



TRANSFORMASI DIGITAL DAN STRATEGI BERTAHAN PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KOTA BANJARMASIN

DIGITAL TRANSFORMATION AND SURVIVAL STRATEGIES IN SMALL AND MEDIUM INDUSTRIES IN BANJARMASIN CITY

Dyah Sri Wulandari, Yassyr Maulana dan Ice Trianiza

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

email: dyahsriwulandari@gmail.com*, yasir.industri@gmail.com, ice_trianiza@yahoo.com

Received:
07 Juni 2024

Accepted:
15 Juni 2024

Published:
16 Juni 2024

Abstrak

Transformasi Digital pada Industri berfokus pada sektor produk, layanan perusahaan, proses produksi, proses bisnis, strategi perusahaan, model bisnis dan metode kerja, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas transformasi digital dan strategi bertahan pasca pandemi pada industri kecil dan menengah di Kota Banjarmasin, dengan urgensi turunnya jumlah unit usaha industri, tidak semua industri mampu bertransformasi digital secara maksimal dan kurangnya strategi untuk bertahan di tengah gempuran teknologi maupun ancaman pandemi dimasa yang akan datang, menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data sekunder dan primer dengan lokasi penelitian di Kota Banjarmasin, hasilnya transformasi digital efektif dapat meningkatkan omset penjualan dan dapat menjadi kekuatan industri untuk mengembangkan usahanya diberbagai sektor, serta strategi bertahan yang tepat digunakan adalah strategi kekuatan dan peluang SO (Strength-Opportunity) agar dapat bertahan dengan cara mengoptimalkan *Market Place*, Sosial Media, Flatfrom digital, inovasi produk, peningkatan pelayanan dan dukungan dari Pemerintahan Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Transformasi Digital, Strategi Bertahan, Industri Kecil dan Menengah

Abstract

Digital Transformation in Industry focuses on the product sector, company services, production processes, business processes, company strategies, business models and work methods, the purpose of this study is to determine the effectiveness of digital transformation and post-pandemic survival strategies in small and medium industries in Banjarmasin City, with the urgency of the decline in the number of industrial business units, not all industries are able to transform digitally to the fullest and the lack of strategies to survive amid the onslaught of technology and the threat of a pandemic in the future, using descriptive qualitative methods with secondary and primary data sources with research locations in Banjarmasin City, the result is that effective digital transformation can increase sales turnover and can become an industrial force to develop its business in various sectors, and the right survival strategy to use is the SO (Strength-Opportunity) strength and opportunity strategy in order to survive by optimizing Market Place, Social Media, digital Flatfrom, product innovation, service improvement and support from the Banjarmasin City Government.



JIEOM is an open-access article under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA 4.0). Copyright by authors.

Keywords: Digital Transformation, Survival Strategy, Small and Medium Industry

How to cite: Wulandari, D. S., Maulana, Y., & Trianiza, I. (2024). Transformasi Digital dan Strategi Bertahan Pada Industri Kecil dan Menengah Di Kota Banjarmasin. *Journal of Industrial Engineering and Operation Management (JIEOM)*, 7(1), 92-101.

DOI: <http://dx.doi.org/10.31602/jieom.v7i1.15205>

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang merupakan suatu ancaman global yang menimbulkan banyak dampak pada masyarakat, selain sektor kesehatan yang turut berdampak adalah sektor perekonomian di Indonesia khususnya sejak April 2020. Salah satu bidang yang terkena dampak pandemi Covid-19 yaitu pada usaha Industri kecil dan Menengah, karena berkontribusi sekitar 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% angkatan kerja (Suhaili & Sugiharsono, 2019). Pasca pandemi Covid 19 Indonesia mulai berbenah untuk pemulihan perekonomian, melalui Kementerian Koperasi UKM, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian serta Kementerian Komunikasi dan Informatika giat menggaungkan transformasi digital untuk Industri Kecil dan Menengah, sehingga dapat bersaing demi meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Dari berbagai sumber data menyatakan bahwa Industri Kecil dan Menengah masih mengalami beberapa kesulitan dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam hal akses pasar, pengelolaan keuangan dan teknologi (Wulandari DS et al, 2023).

