

**PENINGKATAN PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT MELALUI
OPTIMALISASI TEKNOLOGI DIGITAL DI KECAMATAN CIJERUK
KABUPATEN BOGOR**

(STUDI KASUS : PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH)

**INCREASING COMMUNITY ECONOMIC DEVELOPMENT THROUGH
OPTIMIZATION OF DIGITAL TECHNOLOGY IN CIJERUK DISTRICT, BOGOR
DISTRICT**

(CASE STUDY: MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES)

Edi Junaedi¹, Riny Kusumawati², Fety Fatimah³

^{1,3}Universitas Ibn Khaldun, Bogor, Indonesia

²Universitas Djuanda Bogor, Indonesia

^{1,3}Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Indonesia

²Jl. Tol Jagorawi No 1 Kecamatan Ciawi, kabupaten Bogor, Jawa Barat

¹edijunaedi7777@gmail.com

²nabilarizqy@yahoo.com

³fety.fatimah@uika.co.id

ABSTRACT

Administratively, the Cijeruk District consists of 9 (nine) Villages, including: Warungmenteng Village, Cijeruk Village, Cipelang Village, Cibalong Village, Cipicung Village, Tajurhalang Village, Tanjungsari Village, Palasari Village and Sukaharja Village. Cijeruk District has 26 hamlets, 64 community units (RW) and 261 neighborhood units (RT). In an effort to develop the economic level of villages in Cijeruk District, Bogor Regency, the Regional Government with the assistance of related parties encourages the community in 9 (nine) villages to participate in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) program in accordance with Law No. .20 of 2008 concerning Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The existence of increasingly developing technological advances, especially Smartphone technology, can help MSME actors to further optimize their products, with the creation of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors by optimizing digital smartphone technology, it is expected to increase the economic development of the people of Cijeruk District, Bogor Regency towards a society that prosperous.

Keywords: *UMKM, Economy, Smartphone Technology*

ABSTRAK

Secara administratif wilayah Kecamatan Cijeruk terdiri dari 9 (sembilan) Desa, antara lain: Desa Warungmenteng, Desa Cijeruk, Desa Cipelang, Desa Cibalong, Desa Cipicung, Desa Tajurhalang, Desa Tanjungsari, Desa Palasari serta Desa Sukaharja. Kecamatan Cijeruk memiliki 26 Dusun, 64 Rukun Warga (RW) dan 261 Rukun Tetangga (RT). Dalam upaya untuk menumbuhkembangkan tingkat perekonomian desa yang ada di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, Pemerintah Daerah dengan dibantu pihak-pihak terkait menggalakan kepada masyarakat di 9 (Sembilan) desa tersebut untuk mengikuti program Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sesuai dengan Undang-undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang khususnya teknologi Smartphone dapat membantu bagi para pelaku UMKM untuk lebih mengoptimalkan produknya, dengan terciptanya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan mengoptimalkan teknologi digital smartphone diharapkan dapat meningkatkan pembangunan perekonomian masyarakat Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor menuju masyarakat yang sejahtera.

