



Solusi Basis Data Berbasis Awan untuk Manajemen Proyek Pada Usaha Kecil dan Menengah

Idham Mahrivi

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

Muhammad Irwan Padli Nasution

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

Email : *idhampedesi@gmail.com*

Abstrak. Penelitian ini membahas tentang solusi basis data berbasis awan untuk manajemen proyek pada Usaha Kecil dan Menengah(UKM). Komputasi awan atau yang sering disebut dengan cloud computing merupakan paradigma yang mana penyimpanan informasi yang didapat secara permanen akan tersimpan di server internet dan informasi dalam bentuk sementara akan disimpan di komputer klien atau pengguna. Untuk mendukung jumlah maksimum pengguna dan layanan yang efektif dengan sumber daya minimum, penyedia layanan Internet menciptakan Cloud Computing. Teknologi media sosial memiliki potensi untuk diintegrasikan ke dalam berbagai proses bisnis, termasuk manajemen merek, kinerja bisnis, manajemen hubungan pelanggan (CRM), manajemen inovasi, dan manajemen produk baru. Kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di negara berkembang telah terpengaruh oleh meningkatnya persaingan karena mereka berusaha untuk memperluas ruang lingkup operasional mereka dan memperluas ke pasar baru. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode literature review yang dimana penulis mendapatkan jawaban dari masalah yang diulas menggunakan penelitian terdahulu dengan membaca jurnal yang telah terbit.

Kata Kunci : UKM, CRM, Media Sosial, Basis Data

Abstract. This research discusses cloud-based database solutions for project management in Small and Medium Enterprises (SMEs). Cloud computing or what is often called cloud computing is a paradigm in which the storage of information obtained permanently will be stored on an internet server and information in temporary form will be stored on the client's or user's computer. To support the maximum number of users and effective services with minimum resources , Internet service providers created Cloud Computing. Social media technology has the potential to be integrated into a variety of business processes, including brand management, business performance, customer relationship management (CRM), innovation management, and new product management. The performance of small and medium enterprises (SMEs) in developing countries has been affected by increasing competition as they seek to expand the scope of their operations and expand into new markets. In this research the author uses a literature review method where the author gets answers to the problems reviewed using previous research by reading published journals.

Keywords: SMEs, CRM, Social Media, Database

LATAR BELAKANG

Penggunaan database cloud semakin mejadi tren yang digunakan oleh berbagai perusahaan, tetapi bila penggunaan nya tidak tepat maka akan mengakibatkan biaya yang mahal, sehingga membebani peruhaan dan teknolgi yang ada bukannya memberikan kebaikan malah dianggap sebagi biaya yang sangat mahal. Untuk mengantisipasi biaya yang mahal tersebut beberapa perusahaan bahkan mengorbankan hal yang penting bagi database misalkan mengurangi jumlah retensi backup atau meniadakan sistem High Avaibility dari database tersebut.

Untuk mendukung jumlah maksimum pengguna dan layanan yang efektif dengan sumber daya minimum, penyedia layanan Internet menciptakan Cloud Computing. dalam beberapa tahun, Cloud Computing yang muncul telah menjadi teknologi yang hangat. Penyampaian layanan oleh penyedia layanan cloud dalam hal Data Base penting karena lingkungan cloud memberikan akses ke perangkat keras, perangkat lunak, dan informasi lain yang terpusat. Dengan database sebagai model layanan, pemilik aplikasi tidak perlu menginstal dan memelihara database itu sendiri. Sebaliknya, penyedia layanan database bertanggung jawab untuk menginstal dan memelihara database, dan pemilik aplikasi dikenai biaya sesuai dengan penggunaan layanan mereka. Sistem manajemen basis data cloud adalah basis data terdistribusi yang memberikan komputasi sebagai layanan, bukan produk. Ini adalah berbagi sumber daya, perangkat lunak, dan informasi antara beberapa perangkat melalui jaringan yang sebagian besar merupakan internet. Lingkungan cloud computing menyediakan platform untuk berbagi sumber daya komputasi dan menyediakan layanan yang berbeda seperti SaaS, PaaS dan IaaS yang akan digunakan oleh organisasi sebagai pribadi, publik atau Hybrid. Komputasi awan pada dasarnya dikenal dengan Everything as-a-service. Karena komputasi awan digunakan bersama sumber daya terdistribusi di seluruh dunia jaringan luas (misalnya internet) di lingkungan terbuka, sehingga akan menimbulkan berbagai masalah keamanan di lingkungan cloud dan aplikasinya. Di komputer pribadi, memiliki kendali penuh atas data dan proses tetapi dalam lingkungan cloud menggunakan data dan layanan aplikasi yang disediakan oleh beberapa penyedia layanan cloud lainnya.

