

# AKTIVASI GEN-Z TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM MELALUI DIGITALISASI

## Studi Kasus di Wilayah Kapanewon Moyudan

Ahmad Thoriq Akhsan Ramdhani\*, Agung Rashif Madani

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

\*20102030022@student.uin-suka.ac.id

*Abstract - Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the national economic growth, contributing significantly to the Gross Domestic Product (GDP) and employment. However, access to financial resources and markets remains a challenge for MSMEs, especially those operating in the Moyudan Subdistrict. This research aims to analyze the role of Generation Z in addressing these challenges through the digitalization of MSMEs. This study is a qualitative descriptive research that involves observations and the collection of primary and secondary data. The research findings reveal that Generation Z plays an innovative role in the development of MSMEs through digitalization. Through digital transformation, MSMEs can enhance their visibility and efficiency through e-commerce platforms and online promotions. This digital transformation is supported by the high internet penetration and social media usage in Indonesia. The government also plays a role in developing digital skills among Generation Z through various programs. Digitally savvy Generation Z individuals can actively contribute to the growth of MSMEs, as seen in the success of the "KKN Konversi" event in marketing Moyudan's MSME products. As seen in the results of this research, the role of Generation Z can be a hope for the progress of MSMEs in the Moyudan Subdistrict region.*

**Keyword:** *Development of MSMEs, Generation Z activation, marketing digitalization.*

*Abstrak - Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam pertumbuhan ekonomi nasional, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, akses terhadap sumber daya finansial dan pasar menjadi tantangan bagi UMKM, khususnya yang beroperasi di wilayah Kapanewon Moyudan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Generasi Z dalam mengatasi tantangan ini melalui digitalisasi UMKM. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang melibatkan observasi dan pengumpulan data primer dan sekunder. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Generasi Z memiliki peran inovatif dalam mengembangkan UMKM melalui digitalisasi. Melalui transformasi digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan efisiensi melalui platform perdagangan elektronik dan promosi online. Transformasi digital ini didukung oleh tingginya penetrasi internet dan media sosial di Indonesia. Pemerintah juga berperan dalam pengembangan keterampilan digital Generasi Z melalui berbagai program. Generasi Z yang terampil secara digital mampu mengambil peran aktif dalam mengembangkan UMKM, seperti yang terlihat dari suksesnya acara KKN Konversi dalam memasarkan produk-produk UMKM dari Moyudan. Seperti yang terlihat dalam hasil penelitian ini, bahwa peran gen Z bisa menjadi harapan untuk kemajuan UMKM di wilayah Kapanewon Moyudan.*

**Kata kunci:** *aktivasi Generasi Z, digitalisasi pemasaran, pengembangan UMKM*



## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi negara dan merupakan komponen integral dari perekonomian nasional (Windusancono, 2021). Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,97%, setara dengan nilai Rp 8.500 triliun. Lebih lanjut, UMKM juga berperan dalam menyerap tenaga kerja dengan presentase mencapai 97% dari total tenaga kerja, sambil berhasil mengumpulkan sekitar 60,4% dari total investasi yang ada. Namun, dari sisi kredit, nilai yang diserap oleh UMKM hanya sekitar Rp 1 triliun pada tahun 2018, seperti dilaporkan oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada tahun 2021 (Wardiningsih, 2022). Tetapi perlu ditegaskan bahwa sebagian besar UMKM beroperasi dalam sektor informal, hal ini mengakibatkan mereka menghadapi tantangan dalam mengakses sumber daya finansial dan memasarkan produk mereka.

Tantangan-tantangan tersebut juga turut dirasakan UMKM yang beroperasi di wilayah Kapanewon Moyudan di kabupaten Sleman. Walaupun telah menjadi bagian dari forum organisasi UMKM di wilayah tersebut, UMKM-UMKM ini tetap menghadapi berbagai kerentanan dalam menjalankan usaha mereka, seperti pemasaran melalui platform digital. Mayoritas pelaku usaha ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki tingkat literasi digital yang rendah, hal ini dibuktikan dengan data statistik yang menunjukkan bahwa lebih dari setengah populasi perempuan di Kabupaten Sleman memiliki tingkat literasi digital yang rendah (slemankab, 2022). Sejak awal tahun 2008, Forkom UMKM Kapanewon Moyudan telah terdiri dari 120 anggota yang beroperasi dalam berbagai sektor usaha. Secara umum, bisnis-bisnis ini berfokus pada industri makanan dan minuman, kerajinan, fashion, jasa industri, dan bidang-bidang lainnya (Aji et al, 2022).

