

MEMBANGUN DAYA TARIK DAN DAYA SAING USAHA MELALUI MAKSIMALISASI TEKNOLOGI BISNIS

Murni Ningsih^{1*}, Oktavianty², Misrah³, Ahmad Farhan⁴, Alamsyah Agit⁵

^{1,2,3,4}Universitas Megarezky, Makassar, Indonesia

⁵Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

Email Korespondensi: murniningsih@gmail.com

ABSTRAK

Kemampuan untuk dapat bersaing dengan berbagai bisnis serupa tentu merupakan suatu hal yang ingin dicapai para pemilik UMKM, untuk sampai pada kemampuan ini pemilik usaha harus terlebih dahulu membangun daya tarik atau nilai tambah pada bisnisnya. Teknologi sebagai salah satu instrumen usaha dinilai dapat mendorong kinerja usaha, serta mampu memaksimalkan penciptaan daya tarik dan daya saing usaha, terkhusus di era modern ini. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap teknologi dan kapabilitasnya untuk membangun daya tarik dan daya saing usaha. Menggunakan metode kualitatif dan pendekatan *systematic literature review*, penelitian menganalisis artikel-artikel penelitian, review, dan konseptual untuk memformulasikan hasil penelitian dengan menggunakan metode berpikir deduktif. Hasil penelitian ini menonjolkan peran teknologi di era modern, banyak dari usaha-usaha ini menggunakan teknologi untuk kegiatan administrasi usaha, dan promosi produk, dan kegiatan-kegiatan operasional lainnya. Melalui penggunaan teknologi yang maksimal dan tepat maka pemilik usaha akan lebih mampu bersaing, dan memiliki daya tarik tersendiri dari popularitas yang diperoleh secara online. Penelitian ini menjelaskan bahwa selain dengan literasi digital yang baik, dibutuhkan peran pemerintah untuk senantiasa memberikan pelatihan dan penyuluhan agar pemilik UMKM bisa memaksimalkan penggunaan teknologi dalam kegiatan operasional usahanya.

Kata Kunci: Daya Saing, Daya Tarik, Promosi, Teknologi

ABSTRACT

The ability to compete with various similar businesses is undoubtedly something that MSME owners want to achieve. To achieve this ability, business owners must first build attractiveness or add value to their business. Technology, as one of the business instruments, is considered to drive business performance. It is able to maximize the creation of attractiveness and competitiveness of businesses, especially in this modern era. This study aims to analyze technology and its capabilities to build the attractiveness and competitiveness of businesses. Using qualitative methods and a systematic literature review approach, the study analyzed Research articles, reviews, and concepts to formulate Research results using deductive thinking methods. The results of this study highlight the role of technology in the modern era; many of these businesses use technology for business administration activities, product promotions, and other operational activities. Through the maximum and appropriate use of technology, business owners will be better able to compete and have their appeal based on the popularity gained online. This study explains that in addition to good digital literacy, the role of government is to continuously provide training and counseling so that MSME owners can maximize the use of technology in their business operational activities.

Keywords: Attractiveness, Competitiveness, Promotion, Technology

PENDAHULUAN

Modernisasi dan perkembangan teknologi mendorong transformasi pada dunia bisnis, pemanfaatan teknologi yang efektif menciptakan nilai lebih pada suatu bisnis terkhusus pada pemilik bisnis yang mampu memaksimalkan teknologi untuk meningkatkan visibilitas bisnis. Persaingan bisnis menjadi semakin ketat dengan adanya gap antara pemilik usaha yang mampu menggunakan teknologi dengan baik, dan pemilik usaha yang memilih untuk tetap beroperasi secara konvensional. Ketimpangan yang terjadi dalam dunia bisnis menuntut para pemilik usaha untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi, mempertimbangkan fungsi teknologi yang berperan sebagai asisten, pemilik usaha memiliki peluang potensial yang besar apabila mampu memaksimalkan teknologi dalam menunjang kinerja usaha mereka (da Costa et.al, 2024). Bukan hanya pada bisnis, perkembangan teknologi juga mengubah orientasi individu dalam menanggapi perkembangan ini, bentuk kontribusi teknologi mengarah pada distribusi informasi yang berguna untuk mengembangkan bisnis. Perubahan pola kerja ini merupakan bentuk peralihan dari kewirausahaan menjadi kewirausahaan digital, yang mengilustrasikan kapabilitas kemampuan wirausaha untuk menggunakan teknologi dalam berbagai kegiatan bisnis seperti promosi, perencanaan, hingga pengambilan keputusan (Farhan et.al, 2024).