Keamanan adalah perhatian utama untuk database dan penyedia cloud membutuhkan kerahasiaan untuk menyimpan data di database. Dalam tulisan ini menunjukkan perhatian pada keamanan dan pencegahan database sebagai layanan di cloud dengan mencari dari beberapa jurnal yang terpilih yang sudah ada sebagai pengetahuan bagi user yang ingin data base nya di kelola oleh pihak ketiga. Cloud Computing adalah model untuk memungkinkan akses jaringan di mana-mana, nyaman, sesuai permintaan ke kumpulan bersama sumber daya komputasi yang dapat dikonfigurasi (misalnya, jaringan, server, penyimpanan, aplikasi, dan layanan) yang

dapat disediakan dan dirilis dengan cepat dengan upaya manajemen minimal atau interaksi penyedia layanan

METODOLOGI PENELITIAN

Penulis menulis artikel ini menggunakan metode literature review, yaitu sebuah metode yang sistematis, eksplisit dan reproduibel untuk melakukan identifikasi, evaluasi dan sintesis terhadap karya-karya hasil penelitian dan hasil pemikiran yang sudah dihasilkan oleh para peneliti dan praktisi. Berupa penjelasan atau pembahasan mengenai teori-teori yang terkait dengan temuan atau topik penelitian tersebut. Penjelasan teori-teori ini kemudian menjadi landasan teori yang digunakan dalam pembuatan karya ilmiah atau dalam melakukan kegiatan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Basis Data

Basis data terdiri dari 2 kata yaitu basis dan data. Basis kurang lebih sebagai tempat berkumpul sedangkan data adalah representasi fakta dari dunia nyata yang mewakili suatu object. Sebagai suatu kesatuan basis data dapat diartikan sebagai “Kumpulan data yang saling berhubungan yang disimpan secara bersama sedemikian rupa dan tanpa pengulangan yang tidak perlu, untuk memenuhi berbagai kebutuhan”. Database dibagi menjadi 3 dokumen besar yaitu menu-types , menus , dan transaction. Menu-types adalah database yang menyimpan kategori menu / makanan yang ditawarkan. Sehingga rumah makan dapat menambahkan tipe menu tambahan atau mengubah tipe menu setiap saat (apabila diperlukan). Namun pengelolaan tipe menu ini tidak termasuk pada lingkup penelitian yang berfokus pada pemesanan kali ini.

Dokumen kedua menyimpan menu yang ditawarkan. Pada dokumen ini di simpanlah nama makanan, harga, deskripsi, dan detil detil lain yang diperlukan pelanggan. Penyimpanan gambar menu sendiri disimpan pada penyimpanan yang terpisah pada firebase sehingga yang disimpan pada dokumen ini adalah hanya link terhadap penyimpanan tersebut. Dokumen terakhir menyimpan informasi transaksi yang dilakukan. Transaksi terbagi menjadi dua bagian besar yaitu transaksi yang terbuka (open) dimana pelanggan dapat memasukkan pesanan baru atau transaksi yang tertutup (closed) dimana pelanggan hanya dapat melihat data transaksi. Selain dari hal itu dokumen transaksi juga menyimpan dua bagian besar yaitu `orderedItem` dan `cart`. `Cart` atau kereta belanja akan menyimpan pesanan sementara dari pelanggan, sedangkan `orderedItem` akan menyimpan pesanan pelanggan yang sudah terkonfirmasi.

Komputasi Awan

Komputasi awan atau yang sering disebut dengan cloud computing merupakan paradigma yang mana penyimpanan informasi yang didapat secara permanen akan tersimpan di server internet dan informasi dalam bentuk sementara akan disimpan di komputer klien atau pengguna.

