang menjabarkan secara umum dan komplet terjadinya berbagai peristiwa yang diteliti. Dibawah ini merupakan metode pengambilan data pada penelitian ini.

a. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Moleong, 2007) dalam (Suroto, 2023) metode kualitatif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari narasumber atau responden yang merupakan metode penelitian yang diterbitkan menggunakan data deskriptif. Variabel yang dianalisis adalah kompetensi digital terhadap peningkatan daya saing UMKM. Dengan menggunakan pendekatan ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner.

b. Jenis dan Sumber Data

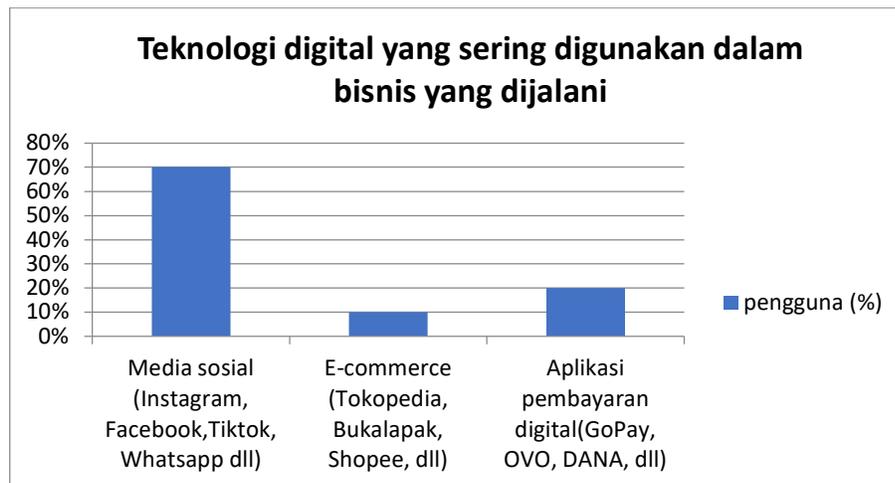
Data yang dipakai pada penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder, data primer merupakan hasil observasi terhadap pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Serang, dimana sumber data didapat dari sumber pertama langsung yakni hasil kuisioner yang dibagikan kepada target yang dianggap mewakili populasi tersebut. Data sekunder didapat secara tidak langsung misalnya artikel, buku, internet, penelitian terdahulu, literatur dan lain-lain. Sasaran objek penelitian ini yaitu pelaku Usaha dengan populasi nasabah dari UMKM di Kabupaten Serang, peneliti melakukan pengumpulan data kepada 50 responder pelaku UMKM melalui wawancara kuisioner. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan dengan mengaplikasikan teknik *accidental sampling*, dimana yang mengisi kuisioner atau angket yang diberikan kepada responden yang siap atas kesediaannya dalam mengisi kuisioner tersebut (Altin & Wahyudin, 2023).

c. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis data yang sudah terkumpul menggunakan teknik analisis deskriptif. Dengan menggunakan teknik tersebut, kita dapat menggambarkan hal yang terjadi lebih khusus. Hasil data yang didapatkan dari

Hasil kuisioner yang diperoleh peneliti terdapat 3 jenis usaha yang berbeda-beda, yaitu 40% jenis usaha yang menjual makanan dan minuman, 35% menjual barang dan 25% menjual jasa. Para pelaku usaha kebanyakan sudah menjalani bisnisnya selama kurang dari empat tahun dan cukup mengenal dan paham tentang teknologi digital guna mengembangkan bisnis mereka.

Teknologi digital yang sering digunakan dalam bisnis mereka yaitu melalui sosial media dan dapat melakukan pembayaran melalui ShopeePay, GoPay, OVO, DANA dan lain-lain sebagai aplikasi pembayaran digital. Penggunaan teknologi digital seperti sosial media dan QRIS (alat pembayaran digital) telah menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi bisnis modern. Kedua teknologi ini saling melengkapi dan memberikan manfaat yang sangat besar bagi bisnis, mulai dari peningkatan visibilitas merek, efisiensi operasional, hingga pengalaman pelanggan yang lebih baik.



Di era digital hampir seluruh pelaku usaha sering menggunakan teknologi digital dalam menjalankan bisnis mereka dan mereka merasa kompetensi digital yang dimiliki cukup untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang dianggap penting dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital selain pemasaran digital yang efektif yaitu inovasi produk/jasa yang menarik dan peningkatan kualitas produk/jasa yang dimiliki.

Mengikuti pelatihan atau kursus memiliki dampak yang besar terhadap pengelolaan bisnis karena dengan memilih pelatihan yang tepat, mereka dapat memaksimalkan potensinya dan mencapai tujuan bisnis yang lebih tinggi. Namun, masih banyak pelaku usaha yang belum pernah mengikuti pelatihan atau kursus mengenai bisnis mereka dan hanya mengandalkan pembelajaran otodidak melalui smartphone.