Maka dari itu, diperlukan adanya kiat-kiat untuk menghadapi tantangan berupa kesulitan pemasaran tersebut dengan pengembangan UMKM yang berimbang pada pertumbuhan ekonomi suatu daerah mendatang, terutama di wilayah kapanewon moyudan. Dalam proses pertumbuhan ekonomi, kontribusi dari berbagai pihak yang terlibat menjadi sangat penting (Suparmoko, 2020). Para pemangku kepentingan, termasuk Pemerintah, sektor swasta, partai dan kelompok politik, lembaga pendidikan dan akademisi, serta penelitian, militer atau instansi keamanan nasional, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM), semuanya memiliki peran yang berbeda-beda. Peran yang dimainkan oleh berbagai pihak ini meliputi fungsi sebagai pengembang, koordinator, pendorong, serta fasilitator dalam upaya memajukan pembangunan ekonomi (A Bernadin et al, 2021)

Ada beberapa kebijakan pemerintah yang harus disorot guna mengembangkan UMKM kedepannya, yaitu memprioritaskan jaminan sosial di bidang kesehatan, penelaahan ulang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) (Soemartini, 2020). Didorong juga dengan kebijakan fiskal dari pemerintah berupa mengubah batasan defisit anggaran 3% dari PDB, dan mengalokasikan ulang APBN pada sektor yang sangat berpengaruh pada perekonomian makro seperti pada sektor kesehatan, keamanan sosial, insentif pajak dan stimulus UMKM. Dalam kasus ini, UMKM harus

bisa bertransformasi dinamis dengan teknologi digitalisasi yang menjadikan perluasan target pasar sebagai objek utamanya (Darmastuti et al, 2021).

Generasi Z, yang merupakan generasi pasca millennial, menawarkan suatu inovasi pemasaran yang lebih efektif. Dalam melihat tren bisnis saat ini, banyak usaha wirausaha yang memulai langkahnya dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran produk mereka (Amalia & Sagita, 2019). Pemasaran digital telah menjadi suatu pendekatan baru yang memiliki peran dan kualitas yang sangat efektif dalam mengenalkan produk. Diharapkan dari adanya inovasi tersebut generasi muda bisa menjadi tonggak berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup Bersama (Rahmawati et al, 2023). Karena masa depan sangat bergantung pada kesuksesan generasi muda dalam merencanakan serta membentuk jalan kehidupan berikutnya.

## B. METODE

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana peran Generasi Z dalam pengembangan UMKM di wilayah Kapanewon Moyudan. Penelitian deskriptif ini menggambarkan secara rinci bagaimana Gen Z terlibat dalam upaya mengembangkan UMKM di area tersebut. Lebih lanjut, penelitian ini fokus pada aspek deskripsi, yaitu menggambarkan berbagai masalah, perilaku, pandangan, dan proses yang terjadi dalam masyarakat terkait fenomena ini. Dalam penelitian jenis ini, data dan fakta dikumpulkan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik, tanpa melibatkan pengujian hipotesis (Nawangsari, 2017)

Dalam rangka mendapatkan pemahaman yang akurat mengenai objek penelitian, dilakukan proses observasi terhadap subjek penelitian, yang melibatkan individu yang menjalankan UMKM di wilayah Kapanewon Moyudan. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan meliputi data Primer dan sekunder. Data Primer merujuk pada informasi yang diperoleh melalui survei lapangan yang dilakukan langsung pada subjek penelitian, dengan menerapkan berbagai metode pengumpulan data yang relevan (Suandi & Susilo, 2011). Selanjutnya, dalam mencari data sekunder, peneliti melakukan studi literatur dengan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, publikasi media massa, dan berita yang relevan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gagasan Gen Z Melalui Digitalisasi UMKM

Dari konteks permasalahan yang telah disajikan, selain peran pemerintah dan masyarakat, muncul gagasan inovatif dari Generasi Z, kelompok yang lahir sekitar tahun 2000-an, untuk mengambil peran dalam mengembangkan UMKM secara unik. Seiring dengan kemajuan waktu, muncul kesadaran bahwa digitalisasi dapat menjadi solusi efektif dalam mengatasi kesulitan pemasaran yang dihadapi. Konsep digitalisasi ini merangkum upaya untuk meningkatkan visibilitas usaha, baik melalui promosi maupun platform perdagangan elektronik (Setiyani et al, 2022).