Komputasi awan juga dapat diartikan sebagai penggabungan komputasi dalam suatu jaringan yang berbasis internet yang akan difungsikan untuk menjalankan aplikasi komputer tersebut. Komputasi awan juga termasuk dalam teknologi abstraksi infrastruktur yang disembunyikan sehingga membuat pengguna dapat mengakses internet tanpa mengetahui proses, infrastruktur dan teknologi yang terdapat didalamnya.

Pada dasarnya cloud computing ini memberikan manfaat yang bersifat cloud komputasi yaitu dapat memberikan skalabilitas. Skalabilitas disini merupakan proses untuk menambahkan kapasitas pada cloud computing, sehingga tanpa membutuhkan peralatan lainnya seperti hardisk, karena cloud computing telah menyediakan layanan atau fasilitas untuk menambah kapasitas. Manfaat lainnya yang diberikan cloud adalah aksesibilitas, aksesibilitas disini adalah pengguna dapat dengan mudah untuk mengakses data dan informasi yang pengguna butuhkan. Secara umum layanan komputasi awan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu :

1. Infrastructure As A Service

Infrastructure As A Service (IaaS) atau yang lebih dikenal dengan singkatan IaaS ini berupa layanan yang menyediakan penyewaan terhadap infrastruktur IT diantaranya adalah unit computer, storage, memory, dan network. Sehingga dapat didefinisikan beberapa beberapa besar unit komputasinya atau(CPU), penyimpanan data (storage), memory (RAM), bandwidth dan konfigurasi lainnya yang dapat disewakan. Sehingga komponen -komponen dapat digunakan untuk membangun berupa virtual server yang dapat di instalasi secara langsung di sistem operasinya yang sesuai kebutuhan. Sehingga dengan cara seperti ini dapat menghemat biaya untuk dapat membangun sebuah komputer secara fisik dan juga dapat dilakukan perubahan konfigurasi sesuai kebutuhannya.

2. Platform As A Service

Jika IaaS menyediakan penyewaan terhadap infrastruktur IT beda halnya dengan Platform As A Service (PaaS) yang hanya menyediakan platform berupa sistem operasi, database, web server dan framework aplikasi. Jadi perusahaan yang mendirikan layanan ini hanya bertanggung jawab dalam pemeliharaan platformnya saja. Sehingga keuntungan menggunakan layanan ini adalah pengguna hanya fokus terhadap bagaimana merawat aplikasi yang di bangun

tanpa memelihara platform yang akan digunakan. Salah satu layanan yang menyediakan layanan PaaS adalah Amazon web dan Window Azure.

3. Software As A Service (SaaS)

Saat ini merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh cloud computing yang bertugas untuk menyediakan aplikasi sehingga pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut secara langsung yang telah disediakan atau dibuat oleh cloud provider. Keuntungan menggunakan SaaS ini sangat dirasakan oleh pengguna karena pengguna tidak perlu lagi membeli lisensi untuk menjalankan suatu aplikasi yang akan mereka gunakan. Sehingga pengguna hanya memerlukan perangkat klien dan internet untuk menjalankan sebuah aplikasi.

Keadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Asia Tenggara

Pesatnya kemajuan teknologi digital telah sangat berdampak pada kehidupan kita, terutama dengan meluasnya penggunaan Internet. Pada tahun 2023, jumlah pengguna Internet di seluruh dunia melampaui setengah dari populasi global, mencapai 5.18 miliar yang mengejutkan dan pengguna media sosial 4.8 miliar orang (Statista, 2023). Kemajuan teknologi ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi digital.

Namun, Low dkk. (2022) mengungkapkan bahwa meskipun prevalensi teknologi di berbagai sektor seperti media, ritel, dan keuangan, industri masih beroperasi kurang dari 40% dari potensi digitalisasi mereka. Ini menunjukkan bahwa ada potensi yang belum dimanfaatkan dalam memanfaatkan teknologi digital sepenuhnya, dan mencapai ekonomi digital yang sepenuhnya terwujud tetap menjadi prioritas bagi negaranegara di seluruh dunia (Sturgeon, 2021).

