



## **Transformasi Digital dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Studi pada UKM di Bandar Lampung**

**Arifa Kurniawan<sup>1\*</sup>, Andika Saputra<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>UIN Raden Intan Lampung

e-mail: <sup>1\*</sup>arifakurniawan@radenintan.ac.id, <sup>2</sup>dikasaputra@radenintan.ac.id

**Abstract:** *Digital transformation has become a crucial factor in improving the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the modern era. By utilizing digital technology, SMEs can accelerate operations, expand market reach, and build closer customer relationships. This research aims to explore how digital transformation contributes to the competitive advantage of SMEs in Bandar Lampung, while identifying the challenges faced in its implementation. The research used a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, observation, and document analysis of 10 SMEs that have adopted digital technology. The results show that digital transformation improves operational efficiency through process automation and better data management. In addition, digital technology expands market access through e-commerce platforms and social media, allowing SMEs to reach customers beyond the local area. Customer relationships are also becoming stronger through responsive communication and technology-driven interactions. However, the study found that the main challenges faced are limited digital literacy among SMEs and the high cost of technology implementation. Thus, support from the government and relevant institutions is needed to facilitate the adoption of digital transformation, particularly through training and technology subsidies.*

**Keywords:** *Digital Transformation, Competitive Advantage, SMEs, Bandar Lampung*

**Abstrak:** Transformasi digital telah menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) di era modern. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UKM dapat mempercepat operasional, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan pelanggan yang lebih erat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana transformasi digital berkontribusi terhadap keunggulan kompetitif UKM di Bandar Lampung, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen terhadap 10 UKM yang telah mengadopsi teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi proses dan pengelolaan data yang lebih baik. Selain itu, teknologi digital memperluas akses pasar melalui platform e-commerce dan media sosial, yang memungkinkan UKM menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal. Hubungan pelanggan juga menjadi lebih kuat melalui komunikasi yang responsif dan interaksi berbasis teknologi. Namun, penelitian ini menemukan bahwa tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UKM serta tingginya biaya implementasi teknologi. Dengan demikian, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk memfasilitasi adopsi transformasi digital, khususnya melalui pelatihan dan subsidi teknologi.

**Kata Kunci:** Transformasi Digital, Seunggulan Kompetitif, UKM, Bandar Lampung

## 1. Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk meningkatkan daya saingnya. Menurut laporan dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi sekitar 61% terhadap produk domestik bruto (PDB). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, kemampuan UKM untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan mereka.

Transformasi digital merujuk pada proses integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek operasional bisnis untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan meningkatkan efisiensi organisasi (Setiawan, 2020). Di Indonesia, adopsi teknologi digital di kalangan UKM telah menunjukkan tren positif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 mencatat bahwa sekitar 30% UKM di Indonesia telah memanfaatkan platform digital untuk aktivitas pemasaran. Namun, persentase ini masih relatif kecil dibandingkan dengan potensi besar yang dimiliki.

Bandar Lampung, sebagai salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat di Provinsi Lampung, memiliki ekosistem UKM yang dinamis. UKM di kota ini bergerak di berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan, dan fashion, yang menjadi penopang ekonomi lokal. Namun, berdasarkan studi awal, sebagian besar pelaku UKM di Bandar Lampung masih menghadapi kendala dalam implementasi teknologi digital. Tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang teknologi, keterbatasan akses terhadap pelatihan, dan biaya investasi yang tinggi menjadi penghambat utama (Widodo, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama: Bagaimana transformasi digital dapat meningkatkan keunggulan kompetitif UKM di Bandar Lampung? Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UKM dalam proses transformasi digital. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi pelaku UKM, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung penguatan daya saing UKM di era digital.

## 2. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini membahas tiga konsep utama: transformasi digital, keunggulan kompetitif, dan hubungan antara keduanya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM).

### 2.1 Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek operasional bisnis, yang mencakup perubahan pada proses kerja, budaya organisasi, dan cara berinteraksi dengan pelanggan. Menurut Vial (2019), transformasi digital melibatkan penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, Internet of Things (IoT), dan platform digital untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan bisnis. Di Indonesia, Setiawan (2020) menyebut bahwa teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mendorong efisiensi operasional dan perluasan akses pasar bagi UKM, khususnya di sektor yang padat persaingan seperti kuliner dan kerajinan.

