

ANALISIS PERANAN SISTEM TEKNOLOGI INFORMASI DALAM GORPORATE GOVERNANCE DIPASAR ONLINE OLEH UMKM GEN-Z

Cindy Antika¹⁾ Muhammad Irwan Fadli Nasution²⁾

Email: ¹⁾ cindyantika2001@gmail.com ²⁾ irwannst@uinsu.ac.id

Program Studi Asuransi Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRACT

This study examines the function of information technology systems in facilitating the administration of Generation Z-led micro, small, and medium enterprises in the online marketplace. In the digital age, the use of information technology is crucial for MSMEs to broaden markets, enhance operational efficiency, and reinforce accountability. Generation Z, recognized for their technological proficiency, is optimally situated to use digital platforms to accomplish this objective. Nevertheless, Generation Z MSMEs have several problems, including data security, restricted finance, and insufficient comprehension of effective corporate governance.

This study employs a qualitative methodology, using content analysis of diverse literature to examine the influence of information technology on the implementation of corporate governance principles in Generation Z micro, small, and medium enterprises (MSMEs). This research demonstrates that the use of information technology enhances transparency, accelerates decision-making, and reduces operational risks for Generation Z micro, small, and medium enterprises (MSMEs). In summary, information technology significantly aids Generation Z MSMEs in enhancing corporate governance. Nonetheless, this requires enhanced digital literacy and sustained political backing.

Keywords: *Information Technology, Online Market, MSMEs*

ABSTRAK

Studi ini meneliti fungsi sistem teknologi informasi dalam memfasilitasi administrasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dipimpin Generasi Z di pasar daring. Di era digital, penggunaan teknologi informasi sangat penting bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat akuntabilitas. Generasi Z, yang dikenal karena kemahirannya teknologinya, berada pada posisi yang optimal untuk menggunakan platform digital guna mencapai tujuan ini. Meskipun demikian, UMKM Generasi Z memiliki beberapa masalah, termasuk keamanan data, keterbatasan keuangan, dan pemahaman yang kurang memadai tentang tata kelola perusahaan yang efektif.

Studi ini menggunakan metodologi kualitatif, dengan menggunakan analisis isi dari berbagai literatur untuk meneliti pengaruh teknologi informasi terhadap penerapan prinsip tata kelola perusahaan di usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagirism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Generasi Z. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi meningkatkan transparansi, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi risiko operasional bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Generasi Z. Singkatnya, teknologi informasi secara signifikan membantu UMKM Generasi Z dalam meningkatkan tata kelola perusahaan. Meskipun demikian, hal ini memerlukan peningkatan literasi digital dan dukungan politik yang berkelanjutan.

Kata Kunci : *Teknologi Informasi, Pasar Online, UMKM*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing bisnis, termasuk bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, pemanfaatan platform online telah membuka banyak peluang baru untuk pengembangan usaha, dan UMKM yang dikelola oleh generasi Z memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi pada ekonomi. Namun, transparansi, akuntabilitas, dan keamanan data adalah masalah utama dalam menerapkan corporate governance di lingkungan digital.

Pengelolaan perusahaan yang baik melindungi kelangsungan bisnis dan kepentingan pemangku kepentingan. Penelitian ini berfokus pada analisis peran sistem teknologi informasi dalam pengelolaan perusahaan di pasar online bagi UMKM Gen-Z karena teknologi informasi memungkinkan pengelolaan bisnis yang lebih efisien, tetapi juga membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang risiko keamanan siber. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang tantangan dan potensi penerapan teknologi informasi yang efektif dalam meningkatkan UMKM Gen-Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam lanskap kontemporer, UMKM harus menggunakan media digital sebagai komponen strategi pemasaran produk mereka untuk meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap penawaran mereka. UMKM dengan akses internet, keterlibatan dalam media sosial, dan keterampilan e-commerce yang ditingkatkan sering kali melihat keuntungan substansial dalam pendapatan, prospek pekerjaan, inovasi, dan daya saing. Meskipun demikian, beberapa UMKM belum mengadopsi teknologi informasi, khususnya media digital, dan kurang memahami keuntungan dan tanggung jawab substansial yang terkait dengan penggunaannya.¹