Selain itu, munculnya transformasi digital telah secara signifikan mengubah kegiatan kewirausahaan dalam perusahaan. Dalam konteks global, adopsi teknologi digital yang meluas merupakan pendorong penting bagi perusahaan untuk mengembangkan proses dan praktik kewirausahaan agar tetap kompetitif. Munculnya Industri 4.0 dan kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa manfaat besar bagi perekonomian di seluruh dunia (Chatterjee dkk., 2022). Gelombang kemajuan teknologi ini telah secara dramatis mempengaruhi dinamika proses kewirausahaan dalam perusahaan. Berbagai sarjana telah menafsirkan kewirausahaan dalam konteks yang beragam (Singh dkk., 2023).

Meskipun perusahaan besar di seluruh dunia dapat mengadopsi media sosial dan strategi berbasis internet lainnya tanpa memerlukan sumber daya tambahan, usaha kecil dan menengah (UKM) juga dapat memanfaatkan adopsi media sosial karena harganya yang terjangkau, mudah digunakan, dan kemampuannya untuk menjangkau banyak konsumen (Qalati dkk., 2022). Adopsi media sosial semakin lazim di kalangan perusahaan yang sedang tumbuh di negara-negara berkembang dan dianggap sebagai

strategi penting bagi UKM (Chatterjee & Kumar Kar, 2020). UKM memanfaatkan platform media sosial, yang sangat populer di kalangan usaha kecil di negara berkembang. Media sosial memfasilitasi komunikasi yang efektif dan efisien antara bisnis dan pelanggan, memungkinkan bisnis untuk memahami kebutuhan pelanggan dan merespons dengan cepat (AlQershi dkk., 2020). Selain itu, media sosial menawarkan opsi hemat biaya untuk analitik, pelacakan konversi, manajemen konten, penerbitan otomatis, dan penargetan pelanggan. Pentingnya penggunaan media sosial oleh UKM ditekankan dalam literatur kewirausahaan dan bisnis di negara maju dan berkembang. Hal ini memungkinkan UKM untuk memperkuat hubungan pelanggan dan berdampak positif terhadap kinerja penjualan, sehingga mempertahankan posisi kompetitif mereka (Olanrewaju dkk., 2020).

Sejumlah penelitian telah berfokus pada memeriksa penggunaan dan dampak media sosial dari perspektif bisnis-konsumen (Sohn & Kim, 2020). Misalnya, para peneliti telah menyelidiki pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen dan pengaruhnya terhadap promosi merek dan bisnis elektronik. Namun, literatur membutuhkan wawasan komprehensif tentang bagaimana UKM mengadopsi, memilih, atau memanfaatkan platform media sosial (Pamuksuz dkk., 2021). Penelitian terbatas telah mengeksplorasi adopsi dan penggunaan media sosial dan perencanaan strategis dalam manajemen bisnis dan dampaknya terhadap kinerja organisasi. Sebaliknya, beberapa penelitian telah mengeksplorasi kinerja keseluruhan adopsi media sosial dan peran mediasi UKM (Melović dkk., 2020).

Beberapa area masih belum dijelajahi, termasuk penggunaan dalam konteks UKM, pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup UKM, anteseden keberhasilan UKM, dan mediasi media sosial dan interaksinya dengan perwakilan bisnis dan pelanggan (Hu dkk., 2023). Selain itu, penelitian lebih lanjut harus dilakukan pada faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi media sosial melalui kinerja UKM di negara-negara berkembang, terutama Negara-negara Asia Tenggara (SEA).

Selain itu, UKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan, menghasilkan lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing baik di pasar domestik maupun internasional (Chakraborty & Biswas, 2019). Namun, terlepas dari kontribusi signifikan mereka terhadap negara berkembang, UKM sering membutuhkan bantuan untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh pasar yang dinamis (Abed, 2020).

Akses terbatas ke teknologi dan sumber daya menghambat pertumbuhan dan potensi UKM untuk menjadi pendorong penting pembangunan ekonomi di negara-negara ini. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, UKM harus mengadopsi proses kewirausahaan yang merangkul teknologi digital. Dengan mengintegrasikan teknologi modern secara strategis seperti sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM),

perencanaan strategis, dan TOE, UKM dapat mencapai kewirausahaan digital yang sukses dan meningkatkan praktik kewirausahaan mereka (Chatterjee dkk., 2022).

Akibatnya, UKM secara signifikan berdampak pada ekonomi, terutama di negara-negara berkembang, di mana mereka terdiri dari banyak bisnis. Perusahaan-perusahaan ini sangat penting untuk produk pengembangan baru, kemampuan pemasaran, dan penciptaan lapangan kerja dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi secara keseluruhan dalam skala global.

