



Analisis Penerapan Manajemen dalam UMKM di Era Digital

**Kholilul Kholik^{1*}, Clodia Trisintia Bela², Melisa Avsary Purba³, Yofi Ananda Sitorus⁴,
Lola Karisma⁵, Dea Amelia Putri⁶, Marsella Grasia Hutabarat⁷**

¹⁻⁷Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

*Penulis korespondensi: kholilulkholik@dosen.pancabudi.ac.id¹

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, particularly in job creation and improving community welfare. The rapid development of information technology in the digital era presents both opportunities and challenges for MSMEs in managing their businesses. The implementation of proper management is a crucial factor in improving MSME performance and competitiveness in an increasingly competitive business environment. This study aims to analyze the implementation of management functions, including planning, organizing, actuating, and controlling, in MSMEs in the digital era. The research method used is a descriptive qualitative approach with a literature study, by reviewing various books, scientific journals, and regulations related to management and MSMEs. The results indicate that the implementation of management in MSMEs in the digital era has not been optimal. This can be seen from weak business planning, unclear division of tasks, and simple control systems. However, the use of digital technology such as social media and online marketplaces has had a positive impact on MSME development. With proper management implementation and optimal utilization of digital technology, MSMEs are expected to improve business performance and ensure business sustainability.*

Keywords: *Business Management; Digital Era; Digital Marketing; Management; MSMEs*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan teknologi informasi di era digital memberikan peluang sekaligus tantangan bagi UMKM dalam mengelola usahanya. Penerapan manajemen yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan pada UMKM di era digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, yaitu dengan mengkaji berbagai buku, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan manajemen dan UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan manajemen pada UMKM di era digital masih belum optimal. Hal ini terlihat dari lemahnya perencanaan usaha, pembagian tugas yang belum jelas, serta sistem pengawasan yang masih sederhana. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial dan marketplace memberikan dampak positif terhadap pengembangan UMKM. Dengan penerapan manajemen yang tepat dan pemanfaatan teknologi digital secara optimal, UMKM diharapkan mampu meningkatkan kinerja usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis.

Kata kunci: Era Digital; Manajemen; Pemasaran Digital; Pengelolaan Usaha; UMKM

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian besar masyarakat. Keberadaan UMKM terbukti mampu menopang perekonomian nasional, terutama pada saat terjadi krisis ekonomi, karena karakteristiknya yang fleksibel dan mudah beradaptasi terhadap perubahan kondisi pasar (Tambunan, 2019).

Selain itu, UMKM juga berperan dalam pemerataan pendapatan dan pengurangan tingkat pengangguran. Dengan jumlah pelaku usaha yang tersebar di berbagai daerah, UMKM

menjadi penggerak ekonomi lokal yang berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam pembangunan ekonomi nasional (Widodo, 2018).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha. Era digital ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet, media sosial, dan platform digital dalam berbagai aktivitas ekonomi. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital, seperti pemasaran online, penggunaan marketplace, serta digitalisasi sistem pembayaran dan pencatatan keuangan (Kotler & Keller, 2016).

Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, teknologi digital juga membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, serta memperbaiki komunikasi dengan konsumen. Dengan demikian, digitalisasi dapat menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Porter, 2008; Setiawan, 2021).

Namun, di balik peluang yang besar tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam penerapan manajemen di era digital. Banyak UMKM yang masih dikelola secara tradisional dan belum menerapkan fungsi manajemen secara optimal. Perencanaan usaha sering kali dilakukan tanpa analisis yang matang, pengorganisasian usaha masih bersifat sederhana, serta pengawasan terhadap keuangan dan operasional belum dilakukan secara sistematis (Sutrisno, 2017).

Keterbatasan pengetahuan manajerial dan sumber daya manusia menjadi salah satu faktor utama yang menghambat penerapan manajemen dalam UMKM. Selain itu, rendahnya literasi digital juga menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal. Padahal, penerapan manajemen yang baik dan pemanfaatan teknologi digital secara tepat dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja usaha dan menjaga keberlanjutan bisnis (Laudon et al., 2014).