Digitalisasi memungkinkan Industri Kecil dan Menengah untuk dapat meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis, seperti pemrosesan data keuangan, pengelolaan inventaris, dan pengiriman produk. Selain itu, digitalisasi juga membuka peluang pasar baru melalui *e-commerce*, media sosial, atau platform digital lainnya, dan penggunaan AI. Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) juga memberikan potensi besar bagi Industri Kecil dan Menengah untuk melakukan digitalisasi di berbagai komoditi industri, ada berbagai komoditi industri di Kota Banjarmasin antara lain, Industri Pangan, Industri Sandang, Industri Kimia & Bahan, Industri Logam & Elektronik, Industri Kerajinan dan Industri lainnya, Berikut data kumulatif Industri Kecil dan Menengah di Kota Banjarmasin.

Tabel 1. Data Kumulatif Industri Kecil dan Menengah Kota Banjarmasin Tahun 2021

No	Komoditi	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Investasi (Rp)	Produksi (Rp)
1	Industri Pangan	1325	5621	28397899	133087159
2	Industri Sandang	425	2178	12177059	46834798
3	Industri Kimia & Bahan	148	9756	550531207	53275779
4	Industri Logam & Elektronika	221	3746	19241526	189679738
5	Industri Kerajinan	187	6197	8996766	20214150
6	Industri Lainnya	797	4708	779468497	2606092086
	Total	3103	32206	1398812954	3049183710

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian per Oktober 2022

Tabel 2. Data Kumulatif Industri Kecil dan Menengah Kota Banjarmasin Tahun 2022

No	Komoditi	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja	Investasi (Rp)	Produksi (Rp)
1	Industri Pangan	64	202	2503655	36326880
2	Industri Sandang	1	1	21104	246600
3	Industri Kimia & Bahan	0	0	0	0
4	Industri Logam & Elektronika	25	82	310426	6464940
5	Industri Lainnya	6	12	94893	965034
	Total	96	297	2930078	44003454

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian per Oktober 2023

Dari data di atas dapat terlihat jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, nilai investasi, nilai produksi dan nilai bahan pada Industri Kecil dan Menengah di Kota Banjarmasin yang mengalami penurunan dari jumlah unit usaha tahun 2021 sebanyak 3103 turun menjadi 96 unit usaha di Tahun 2022, penurunan ini yang kemudian mendapat banyak perhatian dari pemerintahan khususnya di Kota Banjarmasin. Balai Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo Banjarmasin melalui DEA (*Digital Entrepreneurship Academy*) rutin mengadakan berbagai pelatihan untuk wirausaha dan masyarakat umum demi meningkatkan pengetahuan tentang dunia digital, antusias peserta dalam mengikuti pelatihan sangat besar terbukti dari penyelenggaraan selalu penuh peserta, akan tetapi hasil dari pelatihan belum sebanding dilihat dari jumlahnya masih ada yang belum maksimal mengaplikasikan hasil pelatihan yang diberikan ke dunia usaha, atau belum mampu bertransformasi secara maksimal, hal ini lah yang menjadi masalah dan menarik untuk diteliti, selain transformasi digital yang harus diperkuat Industri Kecil dan Menengah adalah strategi bertahan, sehingga ditengah gempuran teknologi maupun ancaman pandemi mampu diatasi dan tetap bertahan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, pendekatan yang dilakukan yaitu dengan pengamatan yang mendalam terhadap objek penelitian yang dipilih dari beberapa keadaan yang dianggap sama dan sesuai dengan kondisi sebenarnya, kemudian dianalisis. Setelah dianalisis, hasilnya dipaparkan secara deskriptif (Zuchri Abdussamad, n.d.) Penelitian ini menganalisis efektivitas transformasi digital terhadap keberlangsungan industri kecil dan menengah di Kota Banjarmasin, serta mengetahui strategi bertahan yang sesuai dengan keadaan industri saat ini sehingga dapat bertahan dan melewati berbagai ancaman dimasa mendatang, dengan sumber data sekunder yaitu data sentra industri yang didapatkan dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarmasin serta data primer yang didapatkan dari hasil observasi kemudian wawancara terhadap informan pelaku usaha atau sentra diberbagai unit usaha di Kota Banjarmasin. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut (Sugiyono, 2012) *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bias lebih representatif. Pada dasarnya teknik *purposive sampling* dilakukan sebagai sebuah teknik yang secara sengaja mengambil sampel tertentu yang telah sesuai dan memenuhi segala persyaratan yang dibutuhkan yang meliputi: sifat-sifat, karakteristik, ciri, dan kriteria sampel tertentu. Sumber informasi adalah sumber dari mana informasi diperoleh. (Arikunto, 2020)

Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan sumber informasi dari pelaku usaha atau sentra diberbagai unit usaha di Kota Banjarmasin, diantaranya sentra sasirangan, mebel kayu, kerupuk dan kue kering. Untuk strategi Bertahan dianalisis menggunakan analisis SWOT, metode analisis SWOT merupakan analisis yang paling dasar dalam melakukan analisis strategi, yang bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan atau suatu topik dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan. (Sugi, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui efektifitas transformasi digital pada industri kecil dan menengah, informan didapatkan dengan melihat dari sebaran sentra industri kurun waktu 2 tahun terakhir seperti data pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Data Sentra Industri di Kota Banjarmasin Tahun 2021

No	Nama Sentra	Produk	Lokasi	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1	Sasirangan	Kain	Seberang Mesjid	12	58
2	Sasirangan	Kain Sasirangan	Sungai Jingah	14	89
3	Mebel Kayu	Furniture dari Kayu	Alalak Tengah	24	43
4	Mebel Kayu	Furniture dari Kayu	Seberang Mesjid	19	27
5	Kerupuk	Kerupuk Ikan & Udang	Kuin Utara	22	77
6	Kue Kering	Kue Roko	Sungai Jingah	32	47
	Total	-	-	123	341

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian per Oktober 2022

Tabel 4. Data Sentra Industri di Kota Banjarmasin Tahun 2022

No	Nama Sentra	Produk	Lokasi	Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1	Sasirangan	Kain	Seberang Mesjid	6	19
2	Sasirangan	Kain Sasirangan	Sungai Jingah	15	89
3	Mebel Kayu	Furniture dari Kayu	Alalak Tengah	40	43
4	Mebel Kayu	Furniture dari Kayu	Seberang Mesjid	7	30
5	Kerupuk	Kerupuk Ikan & Udang	Kuin Utara	16	77
6	Kue Kering	Kue Roko	Sungai Jingah	14	47
	Total	-	-	98	305

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian per Oktober 2023

Dari tabel diatas terlihat bahwa jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja menurun, ditahun 2021 jumlah unit usaha 123 dengan jumlah tenaga kerja 341 turun pada tahun 2022 unit usaha menjadi 98 dengan jumlah tenaga kerja 305. maka informan dibagi sebaranya seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Informan Yang Telah Bertransformasi Digital

No	Produk	Lokasi	Jumlah Unit Usaha
1	Kain	Seberang Mesjid	3
2	Kain Sasirangan	Sungai Jingah	5
3	Furniture dari Kayu	Alalak Tengah	10
4	Furniture dari Kayu	Seberang Mesjid	2
5	Kerupuk Ikan & Udang	Kuin Utara	13
6	Kue Roko	Sungai Jingah	12
	-	-	45

Sumber: Data Diolah 2024

Tabel 6. Informan Yang Belum Maksimal Bertransformasi Digital

No	Produk	Lokasi	Jumlah Unit Usaha
1	Kain	Seberang Mesjid	3
2	Kain Sasirangan	Sungai Jingah	10
3	Furniture dari Kayu	Alalak Tengah	20
4	Furniture dari Kayu	Seberang Mesjid	3
5	Kerupuk Ikan & Udang	Kuin Utara	5
6	Kue Roko	Sungai Jingah	4
	-	-	45

Sumber: Data Diolah 2024

Dari data pada tabel 5 diatas per Oktober 2023 didapatkan total 98 unit usaha yang masih aktif melakukan proses industri, sehingga informan yang ditentukan pada penelitian ini adalah 90 unit usaha yang dibagi menjadi 2 kategori informan seperti yang terlihat pada tabel 6 informan yang telah bertransformasi digital sebanyak 45 unit usaha dan tabel 7 informan yang belum maksimal bertransformasi digital sebanyak 45 unit usaha. Setelah mendapatkan informan maka dilakukan wawancara mendalam mengenai transformasi digital dan berikut distribusi jawaban informan pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Distribusi Jawaban Informan Yang Telah Bertransformasi Digital