Saat ini, UMKM harus secara efektif mempromosikan barang mereka menggunakan media digital untuk meningkatkan keakraban pelanggan dengan penawaran mereka. UMKM daring yang terlibat dalam media sosial dan mengembangkan keterampilan e-commerce sering kali melihat keuntungan substansial dalam pendapatan, prospek pekerjaan, inovasi, dan daya saing. Meskipun demikian, beberapa UMKM belum merangkul teknologi informasi modern, khususnya penggunaan media digital, dan masih belum menyadari keuntungan dan signifikansinya.²

Tata kelola perusahaan terdiri dari undang-undang, peraturan, dan aturan yang harus dipatuhi untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan manfaat ekonomi jangka

¹ Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.

² Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.

panjang yang berkelanjutan bagi pemegang saham dan masyarakat luas. Konsep dasar tata kelola perusahaan yang baik (GCG) terutama difokuskan pada peningkatan kinerja bisnis.

Tujuan dan Manfaat Tata Kelola Perusahaan Menurut Sutojo dan Aldridge (2005: 5), tata kelola perusahaan yang baik memiliki lima tujuan utama, adalah:

1. Melindungi hak dan kepentingan pemegang saham
2. Melindungi hak dan kepentingan pemangku kepentingan selain pemegang saham
3. Meningkatkan nilai perusahaan dan pemegang saham
4. Hal ini meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja tim manajemen, dewan direksi, dan manajer perusahaan.
5. Meningkatkan kualitas hubungan direksi perusahaan.

Kepemimpinan Eksekutif Pasar daring, atau platform e-commerce, memfasilitasi transaksi antara pembeli dan penjual. Pasar daring adalah platform digital, baik situs web maupun aplikasi seluler, yang menyediakan beragam barang dan layanan. Pasar daring telah berkembang pesat dan telah mengubah lanskap komersial secara mendalam. Kemajuan teknologi, peningkatan aksesibilitas internet, dan perilaku pelanggan yang terus berkembang telah mendorong perluasan pasar daring. Skor kepuasan yang meningkat menunjukkan bahwa e-commerce telah secara efektif memberikan pengalaman pembelian yang memuaskan bagi sebagian besar pelanggan.

Evolusi pasar daring dalam masyarakat kontemporer menunjukkan bahwa e-commerce telah melampaui sekadar status tren dan telah menjadi bagian integral dari perilaku dan gaya hidup konsumen. Perluasan pesat yang difasilitasi oleh teknologi yang dapat diakses dan konektivitas internet telah menciptakan prospek perusahaan di seluruh dunia dan menghasilkan beberapa keuntungan bagi konsumen. Meskipun demikian, masalah seperti keamanan data dan kurangnya kepercayaan pelanggan tetap menonjol di beberapa sektor. Untuk mengatasi tantangan ini, e-commerce harus terus berkembang agar selaras dengan perilaku belanja dan transaksi kita.³

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan metodologis yang dirancang untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan membangun suatu representasi yang bernuansa dan rumit yang diartikulasikan dalam bahasa, menawarkan wawasan mendalam yang diperoleh dari berbagai sumber informasi, dan dilakukan dalam suasana yang alami (Walidin, Saifullah & Tabrani, 2015: 77, dalam (Fadli, 2021). Penelitian ini menggunakan studi pustaka sebagai strategi analisis datanya, dengan menggunakan metode analisis isi untuk memahami dan menganalisis materi tekstual, termasuk artikel, buku, dan dokumen, untuk mengungkap tema, pola, dan makna yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perekonomian nasional secara bertahap mulai pulih, antara lain berkat dukungan terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mulai pulih dua tahun pascapandemi. Gen Z berperan besar dalam menggerakkan roda perekonomian di semua sektor, mulai dari UMKM, distribusi, hingga konsumsi. Banyaknya transaksi yang saat ini dijalankan sebagian besar dimulai dan dilaksanakan oleh Generasi Z.