Penggunaan teknologi dalam pengelolaan bisnis ditunjukkan untuk memperoleh efektivitas dan efisiensi dalam proses bisnis tersebut. Teknologi dinilai sebagai faktor yang penting dalam menunjang produktivitas, selain dapat menjadi faktor utama, teknologi juga dapat memediasi faktor-faktor lain untuk dapat mempengaruhi, ilustrasi ini dapat dilihat pada bagaimana teknologi meningkatkan visibilitas berbagai tempat wisata yang dampaknya juga dirasakan oleh usaha-usaha yang beroperasi disekitar lokasi wisata tersebut (Agit et.al, 2024). Namun kembali pada hakikat teknologi sebagai media atau peralatan, fungsi yang dimiliki teknologi tidak semata-mata berdampak pada dunia bisnis saja, melainkan pada aspek penting yang menjalankan bisnis-bisnis tersebut yang dalam hal ini adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Kapabilitas yang dimiliki suatu usaha untuk bertransformasi berasal dari keterampilan dan kemampuan, serta adaptabilitas yang dimiliki oleh pemilik usaha (Maimuna et.al, 2024). Ilustrasi ini menjelaskan posisi teknologi yang lebih besar, tidak hanya sebatas peralatan, melainkan sebagai sebuah faktor penunjang yang mengarah pada banyak aspek seperti manajemen, SDM, dan pengembangan inovasi.

Perubahan ini tidak dapat dihindari, telah banyak refleksi empiris yang menunjukkan bahwa teknologi secara perlahan akan menjadi komponen fundamental dalam kegiatan bisnis, terkhusus dalam sektor ekonomi kreatif, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dimulai dari literasi digital, penguasaan terhadap teknologi merupakan tahap awal yang harus ditempuh dalam upaya untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan transformasi bisnis (Oktavianty et.al, 2024). Melalui peningkatan literasi digital seseorang, mereka akan memahami cara kerja teknologi, dan merencanakan teknologi yang tepat untuk digunakan dalam bisnis mereka. Kondisi lain yang menunjukkan dominasi teknologi yang terjadi secara perlahan adalah perubahan pola konsumsi dan preferensi konsumen akan pilihan metode transaksi. Penggunaan transaksi digital, dan metode *cashless* lainnya dinilai lebih praktis, aman, dan akurat, bukan hanya meningkatkan manajemen keuangan pemilik usaha melainkan konsumen juga merasakan efisiensi keuangan dari pencatatan keuangan yang terstruktur (Oktavianty & Agit, 2023; Wahid et.al, 2023). Kegiatan bisnis lainnya yang melibatkan

adanya intervensi teknologi yang intens adalah kegiatan pemasaran, perkembangan teknologi dinilai sebagai era dimana banyak kemudahan yang tercipta. Apabila dahulu kegiatan promosi memakan biaya dan waktu yang banyak, kehadiran teknologi mengurangi biaya promosi secara signifikan dengan adanya media sosial sebagai media promosi. Selain itu, proses pemasaran di era digital juga dinilai mampu menjangkau lebih banyak konsumen dibandingkan TV dan media cetak (Oktavianty et.al, 2022; Novianty & Alamsyah, 2023).

Urgensi teknologi dan inovasinya untuk segera diterapkan dalam kegiatan bisnis dinilai menjadi sebuah jalan untuk mencapai adaptabilitas, dan kinerja bisnis optimal di era digital ini (Agit & Muharram, 2024). Seluruh kapabilitas yang tercipta dengan adanya penggunaan teknologi yang maksimal akan mengarah pada daya tarik, dan daya saing bisnis. Teknologi memiliki berbagai kapabilitas termasuk untuk meningkatkan daya tarik bisnis, daya tarik bisnis merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi perspektif publik terhadap bisnis tersebut, baik dari segi produk maupun pelayanan yang diberikan (Kusyanda & Masdiantini, 2021). Daya tarik bisnis dapat dibangun dengan memaksimalkan fungsi teknologi dalam hal promosi, dan distribusi informasi, namun komponen penting seperti kualitas produk dan layanan merupakan hal krusial yang juga harus dijaga oleh pemilik usaha. Bukan hanya daya tarik, daya saing bisnis juga dinilai penting, daya saing meliputi bagaimana bisnis mampu merespon kebutuhan pasar, dan dinamika harga yang tercipta dari variasi produk komplementer (Nurhayati & Ardianingsih, 2021). Dalam konteks daya saing usaha, teknologi dapat membantu dalam menganalisis tren pasar dan harga, menganalisis preferensi konsumen, serta membantu dalam peningkatan respon konsumen dan pengalaman belanja.