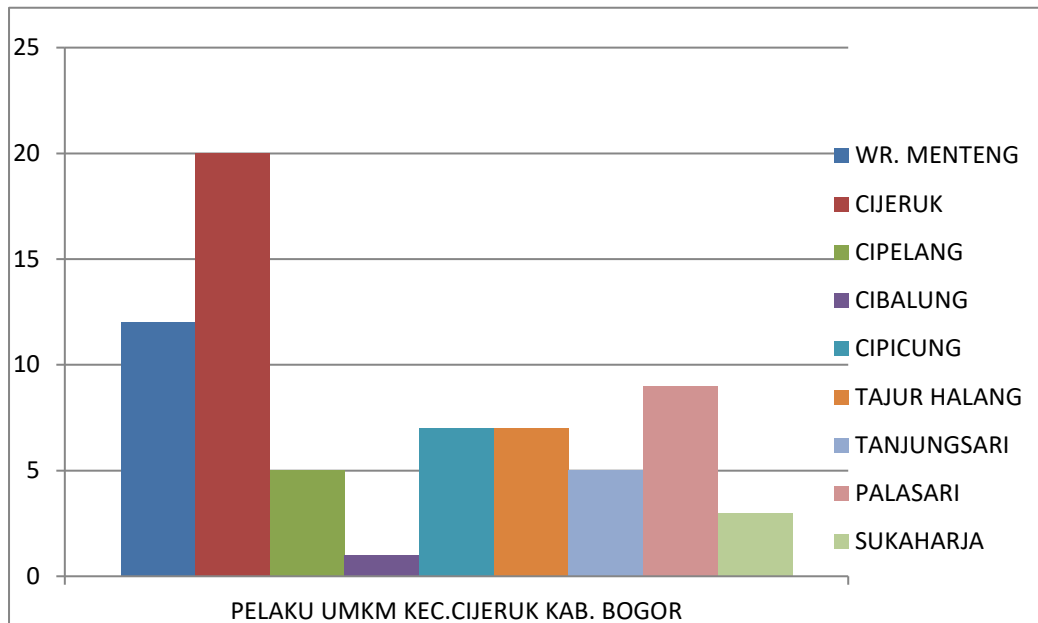
Kata Kunci : *UMKM, Perekonomian, Teknologi Smartphone*

1. PENDAHULUAN

Dalam rangka mengoptimalkan pembangunan ekonomi lokal di era otonomi yang mengacu pada UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, secara otomatis menuntut pemerintah daerah untuk berorientasi secara global. Dikarenakan kondisi tingkat persaingan antar negara yang semakin tinggi dan tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada perekonomian di Indonesia khususnya di daerah. Oleh karena itu, tantangan pemerintah daerah bukan lagi pada otonomi maupun desentralisasi, melainkan daerah dituntut untuk meningkatkan daya saingnya. Pembangunan daerah yang disesuaikan dengan kondisi potensi yang ada dan dengan prioritas program pemerintah yang mengarah pada pengembangan potensi ekonomi lokal akan mendapat hasil pembangunan yang optimal dan cepat, yang akan berdampak pula pada terciptanya kesejahteraan masyarakat termasuk didalamnya mengatasi masalah kemiskinan dan pengangguran. Secara otomatis pula akan meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, begitu juga dengan Kecamatan Cijeruk bahwa hamper 50% masyarakat Kecamatan Cijeruk merupakan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dimana pertumbuhan ekonomi Kecamatan Cijeruk mulai membaik namun tidak semua pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah berjalan dengan lancar.

Wilayah Kecamatan Cijeruk yang terletak diposisi selatan Rancangan Akhir Resntra Kecamatan Cijeruk Tahun 2024 – 2026, 8 wilayah Kabupaten Bogor, dan berada dalam koordinat geografi antara 106°38'51¹¹ - 106°79'65¹¹ Bujur Timur dan antara 6°57'19¹¹ - 6°69'19¹¹ Lintang Selatan, dengan luas wilayah sekitar ±3.657.36 Ha. Wilayah Kecamatan Cijeruk dilalui 3 (tiga) aliran sungai, yaitu sungai cibadak, sungai cijeruk dan sungai cisadane yang terintegrasi/bermuara ke sungai cisadane. Sebagian besar wilayah Kecamatan ini merupakan lahan kebun, ladang dan persawahan yang cenderung cukup memiliki deposit air yang potensial permukaan tanah maupun air bawah tanah. Penduduk Kecamatan Cijeruk hingga akhir bulan Desember Tahun 2020 tercatat berjumlah 106.910 jiwa, sementara banyaknya rumah tangga sebanyak 32.693 keluarga, dan jumlah rata-rata anggota keluarga berjumlah 4-3 jiwa/keluarga. Secara administrative wilayah Kecamatan Cijeruk terdiri dari 9 (sembilan) Desa, antara lain: Desa Warungmenteng, Desa Cijeruk, Desa Cipelang, Desa Cibalung, Desa Cipicung, Desa Tajurhalang, Desa Tanjungsari Desa Palasari serta Desa Sukaharja. Kecamatan Cijeruk memiliki 26 Dusun, 64 Rukun Warga (RW) dan 261 Rukun Tetangga (RT).

