

**KAJIAN LITERATUR PELUANG DAN TANTANGAN BISNIS KECIL DALAM
PERSPEKTIF ENTREPRENEUSHIP**

**Achmad Fauzi¹, Ferida Rahmawati², Deva Nela Reditha³,
Jihan Nayla Atikah⁴, Abdi Cahya Subekti⁵**

Universitas Islam Negeri KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email : achmad.fauzi24178@mhs.uingusdur.ac.id,
ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id,
deva.nela.reditha24196@mhs.uingusdur.ac.id,
jihan.nayla.atikah24189@mhs.uingusdur.ac.id,
abdi.cahya.subekti24205@mhs.uingusdur.ac.id,

ABSTRACT

This study aims to analyze the opportunities and challenges of small businesses from an entrepreneurship perspective through a literature review. The results show that small businesses have opportunities through digital technology, changing consumer behavior, government support, and innovation. However, they also face challenges such as limited capital, low innovation, digitalization barriers, limited human resources, and increasing competition. Therefore, entrepreneurial competence, digital utilization, and innovation are needed to support business sustainability and competitiveness.

Keywords: Small Business, Entrepreneurship, Opportunities, Challenges, Innovation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan bisnis kecil dalam perspektif entrepreneurship melalui kajian literatur. Hasil kajian menunjukkan bahwa bisnis kecil memiliki peluang melalui perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, dukungan pemerintah, dan inovasi. Namun, bisnis kecil juga menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal, rendahnya inovasi, hambatan digitalisasi, keterbatasan sumber daya manusia, serta persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kompetensi kewirausahaan, pemanfaatan teknologi digital, dan inovasi untuk mendukung keberlanjutan serta daya saing bisnis kecil.

Kata Kunci: Bisnis Kecil, Entrepreneurship, Peluang, Tantangan, Inovasi.

A. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat sebagai pelaku usaha menjadi salah satu fokus utama pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Komitmen tersebut diwujudkan melalui pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan penting dalam aktivitas perekonomian masyarakat. Kehadiran Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM memberikan dasar hukum yang kuat bagi pengembangan sektor ini. Melalui regulasi tersebut, UMKM diakui sebagai salah satu pilar penting ekonomi nasional yang perlu terus didukung dan ditingkatkan kapasitasnya agar mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional (Simangunsong, 2022).

Selain itu, permodalan masih menjadi salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan usahanya. Walaupun berbagai program pembiayaan dari pemerintah maupun lembaga keuangan mikro semakin

tersedia, banyak pelaku UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam memperoleh dana yang memadai. Kendala tersebut umumnya disebabkan oleh keterbatasan jaminan, proses pengajuan yang cukup kompleks, serta tingkat suku bunga yang dianggap memberatkan. Di sisi lain, berkembangnya ekosistem startup dan investasi modal ventura membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperoleh sumber pendanaan sekaligus akses terhadap pengetahuan dan inovasi. Namun, untuk memanfaatkan peluang tersebut, UMKM perlu mampu menghadapi berbagai tantangan, seperti menarik minat investor, memperluas jaringan bisnis, serta mengelola pertumbuhan usaha secara berkelanjutan (Nugroho, dan Susilo, 2025).

Melalui kajian literatur, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan lebih dalam tentang cara pelaku usaha kecil dapat memanfaatkan peluang yang ada sambil mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Temuan penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam merancang

strategi pengembangan usaha kecil yang berkelanjutan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur (literature review), yaitu suatu pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menelusuri, mengumpulkan, mengkaji, serta menganalisis berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topik yang diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai referensi ilmiah, seperti buku, jurnal akademik, artikel penelitian, prosiding, dan dokumen ilmiah lainnya yang berkaitan dengan tema pembahasan.

Selanjutnya, informasi yang telah terkumpul dianalisis dan disintesis secara deskriptif-kritis untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai topik penelitian. Melalui kajian literatur ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai konsep-konsep utama, peluang, tantangan, serta berbagai implikasi yang muncul terkait tema yang dibahas berdasarkan hasil penelitian dan publikasi ilmiah yang telah tersedia.

