

## OPTIMALISASI MODEL BISNIS UMKM BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA INDUSTRI 4.0

**Muhamad Febrianto**

Mahasiswa S2 Unpam

[mfebrianto7268@gmail.com](mailto:mfebrianto7268@gmail.com)

**Nashran Azizan**

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

[azizannashran@uinsyahada.ac.id](mailto:azizannashran@uinsyahada.ac.id)

**Maulana Arafat Lubis**

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

[maulanaarafat@uinsyahada.ac.id](mailto:maulanaarafat@uinsyahada.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana Optimalisasi Model Bisnis UMKM Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0. Bentuk penelitian ini bersifat deskriptif, analitis, kritis. Oleh karena itu, penulis dapat menguraikan secara komprehensif. Dalam penelitian ini, penulis secara optimal menggunakan dua sumber data terkait penelitian ini, yaitu. Sumber data primer dan sumber data sekunder. Hasil Penelitian ini adalah Dengan memanfaatkan e-commerce, media sosial, pembayaran digital, dan teknologi lainnya, UMKM dapat meningkatkan daya saing di era Industri 4.0 harus mampu mengadopsi teknologi, meningkatkan inovasi, dan memperkuat strategi digital. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM tidak hanya dapat bersaing di pasar lokal tetapi juga menembus pasar global.

**Kata Kunci** : Model Bisnis UMKM , Digital , Daya Saing, Era Industri 4.0

### **Abstarct**

*The purpose of this study is to see how to Optimize Digital-Based MSME Business Models to Increase Competitiveness in the Industrial Era 4.0. The form of this research is descriptive, analytical, and critical. Therefore, the author can elaborate comprehensively. In this study, the author optimally uses two data sources related to this research, namely. Primary data sources and secondary data sources. The results of this research are By utilizing e-commerce, social media, digital payments, and other technologies, MSMEs can increase competitiveness in the Industry 4.0 era must be able to adopt technology, increase innovation, and strengthen digital strategies. With the right approach, MSMEs can not only compete in the local market but also penetrate the global market.*

**Keywords:** MSME Business Model, Digital, Competitiveness, Industry Era 4.0

## **Pendahuluan**

Optimalisasi model bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Berikut beberapa langkah strategis yang bisa diterapkan: Segmentasi Pasar dan Penyesuaian Produk, Identifikasi target pasar yang paling potensial.(Mahendra et al., n.d.) Lakukan riset untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Sesuaikan produk atau layanan agar lebih relevan dengan pasar.(Sasikirana et al., 2024) Efisiensi Operasional, Gunakan teknologi untuk meningkatkan produktivitas (misalnya aplikasi akuntansi atau manajemen stok). Terapkan sistem produksi yang lebih hemat biaya tanpa mengorbankan kualitas. Optimalkan rantai pasok untuk mengurangi biaya logistik. Digitalisasi dan Pemasaran Online, Manfaatkan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) untuk branding dan pemasaran. Buat website atau toko online untuk memperluas jangkauan pasar.(Jamilah et al., 2023) Gunakan strategi digital marketing seperti SEO dan iklan berbayar. Inovasi Model Pendapatan, Diversifikasi sumber pendapatan, seperti bundling produk atau sistem berlangganan. Coba strategi penetapan harga yang lebih fleksibel sesuai segmen pelanggan. Kolaborasi dengan bisnis lain untuk menciptakan nilai tambah. Pengelolaan Keuangan yang Lebih Baik, Gunakan pencatatan keuangan yang rapi dan berbasis digital. Pisahkan keuangan bisnis dan pribadi agar lebih terstruktur. Cari akses pendanaan alternatif seperti crowdfunding atau pinjaman berbunga rendah. Peningkatan SDM dan Kualitas Layanan, Berikan pelatihan berkala kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan. Fokus pada customer experience agar pelanggan lebih loyal. Bangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui layanan purna jual.(Alhazami et al., 2024)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di era Industri 4.0, UMKM menghadapi tantangan besar dalam hal digitalisasi, efisiensi operasional, serta daya saing di pasar global. Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, Internet of Things (IoT), dan cloud computing telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Untuk bertahan dan berkembang, UMKM perlu mengoptimalkan model bisnis mereka dengan berbasis digital.(Khaira Sihotang, 2021)

Digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas melalui e-commerce, pemasaran digital, dan sistem manajemen berbasis teknologi. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam adopsi teknologi, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya akses terhadap

teknologi, dan kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnis mereka. Oleh karena itu, optimalisasi model bisnis berbasis digital menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM di era Industri 4.0. (Sundari Cisilia, 2019) Rumusan Masalah, Berdasarkan latar belakang tersebut, beberapa permasalahan utama yang perlu dikaji dalam penelitian ini antara lain: Bagaimana tingkat adopsi digital oleh UMKM dalam menghadapi tantangan Industri 4.0? Faktor-faktor apa saja yang menghambat dan mendorong digitalisasi UMKM? Strategi apa yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan model bisnis UMKM berbasis digital guna meningkatkan daya saing?