Di sisi lain, sistem pengawasan dan pencatatan keuangan pada UMKM masih banyak dilakukan secara manual. Kondisi ini berpotensi menimbulkan kesalahan dalam pengambilan keputusan dan menyulitkan pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja usahanya. Oleh karena itu, penerapan sistem informasi manajemen dan sistem informasi akuntansi menjadi kebutuhan penting bagi UMKM di era digital (Mulyadi, 2016).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pemerintah juga menekankan pentingnya pengembangan

UMKM agar mampu bersaing dan berkontribusi secara optimal dalam perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan manajemen UMKM tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi secara nasional (UU RI No. 20 Tahun 2008).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen dalam UMKM di era digital merupakan hal yang sangat penting dan relevan untuk dikaji. Analisis penerapan manajemen diperlukan untuk mengetahui sejauh mana UMKM telah menerapkan fungsi-fungsi manajemen serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan teknologi digital. Dengan demikian, diharapkan hasil analisis ini dapat memberikan gambaran dan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengembangan UMKM di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Sutrisno, 2017; Robbins & Coulter, 2018). Manajemen berperan dalam mengoordinasikan sumber daya manusia, keuangan, dan operasional agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Manajemen juga dipandang sebagai kemampuan untuk mengelola perubahan dan menghadapi tantangan di lingkungan usaha yang dinamis, terutama pada era digital saat ini (Drucker, 2007). Penerapan manajemen yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang tepat dan strategis (Hery, 2017).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu berdasarkan aset dan omzet. UMKM umumnya memiliki struktur organisasi sederhana, modal terbatas, serta sistem pengelolaan yang masih bersifat informal (UU RI No. 20 Tahun 2008).

Meskipun memiliki keterbatasan, UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan berkontribusi besar terhadap pemerataan pendapatan masyarakat (Tambunan, 2019). Oleh karena itu, penguatan manajemen UMKM menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing usaha (Widodo, 2018).

Manajemen UMKM di Era Digital

Manajemen UMKM di era digital menuntut pemanfaatan teknologi informasi dalam setiap fungsi manajemen. Pada tahap perencanaan, pelaku UMKM perlu menyusun rencana usaha yang berbasis analisis kondisi internal dan eksternal (Rangkuti, 2015). Pada tahap pelaksanaan, teknologi digital dimanfaatkan untuk pemasaran, pelayanan konsumen, serta pencatatan keuangan usaha.

Digital marketing menjadi strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas produk dan membangun hubungan dengan konsumen (Alma, 2016). Selain itu, penggunaan sistem informasi manajemen dan aplikasi keuangan membantu UMKM dalam melakukan pengawasan usaha secara lebih efektif dan akurat (Mulyadi, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam penerapan manajemen dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata terkait penerapan fungsi-fungsi manajemen pada UMKM berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2019).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku teks, jurnal ilmiah nasional, peraturan perundang-undangan, serta artikel ilmiah yang membahas UMKM, manajemen, dan digitalisasi usaha. Salah satu dokumen resmi yang digunakan adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (library research), yaitu dengan cara mengumpulkan dan mempelajari berbagai referensi yang berkaitan dengan penerapan manajemen dalam UMKM di era digital. Studi pustaka memungkinkan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang relevan serta membandingkan berbagai pandangan dan hasil penelitian sebelumnya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan cara mengelompokkan dan menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan sesuai dengan fokus penelitian. Data dianalisis berdasarkan fungsi-fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, serta dikaitkan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan UMKM.

Melalui metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai penerapan manajemen dalam UMKM di era digital, termasuk kendala yang dihadapi serta potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis terhadap berbagai literatur, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital masih belum optimal. Sebagian besar UMKM masih dikelola secara sederhana dan tradisional, meskipun telah mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara adopsi teknologi digital dan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang sistematis dalam pengelolaan usaha (Tambunan, 2019).

Pada aspek perencanaan, banyak pelaku UMKM belum memiliki perencanaan usaha yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang. Perencanaan usaha umumnya bersifat informal dan berfokus pada kebutuhan operasional jangka pendek, tanpa didukung oleh visi dan strategi yang jelas. Padahal, perencanaan merupakan fungsi manajemen yang fundamental dalam menentukan arah dan tujuan usaha, khususnya dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis di era digital (Sutrisno, 2017). Ketiadaan perencanaan strategis menyebabkan UMKM kurang mampu mengantisipasi risiko serta memanfaatkan peluang yang muncul dari perkembangan teknologi (Drucker, 2007).

Dari sisi pengorganisasian, UMKM umumnya memiliki struktur organisasi yang sederhana dengan pengelolaan usaha yang terpusat pada pemilik. Pembagian tugas antara pemilik dan tenaga kerja sering kali tidak jelas, sehingga berpotensi menimbulkan beban kerja berlebih dan menurunkan efektivitas operasional. Lemahnya fungsi pengorganisasian juga berdampak pada lambatnya proses pengambilan keputusan serta terbatasnya pengawasan terhadap aktivitas usaha (Robbins, 2018).