C. PEMBAHASAN

1. Konsep Bisnis Kecil Dalam Perspektif Entrepreneurship

a) Pengertian Bisnis Kecil dan Entrepreneurship

Bisnis adalah aktivitas yang dilakukan untuk menghasilkan dan menyediakan barang maupun jasa yang dibutuhkan masyarakat. Pada dasarnya, bisnis merupakan suatu usaha yang melibatkan proses jual beli produk atau layanan kepada konsumen, baik perorangan maupun perusahaan, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Berbagai jenis organisasi seperti perusahaan, supermarket, rumah sakit, jasa konsultan, hingga pasar tradisional termasuk dalam kategori bisnis karena menjalankan kegiatan ekonomi yang menghasilkan nilai dan manfaat bagi pelanggan. Selain itu, bisnis juga dapat dipahami sebagai upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh keuntungan melalui penyediaan produk atau layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada kemampuan

memberikan solusi dan kepuasan kepada masyarakat. Secara sederhana, bisnis dapat diartikan sebagai kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk menciptakan nilai ekonomi serta memperoleh manfaat finansial(Ariani, 2021).

Kewirausahaan(entrepreneurship) berasal dari kata wirausaha. Secara sederhana, kata wira berarti berani, sedangkan usaha merujuk pada kegiatan bisnis atau pekerjaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, wirausaha dapat diartikan sebagai seseorang yang berani mengambil langkah untuk memulai dan menjalankan suatu usaha. Sementara itu, kewirausahaan merupakan bidang yang berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam melihat peluang, mengelola sumber daya yang tersedia, serta menciptakan nilai ekonomi melalui kegiatan usaha yang dijalankannya(Muchson, 2017).

b) Peran Entrepreneur Dalam Pengembangan Bisnis Kecil

Kewirausahaan mendorong masyarakat untuk tidak bergantung

pada pihak lain, tetapi mampu untuk berkembang dan berpartisipasi dalam perekonomian nasional. Dengan kewirausahaan dapat menumbuhkan daya kreasi bangsa sehingga dapat mengoptimalkan kelangkaan sumber daya ekonomi untuk digunakan secara efektif dan efisien. Peran kewirausahaan di Indonesia tentu diharapkan tidak saja menjadi penampung kelebihan tenaga kerja, tetapi menjadi pendorong kegiatan ekonomi yang berpengaruh pada kemajuan dan pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus kemandirian ekonomi indonesia, Joseph Schumpeter (1934) salah satu ekonom pengagas teori pertumbuhan ekonomi menyatakan Entrepreneur atau kewirausahaan mempunyai andil besar dalam pembangunan ekonomi melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja, dan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun entrepreneur akan mendorong perkembangan sector sector produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki entrepreneur, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi. (Asmini, dkk, 2024).

2. Peluang Bisnis Kecil Dalam Perspektif Entrepreneurship

a. Pemanfaatan Teknologi Digital dan Media Sosial

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, terutama bagi pelaku usaha kecil. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau dibandingkan metode pemasaran konvensional.

Bagi seorang wirausahawan, kemampuan memanfaatkan teknologi digital merupakan salah satu bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman. Melalui media sosial dan platform digital lainnya, pelaku usaha dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan pasar, serta mempromosikan produknya secara lebih kreatif. Selain membantu meningkatkan visibilitas usaha, penggunaan teknologi digital juga dapat mendukung efisiensi operasional dan memperluas peluang pasar tanpa terbatas oleh lokasi geografis (Ritonga & Sagala, 2024).

b) Perubahan Kebutuhan dan Perilaku Konsumen

Perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat turut memengaruhi cara konsumen dalam memilih serta membeli suatu produk. Saat ini, konsumen cenderung lebih aktif mencari informasi sebelum melakukan pembelian. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kualitas produk, kemudahan akses, pelayanan, serta pengalaman yang diperoleh selama proses transaksi.