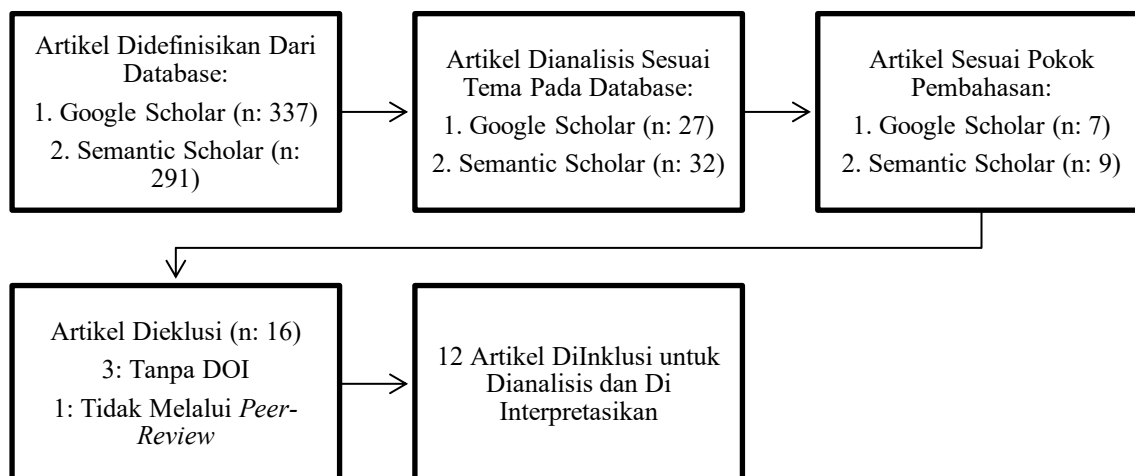
Peran teknologi dinilai sebagai sebuah kondisi yang tidak dapat dipisahkan dari penciptaan daya saing dan daya tarik usaha. Kemampuan teknologi untuk mengexpose bisnis dan membangun reputasi usaha dapat dilakukan melalui analisis data, perencanaan, dan pengambilan keputusan (Yasir et.al, 2022; Dewi & Mahyuni, 2022). Bantuan dalam beberapa kegiatan usaha juga dinilai sebagai kemampuan yang dapat lebih efisien apabila dilakukan dengan bantuan teknologi, proses yang dimaksud berupa kegiatan promosi dan pemasaran, manajemen keuangan, dan peningkatan reputasi usaha, produk, dan jasa, serta membantu dalam manajemen SDM (Perwitasari, 2021; Darmayanti et.al, 2022). Refleksi ini menjelaskan betapa urgennya adaptabilitas pemilik UMKM terhadap perkembangan teknologi, bukan hanya sebagai upaya untuk mengikuti tren, melainkan untuk mengejar ketertinggalan dan untuk terus bersaing dalam sektor perdagangan dan industri.

Berdasarkan akumulasi informasi yang didasarkan pada asumsi teoritis, tinjauan empiris, dan refleksi terhadap fenomena-fenomena yang kini terjadi, penelitian ini berupaya untuk melakukan analisis secara mendalam terhadap peran teknologi dalam penciptaan daya saing dan daya tarik usaha di era digital ini. Penelitian ini akan berupaya untuk menghubungkan teknologi dengan aspek-aspek pada UMKM, dan mengidentifikasi peran fundamental, dan urgensinya untuk segera digunakan secara merata. Selain itu, akan ditonjolkan pula kemudahan-kemudahan, dan keuntungan-keuntungan yang diperoleh pemilik UMKM dengan menggunakan teknologi, serta tantangan apa yang selama ini dihadapi sehingga ada yang masih belum memberanikan diri untuk segera menggunakan teknologi dalam kegiatan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan metode kualitatif, dengan pendekatan *systematic literature review*, dan teknik analisis data berupa *deductive reasoning*. Sebagai bentuk penelitian kepustakaan, penelitian ini menggunakan penelitian empiris sebagai sumber data untuk dianalisis dan merumuskan hasil penelitian. Namun, kriteria dalam memilih sumber empiris tidak dilakukan secara acak, melainkan sesuai dengan relevansi topik yang diteliti, penelitian ini membahas tiga hal penting yakni teknologi, daya tarik usaha, dan daya saing usaha, kombinasi kata kunci ini akan digunakan dalam mencari sumber pustaka. Setelah menentukan topik penelitian dan penentuan kata kunci, terdapat beberapa tahap seleksi yang akan dilakukan untuk mendapatkan hasil yang benar-benar relevan dengan arah dan tujuan penelitian ini.