Dalam hasil kuisioner yang dilakukan terdapat banyak keluhan atau kendala yang dialami para pelaku usaha dalam penggunaan teknologi digital dalam pelaksanaan bisnisnya yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang penggunaan teknologi digital yang efektif dalam bisnis, kurangnya kreatifitas dan konsisten dalam pemasaran di media digital. Selain itu, platform e-commerce yang sering mengalami eror menjadi kendala bagi para pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya. Dari beberapa kendala tersebut salah satu solusi terbaik dalam menanganinya yaitu dengan melakukan pelatihan atau kursus mengenai bisnis usaha yang dijalankannya.

Dengan adanya kemajuan teknologi digital saat ini, para pelaku usaha merasa sangat terbantu karena dengan memanfaatkan teknologi dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan membuat bisnis mereka lebih kompetitif. Maka dari itu para pelaku UMKM berencana mengembangkan kompetensi digital dalam bisnisnya agar dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Serang.

Dalam (Fachrurozi, 2023) mengatakan terdapat beberapa keuntungan teknologi digital yang dapat memperkuat daya saing UMKM yaitu dapat memajukan pemasaran, memperkuat ketepatan operasional dan menaikkan kualitas barang dan jasa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa kompetensi digital berpengaruh positif dan sangat berdampak pada daya saing UMKM yang mereka jalani. Penggunaan sosial media menjadi tempat pemasaran yang paling sering digunakan karena dapat memperluas jangkauan pasar. Namun UMKM di Kabupaten Serang banyak yang masih belum mengenal teknologi digital lainnya seperti E-commerce dikarenakan minimnya pengetahuan.

Maka, peneliti menyarankan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Serang untuk mengikuti kegiatan pelatihan atau kursus mengenai berbisnis dengan memanfaatkan teknologi digital agar dapat lebih bersaing yang lebih kompetitif dalam upaya meningkatkan UMKM di Kabupaten Serang.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, H., Sumaya, P. S., Handayani, J., Hasibuan, R. R., Jember, U., Purbalingga, U. P., Hukum, I., Nahdlatul, U., Cirebon, U., Purbalingga, U. P., Purbalingga, U. P., & Purbalingga, U. P. (2024). Peningkatan kemampuan digitalisasi pemasaran pada UMKM gula semut kelapa di Banyumas untuk meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 2(4), 25–33.
- Altin, D., & Wahyudin, N. (2023). Peningkatan daya saing UMKM melalui financial technology dan digital marketing. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 262–276. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i2.6608>
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). Pengaruh inovasi digital terhadap daya saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Jumlah perusahaan industri skala mikro dan kecil menurut provinsi (unit), 2023. BPS. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-industri-skala-mikro-dan-kecil-menurut-provinsi.html>
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh digital marketing dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja pemasaran (Studi pada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>
- Fachrurozi, A. (2023, April 13). Manfaatkan teknologi digital untuk tingkatan daya saing UMKM. *News.BSI.ac.id*. <https://news.bsi.ac.id/2023/04/13/teknologi-digital-tingkatkan-saing-umkm/>
- Faidah, R. N., Okavianti, R., Maulidia, P. M., Mulyani, E. P., & K, H. L. (2024). Indonesian Research Journal on Education. *Indonesian Research Journal on Education*, 4, 550–558.
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede. (2022). Daya saing: Literasi digital dan transformasi digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Harris, M. (n.d.). Era digital dan dampak perkembangan teknologi yang pesat! *Gramedia.com*. <https://www.gramedia.com/literasi/era-digital/?srsId=AfmBOop4dYwae8y9lrrID8TEYrtb4QF8pVYJ4XFwJSTfFnsd0OhgvLvM>
- Marlina, L., Aisyah, S., Mundzir, A., Tasikmalaya, P. T., & Terbuka, U. (2024, April). Peningkatan daya saing berbasis pemasaran digital pada UMKM kriya di Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 18.
- Munawaroh, Y. T., & Suryadi Edi, H. H. (2019). Digital competence to be competitive in SMEs. *Proceedings of the International Conference on Economics and Business*, 8984, 664–667.
- Nurani, N., Dally, D., Haizam, M., Yusup, Y., Hermina, N., Suratman, M., & Firdaus, E. (2021). Penguatan SDM UMKM binaan Kadin Kota Bandung berkarakter

technopreneurship yang berdaya saing di pasar global melalui digital marketing. *Jurnal Inovasi Masyarakat*, 1(3), 218–225. <https://doi.org/10.33197/jim.vol1.iss3.2021.851>

Putri, S. V., Soemaryani, I., & Zusnita, W. O. (2023). Pengaruh kompetensi digital dan kemitraan terhadap daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) kuliner di Kota Bandung. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(4), 2942. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i4.2481>

Sholihin, U. (2024). Meningkatkan daya saing pasar UMKM melalui transformasi digital. *Digital Bisnis*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512>

Suroto, S. (2023). Dampak digitalisasi terhadap UMKM di Kota Jambi: Studi deskriptif kualitatif tentang persepsi para pakar dan pelaku usaha UMKM. *Jurnal Khazanah Intelektual*, 7(3), 1830–1854. <https://doi.org/10.37250/khazanah.v7i3.219>