Kondisi tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi pelaku usaha kecil. Untuk dapat bertahan dan berkembang, wirausahawan perlu memahami karakteristik konsumennya secara mendalam. Dengan mengetahui kebutuhan, preferensi, dan kebiasaan konsumen, pelaku usaha dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Pemahaman yang baik terhadap perilaku konsumen juga membantu perusahaan menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan

loyalitas pelanggan (Kurniawan et al., 2025; Haro et al., 2024).

c) Inovasi Produk dan Pengembangan Pasar

Inovasi merupakan salah satu unsur penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam dunia kewirausahaan, inovasi tidak selalu berarti menciptakan produk yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa penyempurnaan kualitas, desain, kemasan, metode pelayanan, maupun strategi pemasaran yang lebih efektif. Melalui inovasi, usaha kecil memiliki kesempatan untuk menawarkan nilai tambah yang membedakannya dari para pesaing.

Di samping itu, pengembangan pasar juga menjadi langkah penting untuk memperluas peluang bisnis. Pengembangan pasar dapat dilakukan dengan menjangkau kelompok konsumen baru, memperluas wilayah pemasaran, atau memanfaatkan teknologi digital untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Kemampuan untuk terus berinovasi dan membaca peluang pasar menunjukkan bahwa seorang entrepreneur mampu menyesuaikan

diri dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Dalam pandangan Islam, inovasi dipandang sebagai bagian dari usaha dan kreativitas manusia dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Selama dilakukan secara jujur, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi banyak pihak, inovasi dapat menjadi sarana untuk meningkatkan daya saing sekaligus keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, inovasi dan pengembangan pasar menjadi aspek yang sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan bisnis kecil yang berkelanjutan (Yuliana, 2017; Alwi & Handayani, 2018).

3. Tantangan Bisnis Kecil Dalam Perspektif Entrepreneurship

a) Keterbatasan Modal dan Akses Pembiayaan

Modal adalah hal utama yang diperlukan untuk menjalankan dan memperluas bisnis. Dari perspektif entrepreneurship, modal tidak hanya dilihat sebagai uang, tetapi juga sebagai sumber daya yang memungkinkan seorang pengusaha untuk mengubah ide dan inovasi mereka menjadi produk atau layanan yang berharga. Namun, sebagian besar bisnis kecil masih kesulitan

mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal karena keterbatasan modal, kurangnya laporan keuangan yang terstruktur, dan rendahnya literasi keuangan. Situasi ini menyulitkan pemilik usaha untuk memperluas usaha mereka, meningkatkan kapasitas produksi, atau mengembangkan produk baru.

Keterbatasan modal juga memengaruhi kemampuan usaha kecil untuk mengadopsi teknologi dan memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dalam teori bisnis, kemampuan untuk mengelola dan memperoleh sumber daya adalah salah satu keterampilan utama yang dibutuhkan seorang pebisnis. Oleh karena itu, masalah pendanaan seringkali menjadi hambatan terbesar bagi pertumbuhan usaha kecil. Selain itu, keterbatasan akses terhadap investasi menyulitkan banyak usaha untuk tumbuh melampaui skala kecil dan mencapai ekspansi yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh kreativitas dan inovasi, tetapi juga oleh kemampuan untuk mendapatkan dukungan keuangan yang cukup (Hamzah dkk., 2024).

b) Rendahnya Inovasi dan Pengembangan Produk

Inovasi merupakan inti dari konsep kewirausahaan. Menurut teori kewirausahaan oleh Joseph Schumpeter, seorang pengusaha adalah orang yang menciptakan kombinasi baru melalui inovasi yang menambah nilai bagi konsumen. Banyak bisnis kecil masih menjalankan operasinya secara tradisional dan tidak melakukan upaya berkelanjutan untuk mengembangkan produk mereka secara berkelanjutan.