Pada aspek pelaksanaan, pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM paling banyak diterapkan pada kegiatan pemasaran. Media sosial dan marketplace digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan karena dinilai lebih efisien dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, pelaksanaan pemasaran digital tersebut umumnya belum dilakukan secara profesional dan berkelanjutan. Kurangnya strategi pemasaran yang terencana menyebabkan konten promosi tidak konsisten dan hasil yang diperoleh belum optimal (Setiawan, 2021).

Selain kegiatan pemasaran, pelaksanaan fungsi operasional lainnya, seperti pencatatan keuangan dan pengelolaan persediaan, masih banyak dilakukan secara manual. Kondisi ini menghambat pelaku UMKM dalam memperoleh informasi keuangan yang akurat sebagai dasar

pengambilan keputusan. Rendahnya pemahaman terhadap sistem informasi akuntansi menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan lemahnya pengelolaan keuangan UMKM (Mulyadi, 2016).

Pada aspek pengawasan, sebagian besar UMKM belum memiliki sistem pengendalian yang terstruktur dan berbasis data. Pengawasan usaha masih dilakukan secara sederhana tanpa dukungan informasi yang memadai, sehingga menyulitkan evaluasi kinerja dan identifikasi permasalahan operasional. Padahal, fungsi pengawasan berperan penting dalam memastikan bahwa kegiatan usaha berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan (Rangkuti, 2015).

Pemanfaatan teknologi digital sebenarnya berpotensi mendukung peningkatan fungsi pengawasan melalui penggunaan aplikasi keuangan dan sistem informasi manajemen. Sistem tersebut memungkinkan pemantauan kinerja usaha secara lebih efektif dan efisien. Namun, keterbatasan literasi digital dan sumber daya manusia masih menjadi kendala utama dalam implementasinya (Laudon, 2014). Meskipun menghadapi berbagai keterbatasan, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang di era digital. Penerapan manajemen yang baik dan didukung oleh pemanfaatan teknologi digital secara tepat terbukti mampu meningkatkan kinerja usaha, efisiensi operasional, serta daya saing UMKM. Dengan strategi yang terencana, UMKM juga memiliki peluang untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan usaha yang semakin ketat di era globalisasi (Porter, 2008).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen UMKM di era digital masih perlu ditingkatkan, terutama pada aspek perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan. Peningkatan kapasitas manajerial serta literasi digital pelaku UMKM menjadi langkah strategis yang perlu dilakukan agar UMKM mampu memanfaatkan peluang digital secara optimal dan berkelanjutan (Tambunan, 2019).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penerapan fungsi-fungsi manajemen pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital masih belum optimal. Meskipun sebagian UMKM telah memanfaatkan teknologi digital, khususnya pada aspek pemasaran, pengelolaan usaha secara keseluruhan masih cenderung bersifat sederhana dan tradisional. Keterbatasan penerapan fungsi perencanaan yang berorientasi jangka panjang, pengorganisasian yang belum terstruktur, serta lemahnya sistem pengawasan, terutama dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan, menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital belum sepenuhnya diimbangi dengan penerapan manajemen yang sistematis dan terintegrasi.

Dari temuan tersebut juga dapat disarankan agar pelaku UMKM meningkatkan penerapan fungsi-fungsi manajemen secara komprehensif, terutama dalam penyusunan perencanaan usaha, pengorganisasian sumber daya, serta penguatan sistem pengawasan keuangan. Pemanfaatan teknologi digital perlu diarahkan tidak hanya sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai alat pendukung pengelolaan operasional dan pengambilan keputusan manajerial. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait menjadi faktor penting melalui penyelenggaraan pelatihan manajemen, peningkatan literasi digital, serta program pendampingan usaha. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data primer dan pendekatan empiris guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan manajemen UMKM di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2016). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. (2017). *Manajemen keuangan*. Grasindo.
- Kotler, P. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2020). Manajemen usaha kecil di era digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 34–44.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2014). *Management information systems: Managing the digital firm* (13th ed.). Pearson Education.
- Mulyadi. (2016). *Sistem akuntansi*. Salemba Empat.
- Munandar, A., & Widodo, S. (2020). Strategi pengembangan UMKM berbasis digital marketing. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(1), 55–66.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Pratama, A. (2019). Strategi pemasaran digital pada UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 67–78.
- Putra, R. A. (2021). Peran inovasi dan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 101–112.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (13th ed.). Pearson Education.
- Sari, D. P. (2020). Pengaruh penerapan manajemen terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 112–123.

- Sari, N. (2020). Digital marketing sebagai strategi pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 201–210.
- Setiawan, R. (2021). Digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(1), 45–56.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilo, Y. S. (2010). Strategi pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(1), 45–58.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2008). *Lembaran Negara Republik Indonesia*. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Widodo, T. (2018). Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 89–102.