Terdapat beberapa tahapan-tahapan seleksi sumber pustaka dalam penelitian ini yakni sebagai berikut (1) Artikel diperoleh dari database google scholar, dan semantic scholar; (2) Artikel berbahasa indonesia; (3) Artikel telah melalui *peer-review*; (4) Artikel memiliki DOI; dan (5) Artikel membahas keterkaitan teknologi dan bisnis. Setelah mengumpulkan artikel-artikel yang memenuhi kriteria, analisis data akan dilakukan dengan menggunakan *deductive reasoning* untuk menemukan bentuk implikasi penggunaan teknologi untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing usaha, pembahasan yang dihasilkan akan dibagi pada dua bagian untuk menonjolkan peran teknologi secara spesifik pada daya tarik dan daya saing usaha. Untuk memsimplifikasi alur penelitian ini, berikut adalah *flow diagram* untuk mengilustrasikan proses pengumpulan, seleksi dan analisis data.



Gambar 1. *Flow Diagram* Penelitian (n = Jumlah Artikel)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peranan teknologi diilustrasikan sebagai suatu bentuk implementasi yang seharusnya sudah dirasakan semenjak konseptualisasi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 menggambarkan konsep dimana manusia dan teknologi saling berdampingan dalam proses produksi, beberapa contoh yang dilihat dari kombinasi ini adalah otomatisasi rangkaian bisnis. Serta mengurangi keterlibatan manusia dengan maksud untuk

meningkatkan efisiensi dan efektivitas, mengurangi risiko *human error*, dan mengoptimalkan sistem produksi (Purba et.al, 2021). Dalam proses ini terdapat beberapa hal yang menjadi tantangan sehingga revolusi industri di Indonesia berlansung dengan sedikit lambat, meskipun seharusnya memudahkan proses pendidikan, kenyataannya banyak perusahaan yang tidak mampu bersaing dikarenakan keterbatasan SDM yang merupakan akibat dari kurangnya akses pendidikan, dan tingginya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh teknologi (Tahar et.al, 2022; Dito & Pujiastuti, 2021). Meskipun demikian, kehadiran teknologi juga memberikan keuntungan yang menyeluruh dan memudahkan setiap sektor usaha, salah satunya adalah semakin mudahnya akses terhadap sumber informasi bisnis yang dapat digunakan untuk menyesuaikan strategi usaha, dengan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk beradaptasi dengan perubahan bisnis yang terjadi (Agit et.al, 2023; Nur et.al, 2025).

Hasil penelitian ini memperlihatkan kondisi dimana teknologi mendorong perubahan pada pola konsumsi masyarakat, namun untuk terlaksananya kegiatan ekonomi yang ideal maka peran produsen dalam setiap rangkaian bisnis juga penting. Dengan demikian kemampuan beradaptasi adalah suatu aspek fundamental yang dibutuhkan pemilik usaha dengan perkembangan teknologi yang berlansung dengan cepat. Dua komponen usaha yang dinilai sebagai kunci untuk bertahan adalah daya tarik dan daya saing, terkhusus dengan semakin bervariasinya produk komplementer, dan semakin kuatnya persaingan usaha yang ditandai dengan kehadiran berbagai jenis bisnis online. Penelitian ini menonjolkan peran teknologi pada dua komponen bisnis ini yakni daya tarik usaha dan daya saing usaha, penjabaran akan hasil penelitian ini akan dibagi menjadi dua, sebagai berikut.