Kecamatan Cijeruk hampir 99% masyarakat mengenal bahkan memiliki telephone pintar atau dengan istilah lain smartphone, namun yang menjadi permasalahan minimnya masyarakat Kecamatan Cijeruk dalam mengoptimalkan smartphone tersebut untuk kegiatan bisnis dan penjualan sehingga para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mengalami permasalahan yaitu lemahnya daya saing serta menurunnya omset penjualan, permasalahan ini yang akan berdampak lambatnya peningkatan perekonomian di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor.



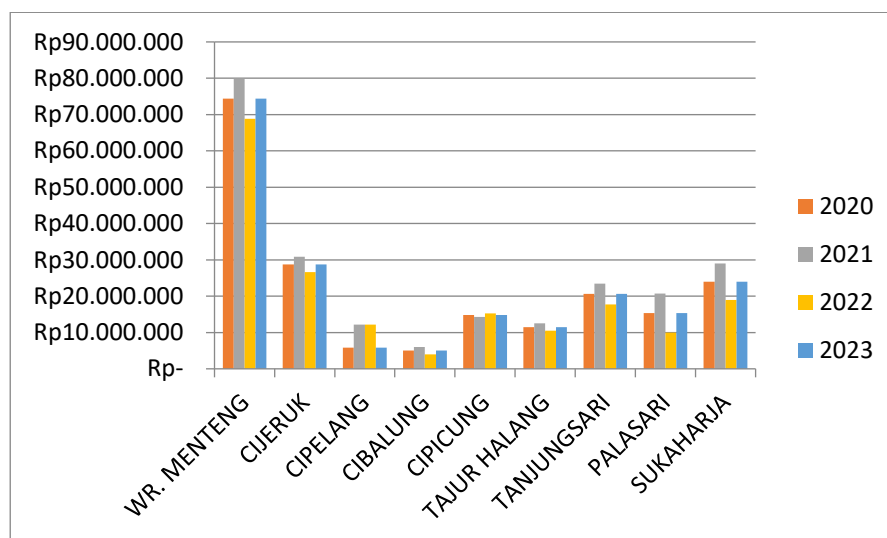
Sumber: BPS dan BPS Provinsi Jawa Barat (2023)

Gambar 1. Pelaku UMKM Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor

Jika di lihat pada gambar 1.1 terlihat bahwa di Kecamatan Cijeruk Kabupten Bogor yang terdiri dari 9 (Sembilan) desa hampir masyarakatnya sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), namun ada beberapa desa yang mengalami penurunan sebagai pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang berdasrkan penelitian kami, faktor tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya faktor promosi atau pemasaran barang, daya saing, serta faktor belum optimalnya dalam penggunaan teknologi digital (smartphone) sebagai alat penunjang dalam bisnis sebagai alat untuk mempromosikan barang atau produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersebut. Namun dengan melihat gambar 1.2 terlihat bahwa para pelaku UMKM di Kecamatan Cijeruk mengalami fluktuasi dalam hal omset atau pendapatan pertahunnya, terhitung dari tahun 2020 s.d. tahun 2023 omset pendapatan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di sembilan desa kecamatan cijeruk mengalami naik turun, tentu saja ini akan berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat guna meningkatkan pembangunan perekonomian di masyrakat kecamatan cijeruk. Apabila para pelaku mengetahui faktor yang mempengaruhi naik dan turunnya omset pendapatan tersebut, maka tentu saja masyarakat akan UMKM masyarakat kecamatan cijeruk akan terus berkembang dan semakin maju.