No	Pertanyaan	Jawaban					Jumlah
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Mengetahui tentang transformasi digital				20	25	45
	(Dalam Persen)				44%	56%	100%
2	Aktif menggunakan Sosial Media dan E Commerce dalam memasarkan usaha				20	25	45
	(Dalam Persen)				44%	56%	100%
3	Pernah mengikuti kegiatan pelatihan teknologi/digital			5	15	25	45
	(Dalam Persen)			11%	33%	56%	100%
4	Hasil pelatihan digital dapat diaplikasikan pada usaha		5	10	20	10	45
	(Dalam Persen)		11%	22%	45%	22%	100%
5	Pemasaran Digital berpengaruh terhadap omset				15	30	45
	(Dalam Persen)				33%	67%	100%
6	Menggunakan mesin teknologi baru untuk produksi				5	40	45
	(Dalam Persen)				11%	89%	100%
7	Melakukan pengurangan tenaga kerja				20	25	45
	(Dalam Persen)				45%	55%	100%
8	Melakukan strategi khusus untuk dapat bertahan			10	20	15	45
	(Dalam Persen)			22%	45%	33%	100%
Jumlah			5	25	135	195	360
Presentase			1%	7%	38%	54%	100%

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan data yang disajikan pada table 7 maka terdapat hasil presentase 1% yang menyatakan tidak setuju, 7% menyatakan kurang setuju, 38% menyatakan setuju dan 54% menyatakan sangat setuju dengan beberapa item pertanyaan mengenai transformasi digital. Data diolah di atas merupakan hasil pertanyaan peneliti terhadap informan pelaku usaha diseluruh bidang industri kecil dan menengah yang telah bertransformasi digital di Kota Banjarmasin.

Tabel 8. Distribusi Jawaban Informan Belum Maksimal Bertransformasi Digital

No	Pertanyaan	Jawaban					Jumlah
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
1	Mengetahui tentang transformasi digital		2	5	13	25	45
	(Dalam Persen)		5%	11%	29%	55%	100%
2	Tidak aktif menggunakan Sosial Media dan E Commerce dalam memasarkan usaha				25	20	45
	(Dalam Persen)				55%	45%	100%
3	Pernah mengikuti kegiatan pelatihan teknologi/ digital		10	10	20	5	45
	(Dalam Persen)		22%	22%	45%	11%	100%
4	Hasil pelatihan digital dapat diaplikasikan pada usaha			10	10	25	45
	(Dalam Persen)			22%	22%	56%	100%
5	Pemasaran Digital berpengaruh terhadap omset				20	25	45
	(Dalam Persen)				45%	55%	100%
6	Menggunakan mesin teknologi baru untuk produksi				20	25	45
	(Dalam Persen)				45%	55%	100%
7	Melakukan pengurangan tenaga kerja				23	22	45
	(Dalam Persen)				51%	49%	100%
8	Melakukan strategi khusus untuk dapat bertahan				22	23	45
	(Dalam Persen)				49%	51%	100%
Jumlah			12	25	153	170	360
Presentase			3%	7%	43%	47%	100%

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan data yang disajikan pada table 8 maka terdapat hasil presentase 3% yang menyatakan tidak setuju, 7% menyatakan kurang setuju, 43% menyatakan setuju dan 47% menyatakan sangat setuju dengan beberapa item pertanyaan mengenai pemasaran digital. Data diolah diatas merupakan hasil pertanyaan peneliti terhadap informan pelaku usaha diseluruh bidang industri kecil dan menengah yang telah bertransformasi digital di Kota Banjarmasin.