Adopsi teknologi digital tidak hanya mencakup penggunaan alat, tetapi juga perubahan mindset dan strategi bisnis (Widodo, 2022). Keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia (SDM), dukungan infrastruktur teknologi, dan kebijakan yang mendukung (Widodo, 2022). Penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan literasi digital dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan adopsi teknologi di kalangan UKM (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan kinerja bisnis dan meningkatkan keunggulan kompetitif UKM (Kotler & Keller, 2016). Namun, implementasi transformasi digital juga dapat menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya kemampuan teknis, dan perubahan budaya organisasi (Porter, 2008).

## **2.2 Keunggulan Kompetitif**

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu organisasi untuk menciptakan nilai yang tidak mudah ditiru oleh pesaing, sehingga memberikan keuntungan berkelanjutan. Menurut Porter (1985), keunggulan kompetitif dapat diperoleh melalui dua strategi utama: kepemimpinan biaya (*cost leadership*) dan diferensiasi. Dalam konteks UKM, keunggulan kompetitif sering kali tercermin dalam kemampuan untuk memberikan layanan yang personal, kecepatan merespons kebutuhan pasar, dan inovasi produk (Bharadwaj et al., 2013).

Di Indonesia, UKM memiliki potensi besar untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui pemanfaatan teknologi digital. Sebagai contoh, penggunaan platform e-commerce memungkinkan UKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa perlu biaya tinggi untuk distribusi fisik (Purwanto et al., 2020). Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan melalui interaksi langsung dan kampanye pemasaran yang efektif (Dewi & Suryanto, 2021).

## **2.3 Hubungan Transformasi Digital dan Keunggulan Kompetitif**

Transformasi digital memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing UKM. Vial (2019) menyatakan bahwa teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi proses operasional, mempercepat inovasi produk, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Studi oleh Purwanto et al. (2020) di Indonesia menunjukkan bahwa UKM yang mengadopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 30% dan memperluas akses pasar hingga 40%.

Di sisi lain, penelitian lokal oleh Widodo (2022) menemukan bahwa keberhasilan transformasi digital di UKM sering kali menghadapi tantangan berupa rendahnya literasi digital dan biaya investasi yang tinggi. Oleh karena itu, dukungan eksternal, seperti pelatihan dan subsidi teknologi, menjadi penting untuk memastikan keberlanjutan adopsi digital di kalangan UKM.

Secara keseluruhan, literatur yang ada menunjukkan bahwa transformasi digital adalah salah satu strategi utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif di era digital. Namun, keberhasilannya sangat bergantung pada kesiapan internal UKM dan dukungan eksternal dari pemerintah serta pemangku kepentingan lainnya.

## **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi dampak transformasi digital terhadap keunggulan kompetitif UKM di Bandar Lampung. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan pengalaman, persepsi, dan interaksi langsung dengan pelaku UKM. Metodologi kualitatif juga sesuai untuk menggali isu-isu kompleks yang melibatkan dinamika sosial dan teknologi (Creswell, 2014).

### **3.1 Lokasi dan Subjek Penelitian**

Penelitian dilakukan di Kota Bandar Lampung, yang dikenal sebagai pusat ekonomi dan perdagangan di Provinsi Lampung. Subjek penelitian terdiri dari 10 pelaku UKM di berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan, dan fashion, yang telah mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnisnya. Pemilihan responden menggunakan teknik purposive

sampling, yaitu memilih individu atau kelompok berdasarkan kriteria tertentu, seperti pengalaman dalam mengimplementasikan transformasi digital (Sugiyono, 2019).

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama:

- a) Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pandangan, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi pelaku UKM dalam mengadopsi teknologi digital. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan kerangka teori transformasi digital dan keunggulan kompetitif.
- b) Observasi Partisipatif: Peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas operasional UKM, khususnya dalam penggunaan teknologi digital, seperti platform e-commerce, media sosial, atau aplikasi manajemen bisnis.
- c) Analisis Dokumen: Dokumen yang dianalisis meliputi laporan keuangan, strategi pemasaran digital, serta data yang tersedia di platform digital yang digunakan UKM, seperti statistik kunjungan dan transaksi.