Setelah peneliti melakukan observasi serta mengidentifikasi kepada para pelaku UMKM baik berupa wawancara, membagikan kuisioner serta mecari data-data terhadap pihak terkait maka faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya omset pendapatan salah satunya pemasaran yang lemah, pemanfaatan teknologi digital (smartphone) yang kurang maksimal serta daya saing produk terhadap pansar-pasar luar daerah.

Gambar 2. Pendapatan UMKM Kec. Cijeruk Kabupaten Bogor



Sumber: BPS dan BPS Provinsi Jawa Barat (2023)

Adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang khususnya teknologi Smartphone seharusnya dapat membantu bagi para pelaku UMKM untuk lebih mengoptimalkan produknya, dengan terciptanya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan mengoptimalkan teknologi digital smartphone diharapkan dapat meningkatkan pembangunan perekonomian masyarakat Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor menuju masyarakat yang sejahtera.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat menghambat laju peningkatan perekonomian masyarakat sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Secara lebih spesifik metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus yang berfokus pada suatu objek untuk dipelajari beberapa kasus tertentu yang berkaitan dengan tujuan penulisan yang akan disusun, sehingga dapat memberikan gambaran atau deskripsi secara terperinci terkait kasus yang akan diulas dalam penulisan yang dilakukan. Kegiatan pengumpulan data dilaksanakan di wilayah Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor yang meliputi 9 (Sembilan desa). Objek penelitian ini yaitu para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di 9 (Sembilan) desa yang berada di wilayah Kecamatan Cijeruk kabupaten Bogor.

Pelaku Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) ini merupakan target utama sebagai objek penelitian dengan pengambilan data primer melalui survey, wawancara, pengisian kuisioner. Pemerintah Kecamatan Cijeruk juga digunakan sebagai target pengambilan data baik itu primer maupun sekunder Pemasaran produk yang lemah, pemahaman konsep teknologi digital smartphone serta daya saing yang menjadi ancaman bagi terhambatnya proses pertumbuhan dan peningkatan perekonomian masyarakat sebagai pelaku UMKM.

Data primer dan sekunder tersebut diperoleh dari berbagai pihak yang terlibat didalamnya sebagai pelaku usaha ataupun sebagai Lembaga pemerintahan yang berada di wilayah

Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor untuk dijadikan bahan data untuk kebutuhan analisis kekuatan (strenghts), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities) dan ancaman (threats) (SWOT).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Identifikasi SWOT

Untuk mengetahui bagaimana cara yang tepat guna meningkatkan pembangunan perekonomian masyarakat sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Sembilan desa Kecamatan Cijeruk, maka perlu diketahui bahwa faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan data yang penulis teliti bahwa dapat di rumuskan faktor SWOT yang didapat antara lain:

Tabel 1. Faktor-faktor SWOT Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah 9 (Sembilan) Desa di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor dalam Optimalisasi Teknologi Digital (Smartphone).

Strength (S)	Weakness (W)
- Jenis usaha variatif - Motivasi/semangat masyarakat UMKM yang tinggi - Memiliki teknologi digital berupa smartphone	- Pola pemasaran masih analog - Pesaing produk sejenis - Tingkat pendidikan yang rendah - Belum maksimalnya pemahaman mengenai teknologi digital (Smartphone) - Belum maksimalnya pemanfaatan teknologi digital smartphone dalam promosi produk - Belum maksimalnya pemanfaatan aplikasi online media social - Belum maksimalnya pemanfaatan aplikasi online media social - Belum maksimalnya pemanfaatan aplikasi jual beli online
Opportunities (O)	Threats (T)
- Perhatian lembaga Kecamatan Cijeruk dalam optimalisasi UMKM perizinan dan dll - Terkoordinirnya para pelaku UMKM dalam wadah yang disediakan oleh lembaga terkait (desa), memudahkan dalam sosialisasi - Potensi wilayah yang besar termasuk wilayah produktif - Adanya kemauan para pelaku usaha UMKM untuk belajar teknologi terbaru melalui penyuluhan	- Persaingan harga - Masyarakat yang belum siap terhadap perkembangan teknologi serta aplikasi-aplikasinya - Gangguan signal yang kurang baik karna di daerah kaki gunung salak