Tujuan Penelitian, Penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis tingkat adopsi digital dalam operasional UMKM. Mengidentifikasi hambatan dan faktor pendorong digitalisasi UMKM. Merumuskan strategi optimalisasi model bisnis berbasis digital yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di era Industri 4.0. Manfaat Penelitian, Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain: Bagi UMKM: Memberikan wawasan dan rekomendasi tentang strategi digitalisasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Bagi Pemerintah: Memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan dan program dukungan bagi UMKM dalam transformasi digital. Bagi Akademisi: Menjadi referensi dalam penelitian lebih lanjut mengenai digitalisasi UMKM dan model bisnis berbasis teknologi. Ruang Lingkup Penelitian, Penelitian ini berfokus pada UMKM di berbagai sektor yang telah atau sedang mengadopsi teknologi digital dalam operasional mereka. Analisis dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif mengenai tren digitalisasi, tantangan, serta strategi optimalisasi model bisnis berbasis digital. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan UMKM dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital serta mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal untuk keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian literatur; Artinya, bahan informasi yang digunakan berasal dari sumber perpustakaan berupa buku, ensiklopedia, majalah, jurnal, surat kabar, jurnal, dan lain-lain (Sutrisno Hadi, 1987). Bentuk penelitian ini bersifat deskriptif, analitis, kritis. Oleh karena itu, penulis dapat menguraikan secara komprehensif bagaimana Study Literatur Optimalisasi Model Bisnis UMKM Berbasis Digital untuk Meningkatkan Daya Saing di Era Industri 4.0. Dalam penelitian ini, penulis secara optimal menggunakan dua sumber data terkait penelitian ini, yaitu. Sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber utama

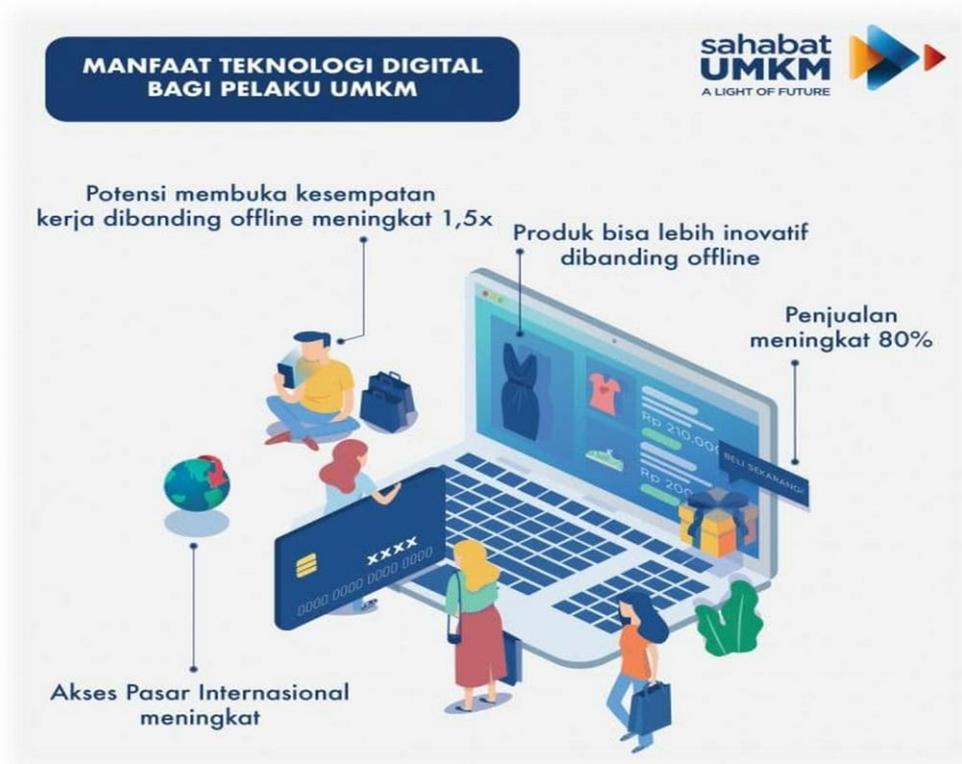
penelitian ini adalah buku dan jurnal ilmiah tentang Model Bisnis UMKM Berbasis Digital . Pada saat yang sama, penelitian ini didukung (sekunder) oleh karya pemikiran lain yang berkaitan dengan Daya Saing di Era Industri 4.0. Penelitian seperti itu tidak pernah ada sehingga sangat penting bagi penulis.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **UMKM Berbasis Digital: Transformasi, Manfaat, dan Strategi Pengembangan Konsep UMKM Berbasis Digital**