Era transformasi digital membuat seluruh negara termasuk Indonesia mempersiapkan banyak hal, terutama dalam sektor ekonomi digital. Dalam mewujudkan transformasi digital,

beberapa faktor pendukung perlu dikembangkan, yaitu kelincahan kepemimpinan, fleksibilitas strategis (Fachrunnisa et al., 2020), dan kewirausahaan (Steininger, 2019; Ghezzi & Cavallo, 2020; Cavallo et al., 2019). Salah satu pengembangan yang dilakukan berfokus pada keterampilan digital Generasi Z atau Gen Z. Pemerintah mengupayakan pengembangan keterampilan dengan berbagai program, seperti *National Digital Literacy Drive*, *Digital Talent Scholarship*, dan *Digital Leadership Academy*. Akan tetapi dalam menghadapi resesi diperlukan koordinasi dan sinergi dengan semua pihak.

Berdasarkan informasi dari *wearesocial*, pada bulan Januari tahun 2023, jumlah individu yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 213 juta, yang setara dengan tingkat penetrasi sebesar 77% dari total populasi sekitar 276,4 juta. Lebih lanjut, jumlah pengguna internet tercatat sebanyak 202 juta. Sementara dalam kurun waktu satu dekade terakhir, tren pengguna internet di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Jumlah pengguna internet di dalam negeri meningkat sebanyak 142,5 juta orang dari angka 70,5 juta pada Januari 2013. Tingginya tingkat adopsi internet ini dipicu oleh perkembangan infrastruktur serta ketersediaan *smartphone* yang semakin mudah diperoleh oleh masyarakat (*Wearesocial*, 2023).

Keberadaan UMKM yang tercatat di Indonesia sebanyak 59 juta memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kedepannya apabila berhasil menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang dinamis (Rizal et al, 2018). Oleh karena itu, UMKM harus melakukan transformasi teknologi digital agar dapat menawarkan layanan melalui jaringan yang luas, cepat, efisien dan efektif. Upaya pemerintah dalam mengembangkan keterampilan digital Gen Z diharapkan mampu memberikan dampak positif pada digitalisasi UMKM. Pemerintah berharap Gen Z mampu mengembangkan keterampilan digitalnya dengan ikut berkontribusi sebagai pencipta lapangan pekerjaan.

### Peran Gen Z pada Peningkatan Ekonomi Nasional

Pada peningkatan ekonomi nasional, Gen Z memainkan peran penting sebagai agen kontrol sosial. Ada tiga ciri utama guna memajukan ekonomi pada Gen Z. yaitu;

1. *Connected*

Sebagai agen kontrol sosial, mengharuskan Gen Z mampu bersosialisasi baik di dunia maya maupun di dunia nyata.

2. *Creative*

Kualitas manusia di era serba digital dibedakan menjadi empat tingkatan; *a grow one, be better one, be the best one, and an excellent one*. Pada bonus demografi, era *the borderless* manusia tingkatan *be the best one and an excellent one* berevolusi yang ditandai dengan munculnya ide-ide dan gagasan baru sebagai generasi *pioneer*.

3. *Confidence*

Sebagai *iron of stock* (generasi selanjutnya) Gen Z memiliki kepercayaan diri dan keberanian dalam mengemukakan pendapat dan memberikan ruang aspirasi kepada semua pihak untuk kepentingan bersama. Baginya tidak ada tindakan stagnasi yang hanya akan merugikan banyak pihak (Riniwati, 2016).