Rendahnya inovasi seringkali disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, kurangnya akses terhadap informasi pasar, keterbatasan modal, dan kurangnya aktivitas penelitian dan pengembangan. Akibatnya, produk cenderung serupa dan mudah ditiru oleh pesaing. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif, kurangnya inovasi dapat menyebabkan bisnis kehilangan pelanggan karena gagal memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah.

Dari perspektif bisnis, inovasi bukan hanya tentang menciptakan produk baru, tetapi juga tentang meningkatkan proses produksi,

strategi pemasaran, layanan pelanggan, dan bahkan model bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, pemilik bisnis kecil ini perlu terus mengembangkan kreativitas dan kemampuan beradaptasi mereka untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka. Semakin banyak upaya inovatif yang dilakukan dalam bisnis tersebut, semakin besar juga peluangnya untuk tumbuh dan tetap sukses dalam jangka panjang (Friedman et al.,2025).

c) Tantangan Digitalisasi dan Teknologi

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi dengan cara yang signifikan. Saat ini, pemasaran, transaksi, interaksi dengan pelanggan, dan pengelolaan keuangan banyak dilakukan dalam format digital. Untuk bisnis kecil, digitalisasi memberikan kesempatan besar untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar. Namun, proses transisi ke digital juga menghadapi berbagai kendala.

Banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah masih memiliki pemahaman yang rendah tentang teknologi digital, sehingga sulit untuk memanfaatkan platform jual beli,

media sosial, aplikasi keuangan, dan teknologi berbasis data. Di samping itu, kurangnya infrastruktur teknologi dan biaya investasi yang tinggi juga menjadi rintangan dalam perjalanan digitalisasi. Penelitian menunjukkan bahwa banyak UMKM masih berada di tahap awal dalam mengadopsi teknologi karena terbatasnya keterampilan digital dan kesiapan organisasi (Arifin & Kohar, 2022).

Dalam sudut pandang kewirausahaan modern, teknologi berfungsi sebagai alat strategis untuk menciptakan inovasi dan meningkatkan daya saing. Para pengusaha yang mampu memanfaatkan teknologi digital akan lebih mudah menjangkau pelanggan, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan model bisnis yang lebih efisien. Oleh sebab itu, digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan suatu keharusan bagi usaha kecil yang ingin bertahan di zaman ekonomi digital (Juwita & Handayani, 2022).

d) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia merupakan aset terpenting bagi keberhasilan suatu bisnis. Dalam bisnis, kualitas sumber daya manusia

memainkan peran kunci dalam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan ide-ide baru, beradaptasi dengan perubahan, dan menangani transformasi. Namun, banyak bisnis kecil masih menghadapi tantangan terkait rendahnya kualitas sumber daya manusia mereka, baik dari segi keterampilan teknis maupun kemampuan manajerial.

Keterbatasan sumber daya manusia ditunjukkan oleh lemahnya kemampuan dalam mengelola keuangan, pemasaran digital, perencanaan bisnis, dan penggunaan teknologi. Banyak pemilik usaha harus menjalankan berbagai peran sekaligus, yang membuat pengelolaan bisnis menjadi kurang efektif. Selain itu, kesenjangan antara permintaan pasar dan keterampilan aktual tenaga kerja merupakan tantangan utama di era digital (Annisa & Ardani, 2024).

Dari perspektif bisnis, memiliki sumber daya manusia yang terampil sama seperti memiliki modal intelektual yang berharga yang dapat membantu bisnis menjadi lebih kompetitif. Oleh karena itu, pelatihan, pendidikan kewirausahaan, dan pengembangan kompetensi

merupakan strategi penting untuk meningkatkan kualitas usaha kecil. Pengembangan sumber daya manusia tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga membantu menciptakan budaya inovasi yang berkelanjutan (Purwana et al, 2025).

e) Persaingan Pasar yang Semakin Ketat

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah menghasilkan ekosistem bisnis yang sangat kompetitif. Kini, usaha kecil tidak hanya harus bersaing dengan bisnis setempat, tetapi juga harus menghadapi perusahaan-perusahaan besar, baik nasional maupun internasional, yang memiliki sumber daya finansial, teknologi, dan jaringan distribusi yang lebih kuat.