Teknologi dan Daya Tarik Usaha

Fungsi teknologi memiliki potensi yang tidak terbatas, tekhusus apabila dapat digunakan secara optimal, ilustrasi ini adalah kondisi yang mengharus pemilik usaha untuk dapat beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, yang dapat dilakukan dengan memaksimalkan internet untuk mengakses berbagai pengetahuan dan informasi yang dapat digunakan dalam meningkatkan kinerja usaha. Berikut adalah gambaran akan kontribusi teknologi terhadap peningkatan daya tarik usaha.

Tabel 1. Kontribusi Teknologi Terhadap Peningkatan Daya Tarik Usaha

Penulis & Tahun Publikasi	Kontribusi Teknologi
Jusman Iskandar et.al (2021)	Pemanfaatan teknologi dalam bentuk sistem informasi, pemanfaatan yang dilaksanakan meliputi maksimalisasi penggunaan media sosial dan <i>marketplace</i> untuk memasarkan produk-produk hasil industri rumah tangga masyarakat di desa Mekarmaju. Hal ini dinilai sebagai langkah penting untuk meningkatkan daya tarik usaha.
Handy Febri Satoto & Fitri Norhabiba (2021)	Teknologi berperan penting dalam proses perencanaan, identifikasi, dan pengambilan keputusan. Teknologi memaksimalkan hasil dari analisis SWOT, terkhusus untuk menganalisis permintaan pasar dan tren harga untuk mengatur strategi pengadaan barang dan penentuan harga sebagai aspek penting dalam peningkatan daya tarik usaha.
Ranu Baskora Aji Putra et.al (2023)	Teknologi digunakan untuk mensurvei, dan mendesain kemasan produk yang menarik dan sedang banyak diminati

Penulis & Tahun Publikasi	Kontribusi Teknologi
	oleh konsumen. Selain itu, penggunaan promosi melalui media sosial mendorong visibilitas usaha, dan memperluas jangkauan pasar yang secara langsung berdampak pada daya tarik usaha tersebut. Kontribusi ini dinilai akan semakin besar apabila didukung dengan ketersediaan modal yang memadai.
Farah Fauzia et.al (2023)	<i>E-Commerce</i> sebagai salah satu bentuk inovasi teknologi merupakan salah satu bentuk upaya pemasaran digital yang banyak dilakukan oleh pemilik usaha. Untuk memaksimalkan upaya ini, pemilik usaha juga menggunakan referensi dan bantuan teknologi untuk membuat konten kreatif dan desain unik yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang mereka jual.
Amelia Anwar et.al (2024)	Teknologi digunakan untuk melakukan pemasaran dan pengembangan produk yang dimulai dengan observasi kebutuhan pasar, serta identifikasi dan tren selera konsumen. Selain itu, teknologi juga digunakan untuk memaksimalkan manajemen usaha dengan adanya pencatatan terstruktur akan semua kegiatan operasional usaha.
Reny Aziatul Pebriani et.al (2024)	Teknologi informasi dinilai sebagai teknologi yang sangat kontributif terhadap daya tarik usaha, terkhusus <i>platform-platform</i> media sosial, dan <i>e-commerce</i> yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas usaha, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan reputasi produk.

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari akumulasi sumber empiris, ditemukan hasil yang menonjolkan peran teknologi dalam meningkatkan daya tarik usaha, dimulai dari kapabilitasnya untuk menciptakan desain produk dan kemasan. Teknologi memegang peran terpenting dengan membantu pemasaran dan promosi produk melalui berbagai media sosial dan *platform e-commerce*. Selain itu, pelatihan-pelatihan yang dilakukan untuk mengatasi kesenjangan literasi digital antar pemilik usaha membuahkan dengan meningkatnya kemampuan pemilik usaha untuk melakukan observasi, tren, dan preferensi konsumen. Meningkatkan kemampuan perencanaan mereka, terkhusus untuk dapat memaksimalkan daya tarik usaha mereka ditengah banyak persaingan usaha yang beroperasi secara *online* dan secara konvensional.

Tantangan yang masih banyak ditemui adalah kurang memadainya literasi digital yang dimiliki masyarakat menyulitkan mereka untuk dapat mengoperasikan dan memaksimalkan potensi yang dimiliki teknologi. Meskipun demikian upaya yang dilakukan pihak swasta dan pemerintah, terkhusus melalui lembaga pendidikan seperti universitas semakin intens untuk mendorong peningkatan literasi digital, dan teknologi masyarakat. Dinilai upaya ini adalah sebuah langkah yang paling efektif untuk meningkatkan kemampuan dan kapabilitas yang dimiliki masyarakat untuk dapat segera beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang kini terjadi dengan semakin cepat.