Berdasarkan hal tersebut, mengharuskan Gen Z untuk menjadi pelaku pasar digital yang dinamis dan pencipta lapangan pekerjaan sebagai pengembangan UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku UMKM dari Gen Z yang saat ini berstatus mahasiswi di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dirinya memiliki bisnis UMKM tanaman hias dengan omset perbulan 60-120 juta. Ketika pandemi COVID 19 melanda dan menyebabkan tergerusnya banyak UMKM karena lumpuhnya nilai ekonomi, justru pada bisnis UMKM tanaman hias ini berdampak sebaliknya, permintaan pemesanan semakin tinggi baik dalam negeri maupun luar negeri. Artinya, salah satu Gen Z ini telah mempersiapkan pengembangan UMKM dengan terus mengembangkan dinamisasi pasar digital.

Keberhasilan peran Generasi Z dalam hal ini menjadi nyata ketika acara KKN Konversi tahun 2023 dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhasil mencapai kesuksesan dalam memasarkan berbagai produk UMKM yang berasal dari Moyudan. Penjualan yang dilakukan oleh KKN Konvesi UIN Sunan Kalijaga memenuhi target pemasaran produk dengan barang yang dijual hampir habis dipasarkan. Penjualan dilakukan secara *offline* saat ada event maupun secara online melalui sistem *open pre-order*. Dalam konteks ini, Generasi Z berhasil membuktikan kontribusi positif mereka dengan mengambil peran aktif dalam mempromosikan dan mengenalkan produk-produk UMKM kepada masyarakat lebih luas. Hasil dari upaya ini menjadi gambaran konkret bagaimana generasi muda mampu memberikan dampak nyata dalam mendukung pertumbuhan dan eksposur usaha mikro, kecil, dan menengah serta memperkuat keterlibatan mereka dalam memajukan perekonomian lokal.

Kegiatan tersebut akan lebih bermanfaat lagi jika pemerintah ikut andil peran dalam mendukung kelanjutan program. Salah satunya adalah dengan memfasilitasi dan mendorong generasi muda untuk terus mengembangkan kreativitas dan inovasi mereka. Hal ini bisa dilakukan melalui penyediaan program ekspresif yang memungkinkan mereka untuk menyalurkan ide dan gagasan kreatif yang dimiliki. Kemudian, gagasan-gagasan tersebut perlu didokumentasikan dan diberikan hak paten agar bisa diadopsi dan diterapkan di berbagai daerah di Indonesia. Langkah ini juga berkontribusi pada kemajuan ekonomi nasional Indonesia.

Sebagai bagian dari upaya mendukung pertumbuhan kewirausahaan Generasi-Z, pemerintah memiliki peran penting dalam mengembangkan keterampilan dan memberikan pendampingan kepada UMKM yang baru berdiri. Dalam konteks ini, pemerintah bertindak sebagai fasilitator yang memberikan dukungan aktif untuk membangun keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM muda. Dengan cara ini, generasi muda dapat lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di dunia kewirausahaan, sambil berkontribusi pada pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Penting bagi masyarakat untuk mendukung perekonomian lokal dengan berbelanja di pasar-pasar lokal serta memilih produk-produk yang berasal dari wilayah sekitar. Melalui tindakan ini, masyarakat dapat ikut serta dalam menjaga ketahanan ekonomi nasional, sambil membantu dalam menjaga stabilitas harga dan mengendalikan potensi inflasi. Dukungan terhadap produk-produk

lokal tidak hanya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memiliki pengaruh yang lebih luas pada ekonomi nasional secara keseluruhan.

#### D. PENUTUP

Peran yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat di era 5.0 ini juga merupakan peluang bagi Gen Z saat ini dengan membangun UMKM berbasis digital sangat besar. Digitalisasi memberikan akses tak terbatas bagi entrepreneur untuk membangun bisnisnya, dengan terbangunnya banyak UMKM berbasis digital, perekonomian Indonesia akan terbangun bahkan dalam tekanan resesi sekalipun. Peran Gen Z dalam menopang pembangunan ekonomi berbasis digital sangat krusial, keterampilan dan durasi penggunaan digital mereka yang banyak membuat mereka mereka terampil dalam memanfaatkan produk digital.