Persaingan yang semakin sengit mendorong para pengusaha untuk menemukan kesempatan-kesempatan baru di pasar, mengenali apa yang dibutuhkan oleh konsumen, dan menciptakan produk yang berbeda dari yang lain. Perusahaan yang tidak bisa beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di pasar akan kehilangan pelanggan dan menghadapi penurunan kinerja. Oleh karena itu, para wirausahawan perlu memiliki kemampuan untuk

menganalisis tren pasar, berinovasi, serta menciptakan keunggulan yang sulit ditandingi oleh pesaing (Juwita & Handayani, 2022).

Dari sudut pandang kewirausahaan, persaingan tidak selamanya dianggap sebagai sebuah ancaman, tetapi juga dapat dilihat sebagai kesempatan untuk berinovasi dan meningkatkan mutu produk. Dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi, pengusaha dituntut untuk berpikir lebih kreatif dan merancang strategi bisnis yang efektif (Annisa & Ardani, 2024).

f) Manajemen Operasional dan Administrasi

Manajemen operasional dan administrasi merupakan fondasi penting bagi keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Banyak usaha kecil masih kesulitan dalam menjaga catatan keuangan yang baik, mengelola inventaris, merencanakan bisnis mereka, dan mengambil keputusan berdasarkan data.

Sistem administrasi yang buruk menyulitkan pemilik bisnis untuk memahami situasi keuangan mereka secara akurat. Akibatnya, keputusan sering kali dibuat berdasarkan firasat daripada didukung oleh data yang memadai. Selain itu, manajemen

administrasi yang buruk menyulitkan usaha kecil untuk mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal (Ristiyana dkk., 2025).

Dari perspektif bisnis, kemampuan untuk mengelola operasi secara efisien adalah salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh para pengusaha. Manajemen administrasi yang baik dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi risiko, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Itulah mengapa penggunaan sistem profesional untuk pencatatan dan manajemen bisnis telah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi usaha kecil

4. Strategi Menghadapi Tantangan dan Memanfaatkan Peluang

Strategi dalam menghadapi tantangan adalah serangkaian langkah yang direncanakan untuk mengurangi, menyelesaikan, atau beradaptasi dengan rintangan dari luar yang mungkin mengganggu keberlangsungan atau perkembangan suatu organisasi. Rintangan ini bisa berupa perubahan dalam regulasi, persaingan yang sangat ketat, situasi ekonomi yang tidak stabil, atau gangguan akibat teknologi (Surya, E. , dan Heriyanto, H. 2021).

Di sisi lain, strategi untuk memanfaatkan peluang adalah langkah proaktif yang dilakukan untuk mengidentifikasi, menangkap, dan memaksimalkan kondisi atau tren eksternal yang memberikan keuntungan guna menciptakan nilai baru, meningkatkan keunggulan dalam persaingan, atau memperluas pangsa pasar. Sebuah strategi yang efektif tidak hanya berkaitan dengan "bertahan" dari ancaman (defensif), tetapi juga "menyerang" dengan memanfaatkan peluang yang ada (ofensif) agar organisasi dapat tumbuh secara berkelanjutan.

a) Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan merujuk pada kemampuan individu dalam mengelola dan mengembangkan usaha dengan efektif, mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang sesuai. Aspek ini menjadi elemen penting dalam menentukan kesuksesan seorang wirausahawan saat menghadapi tantangan dalam bisnis dan mencapai hasil yang optimal. Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berdampak positif terhadap performa usaha dan

keberhasilan bisnis (Hasanah, N. , dkk, 2018). Dalam konteks persaingan global dan kemajuan teknologi yang cepat, pelaku usaha dituntut untuk selalu meningkatkan kompetensinya. Memiliki kompetensi yang baik akan memungkinkan mereka untuk mengenali dan memanfaatkan peluang usaha, mengelola risiko bisnis dengan efektif, mengembangkan inovasi produk dan layanan, serta bersikap lebih adaptif terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis.