Pendekatan triangulasi data digunakan untuk meningkatkan validitas temuan, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen (Denzin, 2009).

### 3.3 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik, yang melibatkan tiga tahap utama (Braun & Clarke, 2006):

- a) Pengenalan Data: Membaca ulang transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen untuk memahami konteks dan pola yang muncul.
- b) Pengodean: Mengidentifikasi tema atau kategori yang relevan, seperti "efisiensi operasional," "akses pasar," dan "tantangan teknologi."
- c) Penarikan Kesimpulan: Menghubungkan tema-tema tersebut dengan teori dan kerangka penelitian untuk menghasilkan interpretasi yang komprehensif.

### 3.4 Keabsahan dan Keandalan Data

Untuk memastikan keabsahan dan keandalan data, penelitian ini menerapkan teknik sebagai berikut:

- a) Triangulasi Data: Membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi.
- b) Peer Debriefing: Melibatkan rekan peneliti untuk mengkaji ulang temuan dan analisis.
- c) Member Checking: Mengonfirmasi temuan dengan responden untuk memastikan bahwa hasil interpretasi sesuai dengan pengalaman mereka (Creswell, 2014).

## 4. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen terhadap 10 UKM di Bandar Lampung. Temuan utama penelitian ini mencakup tiga aspek: peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, dan penguatan hubungan pelanggan. Namun, penelitian juga mengidentifikasi tantangan signifikan yang dihadapi pelaku UKM dalam transformasi digital.

### 4.1 Transformasi Digital dan Efisiensi Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital telah meningkatkan efisiensi operasional di sebagian besar UKM yang diwawancarai. Pemilik UKM melaporkan bahwa penggunaan teknologi seperti aplikasi manajemen inventori, perangkat lunak akuntansi, dan otomatisasi dalam proses produksi memungkinkan mereka untuk mengurangi waktu pengerjaan dan kesalahan manusia. Misalnya, salah satu pelaku UKM di sektor kuliner menyatakan:

"Dengan menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital, saya dapat menghemat banyak waktu dan mengurangi kesalahan dalam perhitungan laba rugi." (Wawancara, 2024). Efisiensi ini memberikan dampak langsung pada penurunan biaya operasional, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing UKM di pasar lokal.

#### **4.2 Transformasi Digital dan Akses Pasar**

Penerapan teknologi digital juga terbukti memperluas akses pasar UKM di Bandar Lampung. Platform e-commerce dan media sosial menjadi alat utama dalam menjangkau pelanggan baru, baik di tingkat lokal maupun nasional. Salah satu pemilik UKM kerajinan melaporkan peningkatan penjualan hingga 50% setelah aktif memasarkan produknya melalui media sosial. Observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran digital UKM ini menunjukkan adanya peningkatan interaksi pelanggan, yang berkontribusi pada peningkatan visibilitas merek.

#### **4.3 Transformasi Digital dan Hubungan Pelanggan**

Hubungan pelanggan juga menjadi lebih kuat dengan adanya transformasi digital. Media sosial memungkinkan UKM untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih personal, serta menerima umpan balik secara real-time. Seorang pelaku usaha di bidang fashion menyebutkan:

"Saya menggunakan Instagram untuk tidak hanya menjual produk, tetapi juga berinteraksi dengan pelanggan, misalnya dengan menjawab pertanyaan mereka atau mengadakan giveaway." (Wawancara, 2024)

Hubungan yang lebih dekat ini membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif UKM di pasar.

#### **4.4 Tantangan dalam Transformasi Digital**

Meskipun manfaat transformasi digital sudah dirasakan, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang signifikan.