Analisis Data

Pada proses analisis data melalui pendekatan kualitatif, maka analisis dilakukan terhadap data hasil wawancara, data hasil pengamatan langsung dan data hasil studi dokumen, kemudian dianalisis. Setelah dianalisis, kemudian hasilnya dipaparkan secara deskriptif. Melalui analisis data secara kualitatif diharapkan akan mampu mengungkap dan memberikan informasi yang akurat sehingga sangat membantu proses interpretasi terhadap data dan informasi yang diperoleh. Berdasarkan data yang telah disajikan

sebelumnya di penyajian data, di bawah ini merupakan analisis peneliti berdasarkan dimensi dan parameter yang telah ditetapkan sebelumnya. Dari wawancara dan data yang pada tabel 7 pelaku usaha yang telah bertransformasi digital, maka didapatkan hasil analisis:

1. 45 Pelaku Usaha menyatakan mengetahui tentang transformasi digital;
2. 45 Pelaku Usaha aktif menggunakan pemasaran digital melalui Aplikasi Gojek, Grab, ShopeeFood dan layanan delivery yang dikelola sendiri;
3. 5 Pelaku Usaha yang menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan sisanya 40 menyatakan pernah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan pemerintah Kota Banjarmasin melalui berbagai Instansi maupun Dinas terkait, yang artinya informasi sosialisasi maupun pelatihan yang dilaksanakan belum menyeluruh;
4. 30 Pelaku Usaha menyatakan bahwa hasil pelatihan pemasaran digital dapat diaplikasikan pada usaha mereka, sedangkan 10 yang lainnya menyatakan tidak dapat mengaplikasikannya karena terjadi beberapa kendala;
5. 45 Pelaku Usaha menyatakan bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap omset penjualan, masyarakat masih dapat melakukan pembelian secara online tanpa harus bertatap muka, sehingga walaupun omset menurun tetapi tidak signifikan, sehingga usaha tetap dapat berjalan dengan baik;
6. 45 Pelaku Usaha menyatakan menggunakan alat/mesin dalam menjalankan produksi usahanya;
7. 45 Pelaku Usaha melakukan pengurangan tenaga kerja pasca pandemi;
8. 45 Pelaku Usaha melakukan strategi khusus untuk dapat bertahan pasca pandemi, di antaranya menguatkan pemasaran digital terhadap produknya, membuat inovasi produk, meningkatkan pelayanan, serta aktif mengikuti event-event yang diselenggarakan pemerintahan Kota Banjarmasin.

Dari uraian analisis di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang melakukan transformasi digital terbukti efektif meningkatkan omset penjualan pasca pandemi. Dari wawancara dan data yang didapat pada tabel 8, pelaku usaha yang belum maksimal bertransformasi digital, maka didapatkan hasil analisis:

1. 38 Pelaku Usaha menyatakan mengetahui transformasi digital, dan 7 Pelaku Usaha menyatakan tidak mengetahui tentang transformasi digital;
2. 45 Pelaku Usaha menyatakan mempunyai kendala dalam menggunakan pemasaran digital, yaitu kemampuan mengoperasikan aplikasi, *e-commerce* maupun *market place* yang kurang memadai;
3. 25 Pelaku Usaha menyatakan pernah mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran digital sisanya 20 menyatakan belum pernah mengikuti pelatihan yang diselenggarakan pemerintah Kota Banjarmasin melalui berbagai Instansi maupun Dinas terkait, yang artinya informasi sosialisasi maupun pelatihan yang dilaksanakan belum menyeluruh;
4. 35 Pelaku Usaha beranggapan bahwa hasil pelatihan pemasaran digital tidak dapat diaplikasikan pada usaha, hal ini artinya pelatihan yang dilaksanakan pemerintah ternyata belum sepenuhnya membawa manfaat yang signifikan untuk para pelaku usaha, sehingga mereka masih mempertahankan cara tradisional atau belum mampu bertransformasi digital;

5. 45 Pelaku Usaha beranggapan bahwa pemasaran digital tidak berpengaruh terhadap omset penjualan selama pandemi karena mereka tidak menggunakannya;
6. 45 Pelaku Usaha menyatakan tidak atau belum menggunakan alat/mesin dalam menjalankan produksi usahanya;
7. 45 Pelaku Usaha melakukan pengurangan tenaga kerja pasca pandemi;
8. 45 Pelaku Usaha melakukan strategi khusus untuk dapat bertahan pada pasca pandemi dengan meningkatkan pelayanan dan komunikasi yang baik terhadap konsumen, karena 45 Pelaku Usaha ini telah merintis usaha lebih dari 10 tahun dan telah memiliki konsumen yang loyal, sehingga meskipun tidak bertransformasi digital mereka tetap dapat bertahan.