b) Pemanfaatan Digitalisasi dalam Operasional dan Pemasaran

Digitalisasi adalah proses memanfaatkan teknologi digital untuk mengubah kegiatan bisnis yang sebelumnya dilakukan secara manual menjadi didasarkan pada teknologi informasi. Di era Revolusi Industri 4. 0, digitalisasi menjadi elemen krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas cakupan pasar, serta memperkuat daya saing perusahaan. Berbagai organisasi, mulai dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) hingga perusahaan besar, telah mengadopsi teknologi digital untuk mendukung operasional dan pemasaran mereka (Djawa, S. K. , dan Rahman, W. 2025).

Pemanfaatan Digitalisasi dalam Operasional digitalisasi dalam operasional berfokus pada penggunaan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses bisnis. Beberapa bentuk penerapannya meliputi:

1) Otomatisasi Proses Kerja

Penggunaan sistem digital memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi berbagai kegiatan seperti pencatatan transaksi, pengelolaan inventaris, penggajian, serta pelaporan keuangan. Automasi ini mengurangi kemungkinan kesalahan manusia, mempercepat proses kerja, dan meningkatkan produktivitas.

2) Sistem Informasi Terintegrasi

Perusahaan dapat memanfaatkan *Enterprise Resource Planning* (ERP), *Customer Relationship Management* (CRM), dan sistem informasi lainnya untuk menghadirkan integrasi data dari berbagai departemen. Integrasi semacam ini membantu manajemen memperoleh informasi secara

langsung sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat dan tepat.

3) Pengelolaan Persediaan dan Transaksi Digital

Penggunaan aplikasi *Point of Sale* (POS), dompet digital, serta sistem pengelolaan persediaan sangat mempermudah pelaku bisnis dalam mengawasi stok barang dan mengawasi transaksi penjualan dengan baik. Ini terbukti mampu meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas operasional bisnis.

4) Analisis Data untuk Pengambilan Keputusan

Teknologi digital memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk mengumpulkan serta menganalisis informasi mengenai konsumen dan data operasional. Hasil dari analisis ini dapat dimanfaatkan untuk menyusun strategi bisnis yang lebih efektif dan meningkatkan kinerja organisasi.

c) Pengembangan Inovasi Dan Kreativitas Usaha

Peningkatan inovasi dan kreativitas menjadi elemen kunci dalam kesuksesan suatu usaha. Di tengah kompetisi bisnis yang semakin sengit dan perkembangan teknologi yang cepat, pelaku bisnis dituntut untuk mampu menciptakan gagasan-gagasan baru dan mewujudkan gagasan tersebut menjadi barang, layanan, atau proses yang memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Kreativitas dan inovasi adalah dasar utama dalam menghadirkan keunggulan kompetitif dan kelangsungan bisnis (Afrinaldi, A., Dkk. 2025).

Kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan ide, metode, atau solusi baru yang berbeda dari sebelumnya. Dalam sektor bisnis, kreativitas bisa terwujud dalam bentuk produk yang unik, strategi pemasaran yang menarik, maupun cara pelayanan yang lebih efisien. Inovasi merupakan proses mengubah gagasan kreatif menjadi sesuatu yang memiliki nilai ekonomi dan dapat diterapkan secara praktis dalam dunia bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada barang baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses, pemasaran, maupun model bisnis.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur, bisnis kecil memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Keberhasilannya dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam melihat peluang, berinovasi, dan mengelola sumber daya secara efektif. Perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah, serta perubahan kebutuhan konsumen menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan. Namun, bisnis kecil masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya inovasi, kualitas sumber daya manusia, dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi kewirausahaan, pemanfaatan teknologi, dan penguatan inovasi perlu dilakukan untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Saran