UMKM berbasis digital adalah usaha mikro, kecil, dan menengah yang memanfaatkan teknologi digital dalam operasionalnya, mulai dari pemasaran, transaksi, hingga manajemen bisnis. Dengan transformasi digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan bersaing lebih baik di era ekonomi digital. Manfaat Digitalisasi bagi UMKM, Digitalisasi memberikan banyak manfaat bagi UMKM, antara lain: Akses Pasar Lebih Luas: Dengan platform e-commerce dan media sosial, UMKM dapat menjual produk secara nasional maupun internasional. Efisiensi Operasional: Penggunaan sistem digital dalam manajemen stok, keuangan, dan pemasaran meningkatkan efisiensi. Meningkatkan Daya Saing: UMKM dapat bersaing dengan bisnis besar melalui strategi pemasaran digital yang tepat. Kemudahan Transaksi: Metode pembayaran digital (QRIS, e-wallet, mobile banking) membuat transaksi lebih praktis dan aman. Peluang Pendanaan Lebih Besar: UMKM dapat mengakses pendanaan melalui fintech, crowdfunding, atau pinjaman online berbasis syariah.

Teknologi Pendukung UMKM Digital, UMKM yang ingin bertransformasi ke ekosistem digital dapat memanfaatkan berbagai teknologi berikut: E-Commerce dan Marketplace.(Maulida & Yunani, 2017) UMKM dapat menjual produk melalui platform seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, atau bahkan memiliki toko online sendiri dengan Shopify dan WooCommerce. Media Sosial dan Digital Marketing, Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube efektif untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Strategi pemasaran digital mencakup: Social Media Marketing: Menggunakan konten visual dan storytelling untuk menarik pelanggan. Search Engine Optimization (SEO): Meningkatkan visibilitas di Google. Facebook & Instagram Ads: Iklan berbayar untuk menjangkau audiens lebih luas. Sistem Pembayaran Digital, UMKM bisa menerima pembayaran secara digital menggunakan: QRIS (QR Code untuk semua platform pembayaran digital di Indonesia). E-Wallet (GoPay, OVO, Dana, LinkAja). Virtual Account dan Mobile Banking untuk kemudahan transaksi online. Berikut contoh model bagan dan alur terkait umkm berbasis digital Gambar 1 di bawah ini :



Sumber : <https://axios.id/digitalisasi-umkm-pahami-perbedaan-antara-bisnis-online-dan-bisnis-digital/>

Aplikasi Manajemen Bisnis, Point of Sale (POS): Aplikasi kasir digital seperti Moka, Pawoon, dan iReap. Akuntansi Digital: Aplikasi seperti Jurnal, BukuKas, dan Accurate membantu pencatatan keuangan. Customer Relationship Management (CRM): Aplikasi seperti HubSpot dan Freshsales membantu UMKM mengelola pelanggan. Fintech dan Pendanaan Digital, UMKM dapat mengakses pendanaan melalui fintech seperti KoinWorks, Modalku, dan Amartha. Beberapa platform crowdfunding juga dapat digunakan untuk mendapatkan investasi atau pinjaman berbasis syariah. Strategi Sukses Digitalisasi UMKM, Agar sukses dalam ekosistem digital, UMKM perlu menerapkan strategi berikut: Membangun Brand yang Kuat, Gunakan logo dan identitas visual yang menarik. Buat cerita (storytelling) yang menarik tentang bisnis Anda. Konsisten dalam konten pemasaran digital. Optimalisasi Media Sosial dan Marketplace, Posting konten secara rutin (foto/video berkualitas). Manfaatkan fitur live shopping di Instagram dan TikTok. Gunakan teknik SEO agar produk mudah ditemukan di Google. Menerapkan Omnichannel Marketing, Mengintegrasikan berbagai platform penjualan dan pemasaran agar pelanggan bisa membeli dengan mudah melalui berbagai kanal.

Menggunakan Data dan Analitik, Manfaatkan Google Analytics dan Facebook Insights untuk memahami perilaku pelanggan. Gunakan data untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan produk. tantangan dalam Digitalisasi UMKM, Meskipun

banyak manfaatnya, digitalisasi UMKM juga menghadapi tantangan, seperti: Kurangnya Literasi Digital: Banyak pelaku UMKM masih belum memahami teknologi digital secara mendalam. Keterbatasan Modal: Biaya untuk pemasaran digital dan infrastruktur teknologi bisa menjadi kendala. Keamanan Siber: Ancaman penipuan online dan pencurian data. Kompetisi yang Ketat: Banyaknya bisnis serupa di ranah digital menuntut strategi pemasaran yang unik. UMKM berbasis digital memiliki potensi besar untuk berkembang di era digital. .