Generasi Z berperan besar dalam pembangunan ekonomi karena mereka melek teknologi. Generasi ini dilengkapi dengan teknologi informasi dan internet, dan kehidupan

³ Utami, A., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(2), 126-132.

umum Gen Z . Keunggulan kepribadian Gen Z antara lain kecenderungan berkomunikasi dan berinteraksi secara intensif melalui media sosial, gadget, dan internet yang merupakan sarana penting untuk menghubungi orang lain, pola pikir dan keberagaman global, serta cepat menerima perubahan dan tren, motivasi tinggi, , kebebasan berkreasi dan periklanan dll.

Pemerintah (dalam hal ini UMKM) memberikan kesempatan kerja dan ruang bagi generasi Z untuk berinovasi. Hal ini menunjukkan pentingnya kerja sama antar pemangku kepentingan dan generasi UMKM, serta dukungan pemerintah dan masyarakat. Mempertahankan dan meningkatkan keberadaan usaha kecil, menengah dan kecil serta produk lokal lainnya. Seperti yang Anda ketahui, banyak generasi masyarakat, termasuk pelajar, telah memanfaatkan peluang teknologi digital saat ini untuk membuka peluang bisnis yang unik.

Dari penelitian yang dilakukan, kami mengamati beberapa UMKM Gen Z, termasuk mahasiswa yang menjalankan usaha kecil dan menengah yang sudah cukup lama berdiri. Strategi manajemen yang diterapkan mahasiswa UMKM adalah membangun brand awareness terhadap produk dan target pasar, merancang identitas merek yang menarik, dan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Kami memanfaatkan teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas produk dan menjalankan promosi unik, Strategi lainnya adalah membangun hubungan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah prioritas utama Anda dalam membangun bisnis UMKM Anda, Manfaatkan media digital dengan mempromosikan produk Anda melalui platform online dan e-commerce. Pelajar UMKM berani terus belajar dan berinovasi untuk meningkatkan brand awareness, harga bersaing sesuai kualitas produknya, serta membangun jaringan dengan dunia usaha dan asosiasi profesi. Hal ini dilakukan secara individual maupun inklusif bagi perguruan tinggi dan kampus untuk mengembangkan wirausaha UMKM melalui berbagai program seperti pendidikan dan pelatihan bisnis, pendampingan dan networking, dukungan permodalan dan inkubator, kampanye dan kompetisi inovasi bisnis.

Berikut hasil dan pembahasan mengenai peran sistem informasi dalam pengelolaan bisnis pada online marketplace yang dijalankan oleh UMKM yang dijalankan oleh generasi Z atau mahasiswa. UMKM yang dipimpin oleh Generasi Z lebih cenderung menggunakan teknologi informasi seperti media sosial, aplikasi e-commerce, dan sistem manajemen pelanggan. Dengan teknologi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi pelanggan, dan memantau aktivitas bisnis dengan lebih efisien. Berdasarkan hasil wawancara penelitian, para pelaku UMKM dapat dengan cepat beradaptasi dengan tren teknologi terkini seperti: Penggunaan platform seperti TikTokshop, Shope, Tokopedia, dan Instagram Shopping, Ini memberikan keuntungan untuk penjualan digital.