Teknologi dan Daya Saing Usaha

Teknologi juga memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan kemampuan bisnis untuk bersaing di era digital. Dalam konteks daya saing, diketahui

bahwa saat ini persaingan akan produk semakin besar, proses impor yang sederhana, dan banyaknya industri dalam negeri mendorong terciptanya variasi produk komplementer dengan kualitas bersaing. Dengan berkembangnya variasi produk ini, diasumsi bahwa dibutuhkan strategi lain dalam meningkatkan daya saing usaha, tidak hanya dari produk dan jasa yang ditawarkan tapi terdapat banyak aspek yang dapat ditingkatkan, terkhusus dengan bantuan teknologi, dan informasi yang semakin mudah diakses. Berikut adalah gambaran kontribusi teknologi terhadap peningkatan daya saing usaha di era digital.

Tabel 2. Kontribusi Teknologi Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha

Penulis & Tahun Publikasi	Kontribusi Teknologi
Ni Nyoman Yuni Kariyani & Made Ary Meitriana (2022)	Keberadaan teknologi informasi merupakan bentuk kontribusi dalam meningkatkan kemanfaatan dan efektivitas operasional usaha. Selain meningkatkan produktivitas, mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, teknologi juga mengoptimalkan layanan konsumen dan menciptakan reputasi yang baik.
Dita Widya Ramadhani & Bambang Setiyo Pambudi (2023)	Terdapat beberapa bentuk kontribusi teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha berupa aksesibilitas yang semakin baik, informasi yang cepat dan akurat, pemasaran yang efisien, peningkatan interaktivitas produsen dan konsumen, serta daya saing harga.
Aminatus Sa'adah et.al (2024)	Beberapa bentuk kontribusi yang menonjol dari teknologi terhadap daya saing usaha adalah digitalisasi pemasaran, pembuatan konten visual, pengembangan website, pelatihan dan pendidikan SDM, serta optimalisasi branding dan <i>search engine optimization</i> (SEO).
Valensia Elsa Kurnia et.al (2024)	Kontribusi teknologi dalam meningkatkan daya saing usaha dimulai dengan memaksimalkan internet untuk meningkatkan keterampilan desain pemilik usaha, yang kemudian dimaksimalkan dengan pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk.
Nia Alna Laurina et.al (2024)	Kontribusi teknologi terhadap daya saing usaha diantaranya berupa adopsi <i>e-commerce</i> , pemasaran digital, metode pembayaran digital, dan peningkatan efisiensi operasional usaha.
Shinta J.C Wangke et.al (2024)	Kontribusi teknologi yang dapat diberikan dalam meningkatkan daya saing usaha adalah kapabilitas untuk melakukan analisis data dalam jumlah besar untuk pengambilan keputusan, otomatisasi proses usaha, peningkatan manajemen sumber daya, dan penerapan <i>Internet of Things</i> (IoT)

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Berdasarkan akumulasi informasi dari tabel 2, sumber empiris yang digunakan menonjolkan kontribusi teknologi dalam mendukung peningkatan usaha melalui berbagai fungsinya seperti penggunaan *internet of things* (IoT), memaksimalkan implementasi SEO, dan meningkatkan produktivitas usaha dengan otomatisasi rangkaian operasional usaha. Tidak hanya itu, banyak dari pemilik usaha sudah mampu menggunakan internet

untuk membuat konten kreatif, atau mendesain kemasan produk yang menarik, maksimalisasi ini kemudian didorong oleh penggunaan metode pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk, dan jangkauan pasar. Dijelaskan pula bahwa banyak usaha yang tidak mampu bersaing akibat kurangnya fasilitas yang memadai, kehadiran teknologi mengurangi kesenjangan ini, meskipun tidak secara instan, namun akses internet yang semakin merata menciptakan kondisi infrastruktur digital yang semakin mendukung transformasi bisnis menjadi bisnis digital.