Maka dari itu, sebaiknya diadakan lebih banyak ruang berekspresi dalam literasi digital bagi Gen Z. Disamping guna memperkuat ekonomi, kegiatan ini juga berguna untuk peningkatan kemampuan generasi-generasi penerus bangsa. Pembangunan literasi Gen Z bisa jadi merupakan keterampilan yang sangat dibutuhkan mereka di masa mendatang dalam rangka berpartisipasi membangun bangsa Indonesia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A Bernadin Dwi M, M. M., Ruth Bunga Wadu, and S. E. Anita Nopiyanti. *Daya Dukung Penta Helix terhadap Kinerja Manajemen UMKM Di Serang Banten*. Deepublish, 2021.
- Aji, Taufiq, et al. "Rancang Bangun Modul Rak Portabel Untuk Pajang Pameran: Studi Kasus Kelompok Usaha UMKM Kapanewon Moyudan, Sleman." *Jurnal Bakti Saintek: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi* 6.1 (2022): 1-6.
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh influencer social media terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z di kota surabaya. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51-59.
- Cavallo, A., Ghezzi, A., Dell'Era, C., & Pellizzoni, E. (2019). Membina kewirausahaan digital dari startup ke scaleup: Peran dana modal ventura dan kelompok malaikat. *Peramalan Teknologi dan Perubahan Sosial*, 145(2), 24–35. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.04.022>
- Darmastuti, S., Juned, M., Susanto, F. A., & Al-Husin, R. N. (2021). COVID-19 dan Kebijakan dalam Menyikapi Resesi Ekonomi: Studi Kasus Indonesia, Filipina, dan Singapura. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 70-86.
- Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Ab Majid, MN, & Lukman, N. (2020). Menuju transformasi digital UKM: Peran kepemimpinan yang gesit dan fleksibilitas strategis. *Jurnal Strategi Usaha Kecil*, 30(3), 65–85. <https://libjournals.mtsu.edu/index.php/jsbs/article/view/1610>
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Inovasi model bisnis yang gesit dalam kewirausahaan digital: pendekatan Lean startup. *Jurnal Riset Bisnis*, 110, 519–537. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.013>
- Nawangsari, Ertien Rining. "Analisis Program Pemberdayaan Masyarakat Pada Usaha Menengah Kecil Dan Mikro (UMKM)(Studi di UMKM Pengrajin Batik Kampoeng Jetis dan Pengrajin Koperasi Intako Tanggulangin Sidoarjo)." *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* 1.1 (2016): 12-16.

- Rahmawati, E., Wardhanie, A. P., Wulandari, S. H. E., & Effendi, P. M. (2023). Pelatihan Perancangan Prototype Aplikasi Pemasaran untuk Mendukung Keikutsertaan Gen Z pada Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI). *Jurnal Abdi Insani*, 10(2), 1002-1011.
- Riniwati, Harsuko. *Manajemen sumberdaya manusia: Aktivitas utama dan pengembangan SDM*. Universitas Brawijaya Press, 2016.
- Rizal, Muhamad, Erna Maulina, and Nenden Kostini. "Fintech sebagai salah satu solusi pembiayaan bagi UMKM." *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan* 3.2 (2018): 89-100.
- Setiyani, Asri, Tri Yuliyanti, and Dida Rahmadanik. "Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo." *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1.3 (2022): 425-433.
- Sleman, P. K. (2022). Mengukur Tingkat Literasi Digital Masyarakat Kabupaten Sleman.
- Soemartini, S. (2020, December). Resesi Perekonomian Indonesia dan Globalisasi Dampak dari Covid 19. In *Prosiding Seminar Nasional Statistika| Departemen Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran* (Vol. 9, pp. 31-31).
- Steininger, DM (2019). Menghubungkan sistem informasi dan kewirausahaan: Tinjauan dan agenda untuk penelitian kewirausahaan terkait TI dan digital. *Jurnal Sistem Informasi*, 29(2), 363–407. <https://doi.org/10.1111/isj.12206>
- Suandi, E., & Susilo, Y. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta \*. 12, 45–55.
- Suparmoko, M. (2020). Konsep pembangunan berkelanjutan dalam perencanaan pembangunan nasional dan regional. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 9(1), 39-50.
- Wardiningsih, R. (2022). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kecamatan Pujut. *Yasin*, 2(3), 383-392.
- Wearesocial, hootsuite. (2023). Digital in 2023 Indonesia: The Essential Guide to The Latest Connected Behaviours. wearesocial.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia. *Mimbar administrasi*, 18(1), 01-14.

Halaman ini sengaja dikosongkan