Dengan mengedepankan transparansi dan akuntabilitas, tata kelola perusahaan yang baik mengutamakan transparansi dan akuntabilitas dalam operasional. Teknologi informasi membantu UMKM GEN-Z meningkatkan transparansi terutama dalam pengelolaan data keuangan dan inventaris. Sistem seperti akuntansi digital, otomatisasi pelaporan keuangan, dan pelatihan inventaris real-time membantu meningkatkan kepercayaan antara pihak internal dan eksternal, termasuk pelanggan dan calon investor. Peran keputusan bisnis yang sehat dan tepat waktu adalah sistem TI mendukung proses pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat bagi UMKM generasi Z. Data yang tersedia di berbagai platform digital, seperti analisis penjualan, preferensi konsumen, dan tren pasar, memberikan informasi yang berguna bagi UMKM . Manajer menentukan strategi bisnis sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini terbukti meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan, sehingga memungkinkan bisnis merespons perubahan kebutuhan pasar online dengan lebih cepat. Pemanfaatan sistem informasi memungkinkan UMKM Gen Z untuk mengidentifikasi dan memitigasi risiko sejak dini. Dengan melacak penjualan dan inventaris dengan lebih baik, UMKM dapat terhindar dari risiko

kehabisan stok atau kehilangan uang akibat produk yang tidak terjual. Sistem keamanan data dan informasi, seperti enkripsi dan otentikasi dua faktor, juga diterapkan untuk mengamankan informasi perusahaan dan pelanggan.

Teknologi informasi telah membantu meningkatkan efisiensi operasional UMKM Gen Z, misalnya dengan mengotomatisasi proses administrasi, manajemen pengiriman, dan komunikasi pelanggan. Platform digital juga memudahkan UMKM dalam memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dan responsif, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap bisnis.

Pengaruh Positif Terhadap Corporate Governance

Pemanfaatan teknologi informasi mempunyai dampak yang signifikan terhadap tata kelola perusahaan yang baik. UMKM Generasi Z yang menerapkan teknologi ini lebih mudah menjaga kepercayaan pemangku kepentingan karena adanya transparansi dalam operasional dan kemudahan pemantauan aktivitas. Dalam konteks pasar online, teknologi memungkinkan UMKM mengelola sistem tata kelola yang lebih adaptif dan proaktif terhadap perubahan pasar. Kompleksitas teknologi dan kemampuan pengguna mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja sistem informasi dalam pengelolaan bisnis. Tata kelola perusahaan yang baik memperkuat hubungan antara kompleksitas teknologi dan kinerja sistem informasi, memperkuat hubungan antara kemampuan pengguna dan kinerja sistem informasi akuntansi, serta memperkuat hubungan antara jaringan sistem teknologi informasi dan bisnis UMKM.⁴

Kesadaran Gen-Z terhadap Keamanan dan Privasi.

Meskipun Generasi Z menguasai teknologi, beberapa UKM masih belum menyadari pentingnya privasi dan perlindungan data. Pengelolaan data konsumen yang tidak memadai dapat mengakibatkan tuntutan hukum dan hilangnya kepercayaan pelanggan. Akibatnya, penggunaan teknologi informasi memerlukan pemahaman tentang pentingnya keamanan jaringan dan protokol keamanan yang ketat. Keamanan menjadi kriteria bagi individu dalam penggunaan teknologi. Kesadaran keamanan berkaitan dengan Technology Acceptance Model (TAM). Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka teoritis yang menggambarkan kecenderungan perilaku individu dalam penggunaan teknologi baru di dalam sistem informasi. Keamanan didefinisikan sebagai keyakinan subjektif yang dimiliki individu tentang kerahasiaan dan integritas informasi pribadi mereka. Keamanan merupakan masalah signifikan dalam penyebaran pembayaran elektronik. Kecenderungan pengguna untuk menggunakan dompet elektronik bergantung pada keyakinan mereka tentang pemanfaatannya. Penelitian ini mengidentifikasi keamanan sebagai hambatan signifikan dalam pengembangan sistem dompet elektronik yang bertujuan untuk meningkatkan adopsi pengguna.⁵