Sumber: BPS dan BPS Provinsi Jawa Barat (2023)

b) *Analisis Matrik SWOT*

Setelah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan pembangunan perekonomian masyarakat sebagai pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam optimalisasi teknologi digital (Smartphone) maka selanjutnya diperlukan analisis data yang ada kedalam 2 matriks yaitu Matriks IFAS (Internal Faktor Analysis Summary) dan Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dengan membuat alternative perbaikan strategi namun untuk strategi penulis hanya menggunakan 6 (enam) elemen saja yakni elemen Proporsi nilai (*value preposition*), Saluran (*chanel*), hubungan dengan pelanggan (*customer relationships*), Sumber daya utama (*key resources*), Mitra utama (*key Partnerships*), dan Struktur biaya (*cost structures*).

Tabel 2. Penilaian SWOT pada 6 (enam) Elemen

Komponen	Strategi Identifikasi SWOT			
	Srategy Strength (S)	Srategy Weakness (W)	Srategy Opportunities (O)	Srategy Threats (T)
1. <i>value preposition</i>	- Mengutamakan kualitas bukan hanya kuantitas dari produk yang variatif tersebut	- Bekerja sama saling menjual produk unggulan	- Membuka atau mengikuti bazar UMKM dengan memperkenalkan produk unggulan	- Memanfaatkan sarana digital atau aplikasi pesan antar pelaku UMKM
2. <i>chanel</i>	- Dapat menjual produknya secara lebih luas	- Pelatihan kepada masyarakat pelaku UMKM yang Gagap teknologi (gaptek)	- Tersediannya berbagai media sosial dan aplikasi-aplikasi penunjang aktivitas promosi	- Pemerintah daerah membangun internet desa mandiri
3. <i>customer relationships</i>	- Bekerja sama dengan lembaga penyelenggara kursus IT	- Mengikutsertakan para pelaku UMKM berbagai pelatihan seperti mutu pangan dll	- Mendaftarkan secara online sertifikasi halal bagi pelaku UMKM yang bergerak pada produk makanan/minuman	- Memberikan pengarahan kepada pelaku UMKM pentingnya menjalin hubungan dengan konsumen secara daring
4. <i>key resources</i>),	- Berbagi pengalaman /sharing sesion keahlian yang sudah di miliki atau di kuasai dengan antar desa	- Memperkuat kembali terhadap pelaku UMKM yang sudah memiliki pengetahuan teknologi dalam memasarkan produknya	- Mempertahankan serta meningkatkan pengetahuan teknologi dalam memasarkan produknya agar dapat bersaing dengan daerah luar.	- Percaya diri terhadap kemampuannya untuk lebih mendalami ilmu pengetahuan teknologi digital (smartphone) guna meningkatkan daya saing
5. <i>key Partnership</i>	- Memberikan dukungan terhadap para pelaku UMKM, peminjaman	- Menjaln hubungan dengan para pelaku UMKM bukan hanya antar desa	- Mengutamakan kualitas bukan hanya kuantitas dari produk yang variatif tersebut. Bekerja sama	- Dapat menjual produknya secara lebih luas.

Komponen	Strategi Identifikasi SWOT			
	Strategy Strength (S)	Strategy Weakness (W)	Strategy Opportunities (O)	Strategy Threats (T)
	modal, pelatihan-pelatihan teknologi	namun antar daerah/wilayah dalam berbagi informasi dengan memanfaatkan media social	saling menjual produk unggulan.	
6. <i>cost structures</i>	- Memilih jaringan smartphone yang murah namun memiliki kualitas signal yang baik.	- Tersediannya berbagai media sosial dan aplikasi-aplikasi penunjang aktivitas promosi.	- Mempertahankan serta meningkatkan pengetahuan teknologi dalam memasarkan produknya agar dapat bersaing dengan daerah luar. Percaya diri terhadap kemampuannya untuk lebih mendalami ilmu pengetahuan teknologi digital (smartphone) guna meningkatkan daya saing.	- Memberikan dukungan terhadap para pelaku UMKM, peminjaman modal, pelatihan-pelatihan teknologi. Menjalin hubungan dengan para pelaku UMKM bukan hanya antar desa namun antar daerah/wilayah dalam berbagi informasi dengan memanfaatkan media sosial.