Sebagaimana teknologi membutuhkan literasi digital dan teknologi yang baik, infrastruktur yang semakin membaik merupakan salah satu aspek yang harus dipercepat pembangunannya untuk menunjang pengurangan kesenjangan teknologi pada berbagai wilayah. Upaya pihak-pihak swasta dan pemerintah dalam memberikan edukasi akan pemanfaatan teknologi tidak dapat maksimal kecuali didukung oleh infrastruktur yang memadai, sehingga dibutuhkan adanya peran penting pemerintah dalam mempercepat pemerataan infrastruktur digital, dan dukungan yang semakin besar dalam meningkatkan keterlibatan akademisi, dan praktisi dalam memberikan edukasi untuk memaksimalkan kemampuan pemilik usaha dalam menggunakan teknologi untuk menunjang penciptaan daya saing usaha, dan meningkatkan kinerja usaha secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Setelah dilaksanakannya penelitian ini ditemukan hasil yang menyatakan bahwa kontribusi teknologi terhadap daya tarik dan daya saing usaha banyak menonjol pada kegiatan operasional usaha seperti efisiensi dan efektivitas produksi, peningkatan kinerja promosi dan pemasaran, serta penggunaan otomatisasi yang memungkinkan peningkatan produktivitas usaha secara menyeluruh. Pemilik usaha dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik usaha dengan meningkatkan visibilitas, usaha dan produk yang ditawarkan. Dibalik kontribusi teknologi yang besar, kendala yang masih sering ditemui adalah kurang mumpuninya literasi digital dan teknologi masyarakat, dan pemerataan infrastruktur digital yang belum tercapai. Namun upaya yang dilakukan pihak-pihak akademisi, dan praktisi swasta dan pemerintah mendorong pengurangan akan kesenjangan literasi digital, dan teknologi pemilik usaha, yang dinilai akan lebih maksimal apabila segera didukung dengan adanya infrastruktur digital yang mumpuni.

DAFTAR PUSTAKA

- Agit, A., & Muharram, S. (2024, December). Urgensi Integrasi Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Adaptabilitas dan Kinerja Bisnis di Era Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta* (Vol. 2, pp. 1506-1519).
- Agit, A., Julyana, S. A., & Ma'Ruf, B. (2023). Tinjauan literatur pada pengaruh literasi digital terhadap perkembangan bisnis online di era digital. In *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta* (Vol. 1, pp. 624-634).
- Agit, A., Wanner, P. J., Muharram, S., & Oktaviany, O. (2024). The interconnection between technology and economic through tourism sectors. *Indonesian Tourism Journal*, 1(1), 46-58.
- Anwar, A., Yulistina, Y., Kumalasari, N., & Herlambang, D. (2024). Pendampingan Manajemen Usaha Industri Rumahan Pada Produk Rengginang Kota Metro. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 4574-4578.
- da Costa, A., IImy, N., & Agit, A. (2024, December). Technology in Digital Economy: How Effective Technology Enhance Sectoral Contributions in Indonesia?. In *IECON*:

- International Economics and Business Conference* (Vol. 2, No. 2, pp. 1352-1362).
- Darmayanti, E. F., Thresia, F., Anggoro, D., Rahayu, S. R., & Kurniawan, A. (2022). Pendampingan Membatik dan Digitalisasi Marketing dalam Upaya Peningkatan dan Pengembangan Daya Tarik Wisata Di Desa Banjarrejo. *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 293-299.
- Dewi, N. P. A. W. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Optimalisasi internet marketing untuk peningkatan daya saing usaha mikro handicraft di Desa Sebatu. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 6(2), 324-334.
- Dito, S. B., & Pujiastuti, H. (2021). Dampak revolusi industri 4.0 pada sektor pendidikan: kajian literatur mengenai digital learning pada pendidikan dasar dan menengah. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains*, 4(2), 59-65.
- Farhan, A., & Agit, A. (2024, November). Digital Entrepreneurship Urgency in The Digital Economic Era: Why Entrepreneurs Should Adapt to Ever-Changing Technologies?. In *Proceeding ICAMEKA: International Conference Accounting, Management & Economics Uniska* (Vol. 1, pp. 593-605).
- Fauzia, F., Kamil, M. I., Savitri, M. D., Dhiya, S., Suherman, M., Ratnasari, Y., Malik, L. A., Fadzin, A. G. M., Wibowo, L. K., Sinabutar, K. V., Iqbal, M., Sari, D. A., Hasyim, M., & Sukanta, S. (2023). Strategi usaha mikro kecil menengah (UMKM) kuliner lokal dalam menghadapi kompetisi global. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(8), 2977-2985.
- Iskandar, J., Sakti, F. T., Azzahra, N., & Nabila, N. (2021). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa. *Jurnal Dialektika: Jurnal Ilmu Sosial*, 19(2), 1-11.
- Kariyani, N. N. Y., & Meitriana, M. A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal dan Teknologi Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 1-11.
- Kurnia, V. E., Aurelia, E. M., Desniari, N. G. P. S., Cen, S. C., & Nastiti, P. (2024). Optimalisasi Teknologi Informasi untuk Peningkatan Penjualan dan Daya Saing pada UMKM Alkabes. *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*, 3(1), 50-62.
- Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2021). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 90-99.
- Laurina, N. A., Swastuti, E., Nurchayati, N., & Yunita, L. E. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Branding Dan Inovasi Digital. *Dedikasi Sains dan Teknologi*, 4 (1), 7–15.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024, October). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial* (Vol. 1, No. 1, pp. 187-198).
- Novianti, D., & Alamsyah, A. (2023). Improving Sales Rate Through Social Media Marketing Strategy for Small Business. *ANALISIS*, 13(1), 167-180.
- Nur, N., Agit, A., & Abbas, S. A. (2025). Pengaruh Aspek Sumber Daya Manusia Terhadap Tingkat Pengangguran Pada Wilayah Ajatappareng Provinsi Sulawesi Selatan. *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 8(1), 1-14.
- Nurhayati, S., & Ardianingsih, A. (2021). Analisis digitalisasi pemasaran berbasis sosial media untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pekalongan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 66-74.
- Oktavianty, O., & Agit, A. (2023). Penerapan Penggunaan E-Payment Sebagai Upaya Peningkatan Adaptabilitas UMKM Terhadap Transformasi Digital. *Dedikasi PKM*, 4(2), 232-243.
- Oktavianty, O., Agit, A., & Nur, N. (2024). Studi Reflektif Terhadap Kapabilitas Literasi Digital Dalam Menunjang Kinerja Bisnis di Era Digital. *JURNAL EKUIVALENSI*, 10(2), 294-308.

- Oktavianity, O., Wahid, W., Farhan, A., & Alamsyah, A. (2022). Impact Of E-Marketing In Supporting MSMEs After Covid-19 Pandemic. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(04), 1-7.
- Pebriani, R. A., Yustini, T., & Syafitri, L. (2024). Optimasi media sosial dan desain kemasan produk sebagai pendorong pertumbuhan usaha di Desa Kemang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1128-1135.
- Perwitasari, D. A. (2021). Branding produk label kemasan sebagai upaya pengembangan daya tarik pemasaran pada Umkm Rengginang di Kelurahan Pakistaji Wonoasih Kota Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(1), 34-38.
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti, N. (2021). Revolusi industri 4.0: Peran teknologi dalam eksistensi penguasaan bisnis dan implementasinya. *Jurnal perilaku dan strategi bisnis*, 9(2), 91-98.
- Putra, R. B. A., Fadhilurrohman, A., Hikmatika, N. I., Safitri, A. D., & Mulyawati, I. (2023). Digitalisasi Potensi Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Di Desa Beku. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(3), 285-292.
- Ramadhani, D. W., & Pambudi, B. S. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Peningkatan Daya Saing. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(6).
- Sa'adah, A., Permadi, D. F. H., & Zen, B. P. (2024). Penerapan Digitalisasi Dan Teknologi Branding Untuk Meningkatkan Potensi Wisata Dan Daya Saing UMKM. *Dedikasi Sains dan Teknologi*, 4(2), 65-71.
- Satoto, H. F., & Norhabiba, F. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matriks. *Jurnal Tiarsie*, 18(4), 109-114.
- Tahar, A., Setiadi, P. B., Rahayu, S., Stie, M. M., & Surabaya, M. (2022). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 menuju era society 5.0. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 12380-12394.
- Wahid, W., Agit, A., & Eka Ramadhani, S. (2023). Peran Dompot Digital dalam Meningkatkan Kualitas Keuangan UMKM Menuju Era Society 5.0. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 26-34.
- Wangke, S. J., Gunawan, E. M., & Saerang, R. T. (2024). Kajian Pengembangan Teknologi Sistem Pengendalian Manajemen Usaha Kecil Berbasis Pangan dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing UKM. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 15(7).
- Yasir, J. R., Ilham, I., & Padli, K. (2022). Pengaruh modal, digitalisasi informasi dan kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(1), 23-36.