Penggunaan teknologi baru menimbulkan kekhawatiran terhadap data dan informasi pribadi terkait penggunaan teknologi tersebut. Seringkali hanya orang-orang tertentu yang diperbolehkan mengakses informasi yang mereka perlukan. Apabila suatu informasi jatuh ke tangan pihak yang tidak bertanggung jawab, maka pemilik informasi tersebut dapat mengalami kerugian. Untuk itu unsur keamanan sistem informasi yang digunakan harus terjamin dan aman dalam batas yang dapat diterima.⁶

Hambatan dan Tantangan Pengelola UMKM dalam Penerapan sistem teknologi informasi

⁴Devi, N. L. N. S., & Manuari, I. A. R. (2024). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN TEKNOLOGI PADA KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI LPD KOTA DENPASAR. *Widya Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 137-155.

⁵Erfi Syahniah Farahdiba, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna E-Wallet (Electronic Wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2019), 21.

⁶Triana, T. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Gen Z Pengguna Aplikasi Dana Di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Beberapa kendala yang dihadapi UMKM Generasi Z dalam menerapkan sistem TI antara lain keterbatasan biaya, kurangnya pengetahuan mengenai perangkat lunak yang tepat, dan tantangan dalam mengelola data yang melimpah. Pengelola UMKM memerlukan akses dan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dan memastikan sistem yang digunakan sesuai dengan skala usahanya. Tantangan implementasi TI pada UMKM. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi UMKM ketika mengadopsi TI ⁷:

- a) Sumber daya keuangan yang terbatas: Banyak UMKM memiliki anggaran terbatas untuk berinvestasi pada teknologi baru. Keterbatasan ini menghambat kemampuan mereka untuk membeli perangkat keras, perangkat lunak, atau layanan TI yang diperlukan.
- b) Kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknologi: Pemilik dan karyawan UMKM seringkali memiliki kemampuan teknologi yang terbatas. Kekurangan ini dapat menghambat penerapan dan penggunaan TI secara efektif.
- c) Resistensi terhadap perubahan: UMKM seringkali menunjukkan resistensi terhadap perubahan, terutama jika perubahan tersebut melibatkan teknologi baru. Ketidakpastian mengenai manfaat dan risiko adopsi teknologi dapat menyebabkan resistensi terhadap inovasi.
- d) Infrastruktur teknologi yang tidak memadai: Ketersediaan infrastruktur TI, seperti konektivitas internet yang andal, sering kali masih menjadi masalah, terutama di daerah terpencil. (Nurhidayanti, 2020)

Oleh karena itu, berdasarkan berbagai hasil dari pemangku kepentingan UMKM, dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi dalam Industri 4.0 bersumber dari sumber daya keuangan unit bisnis, khususnya perusahaan besar dan kecil, yang masih belum memadai untuk mengadopsi dan menerapkan teknologi terbaru. Masih banyak yang harus dilakukan untuk menyebarluaskan inovasi digital ke seluruh rantai pasokan UMKM, dengan kekurangan orang untuk menjalankan model bisnis baru yang memanfaatkan prospek digital dan potensi revolusi pasar. Meningkatnya daya saing menjadi perhatian yang signifikan. Daya saing meningkat bagi UMKM Generasi Z. Seiring dengan kapasitas untuk memilih dan mencocokkan teknologi informasi dengan persyaratan operasi bisnis mereka. Hal ini disebabkan oleh spesifikasi dan proses bisnis yang unik dari setiap UMKM, ditambah dengan tidak adanya budaya dan pelatihan internal mengenai penerapan digitalisasi dan Industri 4.0 di dalam UMKM. Masalah lain yang menyangkut keadaan kontemporer adalah bahwa beberapa UMKM mempromosikan barang-barang berkualitas tinggi dan meningkatkan daya saing. Hal ini dapat memengaruhi keuangan unit bisnis, mengurangi permintaan, mengganggu rantai pasokan, dan mengurangi penjualan dan laba.⁸

Strategi Potensi Pengembangann UMKM pasar Online

UMKM Generasi Z mempunyai potensi besar untuk mengembangkan tata kelola perusahaan berbasis IT di pasar online. Peningkatan penggunaan data besar, kecerdasan buatan (AI), dan analisis bisnis dapat mendorong inovasi dan efisiensi yang lebih besar dalam manajemen bisnis. Dengan demikian, Generasi Z dapat mengedepankan tata kelola perusahaan sejalan dengan era digital, dimana aspek akuntabilitas, transparansi, dan keamanan data semakin penting. Mengenai potensi pertumbuhan strategis usaha kecil Generasi Z. Pada pembahasan

⁷ Otiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815-821.