- a) Kurangnya Literasi Digital: Banyak pemilik UKM yang tidak memiliki pengetahuan teknis tentang cara menggunakan perangkat lunak atau platform digital dengan efektif. Hal ini sering kali membuat mereka bergantung pada pihak ketiga, yang meningkatkan biaya operasional.
- b) Biaya Teknologi yang Tinggi: Investasi awal untuk perangkat keras dan perangkat lunak masih dianggap mahal oleh sebagian besar pelaku UKM. Salah satu responden menyatakan bahwa biaya untuk mengadopsi teknologi baru menjadi penghalang utama bagi mereka untuk melakukan transformasi digital secara menyeluruh.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Bharadwaj et al. (2013), yang menekankan bahwa transformasi digital dapat memberikan nilai tambah melalui efisiensi operasional dan hubungan pelanggan yang lebih baik. Namun, tantangan yang ditemukan juga konsisten dengan penelitian Vial (2019), yang menyebutkan bahwa keterbatasan literasi digital dan biaya investasi merupakan hambatan utama dalam transformasi digital.

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku bisnis untuk memberikan pelatihan literasi digital, insentif finansial, serta peningkatan akses terhadap teknologi bagi UKM. Pendekatan ini dapat membantu UKM di Bandar Lampung memaksimalkan potensi transformasi digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mereka.

### **5. Kesimpulan**

Penelitian ini mengkaji implementasi transformasi digital pada UKM di Bandar Lampung serta dampaknya terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

### 5.1 Manfaat Transformasi Digital

Transformasi digital terbukti memberikan dampak positif yang signifikan bagi UKM di Bandar Lampung. Penggunaan teknologi digital seperti aplikasi manajemen bisnis, platform e-commerce, dan media sosial mampu:

- a) Meningkatkan Efisiensi Operasional: Melalui otomatisasi dan pengelolaan data yang lebih baik, UKM dapat mengurangi biaya operasional dan waktu pengerjaan.
- b) Memperluas Akses Pasar: Teknologi digital membuka peluang bagi UKM untuk menjangkau pelanggan baru, baik di tingkat lokal maupun nasional.
- c) Memperkuat Hubungan Pelanggan: Media sosial membantu UKM membangun komunikasi yang lebih efektif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

### 5.2 Tantangan yang Dihadapi

Meskipun memiliki manfaat yang besar, implementasi transformasi digital masih menghadapi kendala, di antaranya:

- a) Kurangnya Literasi Digital: Banyak pemilik UKM yang belum memiliki pemahaman atau keterampilan yang memadai untuk mengelola teknologi digital.
- b) Biaya Teknologi yang Tinggi: Investasi awal dalam perangkat keras dan perangkat lunak masih menjadi penghalang utama bagi banyak UKM.

### 5.3 Rekomendasi untuk Mendukung Transformasi Digital

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan langkah-langkah strategis, seperti:

- a) Pelatihan dan Pendampingan: Pemerintah, akademisi, dan lembaga terkait perlu menyediakan pelatihan literasi digital yang terjangkau dan relevan bagi UKM.
- b) Subsidi atau Insentif Teknologi: Memberikan dukungan finansial bagi UKM untuk mengakses teknologi yang diperlukan.
- c) Peningkatan Infrastruktur Digital: Pemerintah daerah perlu memastikan akses internet yang merata untuk mendukung operasional UKM berbasis teknologi.

Kesimpulannya, transformasi digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UKM di Bandar Lampung. Namun, keberhasilan transformasi ini memerlukan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan akademisi, untuk mengatasi kendala yang ada dan memaksimalkan manfaat yang ditawarkan.

### Daftar Pustaka

- [1] Bharadwaj, A., Sawy, O. A. E., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- [2] Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- [3] Dewi, N. L., & Suryanto, H. (2021). "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UKM." *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 4(1), 15-25.
- [4] Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Tahunan Kinerja UKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- [5] Purwanto, T., et al. (2020). Transformasi Digital dan Daya Saing UKM. *Jurnal Manajemen Strategi*, 12(1), 23-35.
- [6] Setiawan, R. (2020). Peran Teknologi Digital dalam Peningkatan Daya Saing UKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(2), 45-56.
- [7] Vial, G. (2019). Understanding Digital Transformation: A Review and a Research Agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144.
- [8] Widodo, A. (2022). Tantangan Transformasi Digital di Kalangan Pelaku UKM. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 5(1), 12-20.

- [9] Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [10] Denzin, N. K. (2009). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Chicago: Aldine Publishing.
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [12] Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- [13] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.