Dari beberapa uraian analisis di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku usaha yang belum atau tidak melakukan transformasi digital di Kota Banjarmasin yang dapat bertahan adalah yang usahanya telah berjalan lebih dari 10 tahun dan telah memiliki pangsa pasar serta konsumen yang loyal dengan tetap mengutamakan pelayanan dan kualitas produk.

Strategi Bertahan

Metode analisis SWOT merupakan analisis yang paling dasar dalam melakukan analisis strategi, yang bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan atau suatu topik dari 4 sisi yang berbeda. Hasil dari analisis ini biasanya berupa arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan untuk menambah keuntungan (Sugi, 2019).

Tabel 9. Matriks SWOT Strategi Bertahanan untuk Industri Kecil dan Menengah

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
	1. Perkembangan Teknologi dan Informasi yang semakin pesat 2. Pemerintah Kota Banjarmasin turut membantu pemulihan perekonomian pasca pandemi dengan mengadakan berbagai pelatihan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan khususnya di bidang transformasi digital	1. Kemampuan Pelaku Usaha belum memadai untuk mengikuti perkembangan teknologi 2. Masih ada kendala yang dihadapi Pelaku Usaha setelah pelatihan sehingga tidak semua hasil pelatihan bisa dimanfaatkan secara maksimal
Peluang (Opportunity)	SO (Strength-Opportunity)	WO (Weakness-Opportunity)
1. Perubahan pola Konsumsi Masyarakat Banjarmasin, dari yang tradisional ke digital atau <i>online shopping</i> 2. Kemudahan dalam bertransaksi secara digital 3. Banyak bermunculan produk baru yang lebih variatif	1. Mengoptimalkan penggunaan <i>market place</i>, sosial media, <i>Flatfrom</i> digital dan lain sebagainya dalam pemasaran produk 2. Berinovasi agar produk yang ditawarkan mampu bersaing 3. Dukungan Pemerintah Kota Banjarmasin agar dapat membantu dalam kemudahan	1. Melakukan pengembangan Sumber Daya Manusia agar terampil dan melek teknologi 2. Memberikan pelatihan dan monitoring evaluasi yang berkelanjutan agar dapat maksimal memanfaatkan teknologi dan budaya saing

	informasi mengenai izin usaha, perizinan ekspor-impor, P-IRT, produk halal, serta kemudahan mendapatkan bahan baku.	
Ancaman (Threat)	ST (Streght-Threat)	WT (Weakness-Threat)
1. Perubahan Keadaan akibat pandemi 2. Kurangnya pengetahuan tentang transformasi digital 3. Persaingan harga, pelayanan dan kualitas produk yang ketat	1. Menyiapkan strategi bertahan agar pelaku usaha tetap beroperasi meski dalam keadaan pandemi 2. Mengoptimalkan peran sumber daya manusia agar dapat memanfaatkan teknologi	1. Bertransformasi digital bagi pelaku usaha yang belum maksimal menerapkan dengan cara mengoptimalkan fungsi digitalisasi yang memberikan kemudahan informasi agar siap menghadapi berbagai keadaan atau situasi apapun.

Dari matriks analisis SWOT pada Tabel 9. Diidentifikasi terdapat beberapa alternatif strategi pada analisis SWOT, seperti strategi SO yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ST memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada untuk menghindari ancaman. Strategi WO yaitu memperbaiki kelemahan yang ada dengan pemanfaatan peluang yang ada. Strategi WT yaitu defensive dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman yang ada (Wulandari DS et al, 2024).

Hasil Analisis SWOT

Dari hasil analisis SWOT di atas dapat dilihat bahwa Pelaku Usaha di Kota Banjarmasin dalam kondisi Strategi Agresif. Strategi Agresif artinya pelaku usaha dalam kondisi bagus dan prima yang sangat memungkinkan untuk berkembang lebih baik dengan mengoptimalkan transformasi digital agar melakukan ekspansi memperbesar kemajuan, dan meraih keberhasilan dengan maksimal, dengan kata lain agresif adalah meningkat kearah yang lebih baik. Mengindikasikan bahwa kekuatan lebih besar dari kelemahan dan peluang yang muncul lebih besar dari ancaman yang akan timbul (Saifuddin, 2020). Oleh karena itu strategi yang dapat digunakan adalah strategi SO untuk dapat bertahan baik dalam masa sekarang maupun dimasa mendatang, strategi SO yang dirumuskan yaitu:

1. Mengoptimalkan penggunaan *market place*, sosial media, *Flatfrom* digital dan lain sebagainya dalam pemasaran produk
2. Berinovasi agar produk yang ditawarkan mampu bersaing
3. Dukungan Pemerintah Kota Banjarmasin agar dapat membantu dalam kemudahan informasi mengenai izin usaha, perizinan ekspor-impor, P-IRT, produk halal, serta kemudahan mendapatkan bahan baku.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan omset penjualan dan dapat menjadi kekuatan untuk para pelaku usaha industri kecil dan menengah di Kota Banjarmasin agar dapat terus mengembangkan usahanya, untuk pelaku usaha yang belum maksimal menerapkan

transformasi digital maka diharapkan terus berupaya mengatasi berbagai kendala yang dihadapi dalam betransformasi demi berkembangnya usaha yang dijalankan.

Melalui Analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa kekuatan dari startegi bertahan yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi serta peran pemerintahan Kota Banjarmasin yang turut membantu pemulihan perekonomian pasca pandemi dengan mengadakan berbagai pelatihan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan khususnya di bidang transformasi digital.

Adapun kelemahannya adalah kemampuan pelaku usaha yang belum memadai untuk mengikuti perkembangan teknologi serta masih ada kendala yang dihadapi setelah pelatihan sehingga tidak semua hasil pelatihan bisa dimanfaatkan secara maksimal. Peluangnya adalah perubahan pola konsumsi masyarakat kota Banjarmasin, dari yang tradisional ke digital atau *online shopping* dan kemudahan dalam bertransaksi secara digital serta banyak bermunculan produk baru yang lebih variatif. Ancamannya adalah perubahan keadaan akibat pandemi, kurangnya pengetahuan tentang transformasi digital serta persaingan harga, pelayanan dan kualitas produk yang ketat, sehingga strategi ketahanan yang sebaiknya digunakan adalah strategi Kekuatan dan Peluang SO (*Strength-Opportunity*) untuk dapat bertahan baik dalam masa sekarang maupun yang akan datang, strategi SO yang dirumuskan adalah mengoptimalkan penggunaan *market place*, sosial media, *Flatfrom digital* dan lain sebagainya dalam pemasaran produk, berinovasi agar produk yang ditawarkan mampu bersaing, dan dukungan Pemerintah Kota Banjarmasin agar dapat membantu dalam kemudahan informasi mengenai izin usaha, perizinan ekspor-impor, P-IRT, sertifikasi produk halal, serta kemudahan mendapatkan bahan baku.

Harapannya penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta segala saran dapat dijadikan alternatif rujukan demi terciptanya masyarakat yang sejahtera melalui Industri Kecil dan Menengah, saran untuk penelitian lebih lanjut dapat memperluas wilayah penelitian di Provinsi Kalimantan Selatan.

REFERENSI

- Arikunto. (2020). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Center, K. I. (2020). *Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*.
- Hadian Wijoyo, A. A. F. W. dkk. (2021). *Startegi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi* (Wijoyo, Hadion, Vol. 1). Insan Cendekia Mandiri.
- Hari Widodo. (2022, August 9). *Dorong Perkembangan UMKM di Kota Banjarmasin*. Banjarmasin.Tribunnews.Com.
- Matt, C., Hess, T., & Benlian, A. (2015). *Digital Transformation Strategies*. *Business and Information Systems Engineering*, 57(5), 339-343. <https://doi.org/10.1007/S12599-015-0401-5>
- Sugi, C. (2019). *Analisis SWOT: Pengertian, Metode Analisis, dan Contohnya*.
- Sugiyono. (2022). *Penelitian Kualitatif* (Vol. 1). Alfabeta.
- Wulandari, DS, Prasetya, MRA. (2023). *Transformasi Digital dan Strategi Ketahanan Pasca Pandemi pada UMKM di Kota Banjarmasin*. *Economic and Education Journal (Education)* 5(2), 239-255
<http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/ecoducation>
- Wulandari, DS, Tumanggor, AHU. (2024). *Dampak Transformasi Digital pada Pasar Tradisional*. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 8(1), 52-57
<https://doi.org/10.35130/jrimk>
- Zuchri Abdussamad. (2021). *Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif*.