⁸ Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1).

kali ini kita akan membahas terlebih dahulu usaha kecil dan strategi yang diterapkan pemerintah. Usaha kecil telah menerima dukungan pemerintah, seperti:

1. Pendampingan dan pengembangan usaha kecil dilakukan dengan cara mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi usaha kecil, menyusun program pendampingan, serta mengembangkan potensi usaha dan permasalahan yang dihadapi usaha kecil. Memantau dan mengendalikan pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan usaha kecil.
2. Membina dan mengembangkan usaha kecil di bidang produksi dan manajemen adalah untuk meningkatkan kapasitas manajemen serta teknik produksi dan manajemen, meningkatkan kapasitas desain dan teknis, dan menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi perolehan fasilitas, infrastruktur produksi dan manajemen, bahan baku, tambahan. bahan dan kemasan. Selain menyediakan konsultan profesional di bidang produksi dan pengolahan.
3. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang pemasaran dilakukan dengan cara melakukan penelitian dan penyampaian pemasaran, meningkatkan kapasitas manajemen dan teknik pemasaran, memberikan fasilitas dan dukungan promosi dan uji pasar, pengembangan organisasi pemasaran dan jaringan distribusi, dan pemasaran usaha kecil. produk komersial, memberikan konsultasi profesional di bidang pemasaran serta menyediakan pedagang dan mempromosikan usaha kecil dengan memberikan peluang pasar.
4. Orientasi dan pengembangan usaha kecil di bidang sumber daya manusia dilakukan dengan cara mendorong dan membina budaya startup, meningkatkan keterampilan manajemen dan teknis, membangun dan mengembangkan fasilitas pelatihan, menciptakan pendidikan dan konsultasi usaha kecil, menyediakan tenaga penyuluhan dan konsultasi usaha kecil. . serta modul manajemen bisnis untuk memberikan kursus konsultasi dan penelitian komparatif untuk usaha kecil.
5. Strategi berikut, khususnya orientasi dan pengembangan usaha kecil di bidang teknologi, dilaksanakan dengan memperkuat kapasitas di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu, meningkatkan upaya di bidang penelitian dan pengembangan desain dan teknologi baru. dan mendorong usaha kecil untuk mengadopsi teknologi baru dan melindungi lingkungan, berkolaborasi dan bekerja sama dengan para ahli teknologi dengan meningkatkan kapasitas mereka untuk memenuhi standar standardisasi teknologi.

Strategi pengembangan potensi UMKM yang didirikan oleh Generasi Z dapat fokus pada beberapa aspek utama:

1. Digitalisasi usaha: Generasi Z dikenal sudah akrab dengan teknologi digital. Dengan mengoptimalkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, UMKM dapat meningkatkan pemasarannya, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan engagement. Pemanfaatan e-commerce dan website juga meningkatkan kehadiran UMKM secara online.
2. Inovasi produk dan layanan: UMKM ciptaan Generasi Z dapat tampil menonjol dengan menciptakan produk-produk yang unik dan mengikuti tren. Generasi ini cenderung peka terhadap kebutuhan pasar dan nilai-nilai keberlanjutan, sehingga inovasi produk yang ramah lingkungan atau berkelanjutan dapat menjadi keunggulan kompetitif.
3. Kolaborasi dan Jaringan: Generasi Z dapat memanfaatkan koneksi dengan komunitas atau influencer untuk memperluas eksposur mereka terhadap UMKM. Berkolaborasi dengan pihak lain di industri kreatif, seperti desainer atau penggiat media sosial, dapat meningkatkan daya tarik suatu produk di mata konsumen muda.