### **Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0**

Konsep UMKM di Era Industri 4.0, Industri 4.0 adalah era transformasi digital yang ditandai dengan otomatisasi, konektivitas, dan pemanfaatan data dalam berbagai aspek bisnis. UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi dalam operasionalnya dapat meningkatkan efisiensi, daya saing, dan akses pasar yang lebih luas. Ciri utama Industri 4.0 yang berdampak pada UMKM: Otomatisasi dan Internet of Things (IoT): Mempermudah produksi dan distribusi. (Putro et al., 2021) (Sundari Cisilia, 2019) Big Data dan Artificial Intelligence (AI): Memungkinkan analisis pasar lebih akurat. E-Commerce dan Digital Marketing: Meningkatkan jangkauan pasar. Keuangan Digital (Fintech & Blockchain): Mempermudah transaksi dan akses permodalan. Tantangan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0 Meskipun banyak peluang, UMKM menghadapi beberapa tantangan dalam meningkatkan daya saing, seperti: Kurangnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Terbatasnya akses terhadap teknologi dan modal. Kompetisi yang semakin ketat dengan perusahaan besar dan global. Keamanan data dan transaksi online yang masih menjadi perhatian.

Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Industri 4.0 , Untuk tetap kompetitif, UMKM perlu menerapkan strategi berikut: Digitalisasi Bisnis, Menggunakan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Memanfaatkan media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) untuk pemasaran. Menerapkan pembayaran digital dengan QRIS, e-wallet, dan virtual banking. Pemanfaatan Teknologi dalam Produksi dan Operasional. Otomatisasi dalam produksi menggunakan IoT untuk meningkatkan efisiensi. Menggunakan sistem ERP dan CRM untuk mengelola stok, keuangan, dan pelanggan. Menerapkan teknologi AI untuk personalisasi layanan pelanggan dan pemasaran. Meningkatkan Inovasi Produk dan Layanan, Melakukan riset pasar berbasis data untuk mengetahui tren dan kebutuhan pelanggan. Meningkatkan kualitas produk dengan standar produksi yang lebih baik. Menawarkan layanan berbasis digital seperti chatbot atau customer service online. Akses Pendanaan dan Investasi Digital, Menggunakan fintech dan crowdfunding untuk pendanaan usaha. Mengikuti program pemerintah yang mendukung digitalisasi UMKM. Peningkatan Kapasitas dan SDM, Mengikuti

pelatihan digital marketing dan teknologi bisnis. Berpartisipasi dalam komunitas bisnis digital untuk berbagi pengalaman dan peluang kolaborasi.

## Kesimpulan

Dengan memanfaatkan e-commerce, media sosial, pembayaran digital, dan teknologi lainnya, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih besar. Namun, pelaku UMKM juga perlu terus belajar, beradaptasi dengan teknologi baru, dan mengembangkan strategi bisnis yang inovatif agar tetap relevan di pasar yang kompetitif, UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di era Industri 4.0 harus mampu mengadopsi teknologi, meningkatkan inovasi, dan memperkuat strategi digital. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM tidak hanya dapat bersaing di pasar lokal tetapi juga menembus pasar global.

## Referensi

- Alhazami, L., Judijanto, L., Harto, B., Sulistianingsih, S., Utami, A. T., Rustam, H. A., & Meta, W. (2024). *MANAJEMEN KEUANGAN: Praktik bagi Wirausaha Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Jamilah, W. N., Somantri, Q. A., Firnanda, I., Shopyani, W., Syachdilla, D., Mustika, H., Nurintan, S. S., Kirana, A., Octavia, R., Dayanti, I., & others. (2023). Peran media sosial dalam pengembangan desa wisata religi nangka beurit. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9018–9024.
- Khaira Sihotang, M. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan UMKM Pada BMT Amanah Ray. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1220–1229.
- Mahendra, S., Eka, D., Ayu, S., & Yustina, A. D. (n.d.). *ANALISIS SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM*.
- Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
- Putro, H. P. N., Rusmaniah, R., Jumriani, J., Handy, M. R. N., & Mutiani, M. (2021). Business Development Strategies for Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Kampung Purun. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.20527/iis.v3i1.3991>
- Sasikirana, I. D. V., Dewi, A. S., Khayzuran, Q. A., Firdausy, S. P., & Radianto, D. O. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 166–177.
- Sundari Cisilia. (2019). Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar, Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan*

*Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia*, 555–563.  
Sutrisno Hadi. (1987). *Metodologi Research* ( ndi O. Set (ed.); jilid 1).