

Peningkatan Kesiapan Transformasi Digital pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pakaian Jadi Melalui Evaluasi Maturity Model = Increasing Digital Transformation Readiness in Small and Medium Apparel Enterprises Through Maturity Model Evaluation

Latifa Mardhiyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544066&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Namun akibat dampak pandemi COVID-19, kontribusi UKM terhadap PDB menurun. Transformasi digital menjadi solusi yang diusulkan untuk menghadapi tantangan ini. Banyak UKM telah mengadopsi digitalisasi, meskipun menghadapi kendala seperti pemasaran produk, akses permodalan, persediaan bahan baku, dan adopsi teknologi digital. Peluang digitalisasi termasuk peningkatan efisiensi dan akses pasar global melalui internet yang meluas di Indonesia. Rekomendasi strategis meliputi implementasi sistem manajemen produksi terintegrasi, pemindaian dan digitalisasi dokumen, analisis data pelanggan, dan pelatihan keterampilan digital dasar. Studi ini menggunakan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk merancang strategi transformasi digital, dengan fokus utama pada perencanaan proses bisnis internal UKM pakaian jadi. Langkah-langkah strategis diusulkan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan adaptabilitas, termasuk penggunaan teknologi yang tepat, pelatihan karyawan, dan restrukturisasi organisasi. Tujuan jangka pendek (6-12 bulan) dan jangka panjang (5 tahun) telah ditetapkan untuk membantu UKM mencapai kematangan transformasi digital yang lebih tinggi. Dengan fokus pada proses bisnis internal, langkah-langkah ini diharapkan dapat membawa UKM pakaian jadi ke tingkat yang lebih maju dalam era digital.

.....Small and medium enterprises (SMEs) play an important role in the Indonesian economy, making a significant contribution to gross domestic product (GDP) and job creation. However, due to the impact of the COVID-19 pandemic, the contribution of SMEs to GDP has decreased. Digital transformation is a proposed solution to overcome this challenge. Many SMEs have adopted digitalization, even though they face obstacles such as product marketing, access to capital, raw material supplies, and the application of digital technology. Digitalization opportunities include increasing efficiency and expanding global market access via the internet in Indonesia. Strategy recommendations include implementing an integrated production management system, document scanning and digitization, customer data analysis, and basic digital skills training. This study uses the Analytic Hierarchy Process (AHP) method to design a digital transformation strategy, with the main focus on planning the internal business processes of apparel SMEs. Strategic measures are proposed to increase efficiency, productivity, and adaptability, including appropriate use of technology, employee training, and organizational reconstruction. Short-term (6-12 months) and long-term (5 years) goals have been set to help SMEs achieve higher digital transformation maturity. By focusing on internal business processes, these steps are expected to bring SME clothing to a more advanced level in the digital era.