4. Meningkatkan keterampilan bisnis: Sebagai generasi baru yang memasuki dunia bisnis, penting bagi para pelaku UMKM Gen Z untuk terus mempelajari manajemen keuangan, keterampilan pemasaran digital, dan komunikasi. Pelatihan bisnis atau kursus singkat akan membantu mengelola UMKM secara lebih profesional.
5. Pemanfaatan program dan dukungan pemerintah: Banyak program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM, termasuk pembiayaan dan pelatihan. Keikutsertaan dalam program ini akan membantu UMKM membiayai diri dan membuka peluang pasar baru.
6. Fokus pada nilai-nilai sosial dan keberlanjutan: Generasi Z dikenal lebih memperhatikan isu-isu sosial dan lingkungan. UMKM yang didirikan oleh Generasi Z mungkin menonjol dengan misi sosial yang kuat atau produk berkelanjutan, sehingga menarik konsumen yang sejalan dengan nilai-nilai tersebut.

Strategi-strategi tersebut dapat membantu UMKM ciptaan Generasi Z untuk tumbuh dan beradaptasi lebih jauh dalam pasar yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen modern. Untuk memaksimalkan manfaat teknologi informasi dalam pengelolaan bisnis, UMKM generasi Z disarankan untuk:

- Pertumbuhan literasi digital dan pemahaman tentang risiko keamanan siber.
- Gunakan software yang sesuai dengan kebutuhan operasional, seperti software akuntansi berbasis cloud atau CRM.
- Melakukan audit teknologi secara berkala untuk memastikan sistem yang digunakan aman dan mendukung kinerja bisnis.
- Berkolaborasi dengan pihak ketiga atau konsultan IT untuk lebih memahami tren teknologi terkait pasar online.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peran sistem TI dalam tata kelola perusahaan sangat penting bagi UMKM generasi Z di pasar online. Jika dilakukan dengan benar, hal ini dapat memberikan banyak manfaat, mulai dari efisiensi operasional, peningkatan akuntabilitas, hingga kemampuan mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan bisnis sangat penting bagi UMKM yang dikelola Generasi Z di pasar online. Teknologi informasi tidak hanya mendukung manajemen operasional tetapi juga meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan efisiensi dalam pengambilan keputusan bisnis. Generasi Z yang cenderung lebih mahir menggunakan teknologi digital dapat memanfaatkan berbagai platform untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Namun, UMKM Generasi Z masih menghadapi tantangan seperti risiko keamanan data, kendala keuangan, dan kurangnya pemahaman prinsip tata kelola perusahaan yang ideal.

Dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi, UMKM dapat lebih beradaptasi terhadap perubahan pasar, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, dan meningkatkan daya saing di era digital modern. Untuk mendukung keberhasilan tersebut, diperlukan peningkatan tingkat literasi digital di kalangan pemangku kepentingan UMKM Gen Z, serta dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan melalui pelatihan, pendanaan, dan kebijakan yang tepat sasaran. Kebijakan tersebut mendorong penerapan tata kelola perusahaan yang berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Devi, N. L. N. S., & Manuari, I. A. R. (2024). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN TEKNOLOGI PADA KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI LPD KOTA DENPASAR. *Widya Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 137-155.
- Erfi Syahniah Farahdiba, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pengguna E-Wallet (Electronic Wallet) Sebagai Alat Transaksi Terhadap Mahasiswa Di Yogyakarta' (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2019), 21.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815-821.
- Simangunsong, B. Y. P. (2022). Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1).
- Triana, T. (2024). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi Pada Gen Z Pengguna Aplikasi Dana Di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Utami, A., & Nasution, M. I. P. (2023). Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 1(2), 126-132.