Pelaku usaha kecil perlu meningkatkan kemampuan kewirausahaan, memanfaatkan teknologi digital, dan terus berinovasi untuk meningkatkan daya saing usaha. Dukungan dari pemerintah,

lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan juga perlu diperkuat guna mendorong perkembangan bisnis kecil yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji topik ini dengan pendekatan empiris agar memperoleh hasil yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193–200.
- Annisa, N. N., & Ardani, E. G. (2024). *Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Karakteristik Kewirausahaan dan Kinerja Pelaku UMKM di Era Digital*.
- Ariani, W. (2021). *Pengertian Dasar Bisnis Kewirausahaan Dan Lingkungan Bisnis*.
- Arifin, A., & Kohar. (2022). *Kesiapan UMKM Menghadapi Digitalisasi*.
- Asmini, A., Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rachman, R. (2024). Peran entrepreneur dalam mendorong kemandirian ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1), 12–24
- Afrinaldi, A., Wati, N. S., Rizty, O. F., & Novita, Y. (2025). Inovasi dan Kreativitas dalam Kewirausahaan: Kunci Sukses di Era Digital. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1).
- Djawa, S. K., & Rahman, W. (2025). Driving the Digital Transformation of Traditional Businesses: The Power of Marketing Strategy and Transformation Management. *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*. DOI: 10.18196/jbti.v16i3.28244.
- Friedman, N., Bremers, A., Nyanyo, A., et al. (2025). Understanding the Challenges of Maker Entrepreneurship.
- Hamzah, M., Ningsih, R. F. Y., Z.A., U. F., Ummah, M. U., & Fitriya, L. (2024). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM di Indonesia. Hatta: *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*.
- Haro, A., Kushariyadi, K., Widyawati, W., Fauziyah, N. N., & Judijanto, L. (2024). Perilaku konsumen: Esensi, posisi, dan strategi. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hisyam, C. J., Aisyah, K. P., Khoiriah, S. U., Augea, S. M., & Judijanto, L. (2024). Peran pemerintah dalam mengoptimalkan dinamika wirausaha: Mendukung kemajuan ekonomi Indonesia khususnya wilayah Jakarta. *Trending: Jurnal*

- Manajemen dan Ekonomi, 2(3), 178–193.
- Hasanah, N., Utomo, M. N., & Hamid, H. (2018). *Hubungan Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM di Kota Tarakan*. Management Insight.
- Juwita, D., & Handayani, A. N. (2022). Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5.0.
- Kurniawan, S. A., Tiong, P., Afati, L., Amien, N. N., Sari, R. D., Lestari, F. I., ... & Fattah, F. A. (2025). Perilaku konsumen. Mega Press Nusantara.
- Muchson, M., & MM, S. (2017). Entrepreneurship (Kewirausahaan). Guepedia.
- Nugroho, A. W., & Susilo, A. (2025). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi. Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan, 19(1), 575-584.
- Purwana, K., Rahayu, G. N., & Munawar, H. (2025). Strategi Manajemen SDM Adaptif dalam Mendorong Transformasi Digital dan Inovasi pada UMKM.
- Ristiyana, R., Trianto, E., & Lesmana, S. J. (2025). Upaya Menghadapi Tantangan Bisnis melalui Optimalisasi Bisnis Digital, Peningkatan SDM dan Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang.
- Ritonga, H., & Sagala, N. (2024). Pemanfaatan teknologi digital dan media sosial dalam upaya revitalisasi bahasa Mandailing di lingkungan sekolah dasar. Basaya: Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya, 1(2), 30–39.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan tantangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM): Systematic literature review. Jurnal ekonomi pembangunan, 1(1), 25-39.
- Suryani, E., & Herianto, H. (2021). "Strategi Bertahan dan Pemanfaatan Peluang Pasar Digital bagi UMKM di Masa Krisis." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45-56.
- Yuliana, E. (2017). Kewirausahaan dalam perspektif Islam. Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam dan Isu-Isu Sosial, 15(2), 29–44.