Sumber: BPS dan BPS Provinsi Jawa Barat (2023)

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pembangunan perekonomian masyarakat sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor dapat ditingkatkan melalui optimalisasi teknologi digital, khususnya penggunaan smartphone. Terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan ini.

Faktor internal yang perlu diperhatikan antara lain jenis usaha yang variatif, motivasi/semangat masyarakat UMKM yang tinggi, serta ketersediaan teknologi digital berupa smartphone. Namun, terdapat kelemahan seperti pola pemasaran yang masih analog, pesaing produk sejenis, tingkat pendidikan yang rendah, dan kurangnya pemahaman serta pemanfaatan teknologi digital, termasuk aplikasi online media sosial dan aplikasi jual beli online. Di sisi lain, terdapat peluang seperti perhatian dari lembaga Kecamatan Cijeruk dalam optimalisasi UMKM, terkoordinasinya para pelaku UMKM dalam wadah yang disediakan oleh lembaga terkait (desa), potensi wilayah yang besar, dan kemauan para pelaku usaha UMKM untuk belajar teknologi terbaru melalui penyuluhan. Namun, terdapat juga ancaman seperti persaingan harga, kesiapan masyarakat terhadap perkembangan teknologi, gangguan sinyal yang kurang baik di daerah kaki Gunung Salak, dan keterbatasan aksesibilitas terhadap teknologi.

Berdasarkan matriks SWOT, dapat dirumuskan beberapa strategi perbaikan yang dapat dilakukan:

1. Meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknologi digital pada para pelaku UMKM melalui penyuluhan, pelatihan, dan program pengembangan keterampilan.
2. Mendorong penggunaan aplikasi online media sosial dan aplikasi jual beli online sebagai sarana promosi dan penjualan produk UMKM.
3. Membangun kerjasama antara UMKM dengan lembaga terkait, seperti pemerintah daerah, lembaga kecamatan, dan desa, untuk meningkatkan aksesibilitas dan dukungan dalam pengembangan usaha.
4. Meningkatkan kualitas produk dan daya saing UMKM melalui inovasi, peningkatan mutu, dan diferensiasi produk.
5. Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi smartphone untuk memperluas jangkauan pasar, termasuk pemasaran online, transaksi elektronik, dan pengelolaan bisnis.
6. Meningkatkan kerjasama antar pelaku UMKM untuk saling mendukung dan mengembangkan jejak pasar di dalam dan luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Meier, Gerald M. 1989, *Leading Issues in Economic Development*, Fifth edition. New York: Oxford University Press.
- [http://umum-pengertian.blogspot.com/2016/05/pengertian-ekonomisecara umum.html](http://umum-pengertian.blogspot.com/2016/05/pengertian-ekonomisecara%20umum.html)
- Abdul Syani, 1995, *Pengantar metode statistic non parametric pendekatan praktis untuk penelitian social dan hokum*
- <http://abdulsyani.blogspot.com>
- Usman Yatim dan Enny A Hendargo, 1992 *Zakat dan Pajak*
- Rippa dan Secundo 2018, *Digital Academic Entrepreneurship*
- Nambisan 2016, *flatfrom digital dan infrastruktur digital*
- Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
- Haryani I, Setiyowati H. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Penerbit CV. Landasan Ilmu
- [Lembaran Negara]. *Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahun 2023*.
- [Lembaran Negara] *Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Savira DD. 2021. *Analisis Keputusan Investasi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Depok Jawa Barat*. FEB UPN.
- <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>