UKM terdiri dari sekitar 90% bisnis di seluruh dunia dan memainkan peran penting dalam pekerjaan, terhitung lebih dari 50% peluang kerja (World Bank, 2023). Di negara berkembang, UKM formal berkontribusi hingga 40% dari pendapatan nasional, diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB).

Solusi Manajemen Proyek Pada Usaha Kecil Menengah

Kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di negara berkembang telah terpengaruh oleh meningkatnya persaingan karena mereka berusaha untuk memperluas ruang lingkup operasional mereka dan memperluas ke pasar baru. Namun, upaya mereka untuk menyelaraskan diri dengan lanskap bisnis teknologi global yang dinamis telah terhalang oleh berbagai tantangan, termasuk kurangnya komitmen untuk mengadopsi teknologi baru, kekurangan dalam keterampilan teknis dan jaringan, sumber daya manusia yang tidak mencukupi, dan pemilihan teknologi yang tidak tepat (Ali, 2023; Baldegger dkk., 2021).

Akibatnya, pengaruh asing dan produk telah menjadi ciri lingkungan industri dan komersial. Menanggapi tantangan ini, UKM di Indonesia secara aktif bekerja untuk meningkatkan kegiatan ekonomi dan komersial kawasan dengan meningkatkan keunggulan kompetitif UKM, baik di dalam negeri maupun internasional. Untuk mencapai hal ini, pemerintah negara-negara ini telah memperkenalkan beberapa inisiatif, seperti Badan Pengembangan Teknologi Informasi Nasional, Rencana Revolusi Industri Nasional, dan Kantor Nasional untuk Akuisisi dan Promosi Teknologi. Inisiatif ini memberdayakan UKM untuk mengadopsi teknologi industri yang mapan dan merangkul yang baru yang disesuaikan dengan kebutuhan unik bangsa. Terlepas dari upaya ini, UKM memerlukan pedoman yang lebih standar, mendorong mereka untuk mengembangkan kemampuan dan produk yang berbeda untuk memperluas operasi mereka dan secara efektif menavigasi tantangan yang ditimbulkan oleh globalisasi. Mengakui peran penting kemampuan dalam memperkuat keunggulan kompetitif dan kinerja secara keseluruhan, pandangan berbasis sumber daya (RBV) dan pandangan kemampuan dinamis secara konsisten menggarisbawahi pentingnya atribut ini (Teece dkk., 1997; Barney, 1991; Wernerfelt, 1984).

Kinerja menunjukkan output dari sistem manajemen dan operasional, menawarkan wawasan untuk memanfaatkan sumber daya internal dan eksternal secara

efektif. Evaluasi kinerja biasanya mengadopsi perspektif berorientasi proses, yang mencakup penilaian efisiensi dan efektivitas bisnis melalui berbagai metrik (Dvouletý dkk., 2021; Henri, 2004). Evaluasi ini membentuk dasar untuk meningkatkan operasi bisnis dan menyempurnakan strategi. Proses evaluasi kinerja berkontribusi pada siklus perencanaan dan pengendalian dengan memberikan data, umpan balik, dan implementasi strategi pemantauan (Gu dkk., 2021; Martínez-Caro dkk., 2020). Mengikuti kerangka kerja yang diusulkan oleh evaluasi kinerja mencakup dua dimensi: efektivitas, diukur melalui parameter seperti laba, penjualan, pertumbuhan, dan pangsa pasar, dan efisiensi, dinilai menggunakan metrik seperti laba atas investasi (Auh & Menguc, 2005a). Selaras dengan prinsip-prinsip RBV, kinerja yang sukses bergantung pada pemanfaatan strategi sumber daya internal dan eksternal. Tindakan strategis ini termasuk memperkenalkan produk atau layanan inovatif, beradaptasi dengan manuver pesaing, dan menunjukkan ketahanan dalam menghadapi perubahan legislatif (Auh & Menguc, 2005; Chahal dkk., 2020).

Selanjutnya, logika peluang menggarisbawahi pengejaran kinerja yang sukses melalui inovasi abadi dan inisiatif kompetitif (Hadi dkk., 2020). Pendekatan ini bertujuan untuk melawan pengaruh pesaing atau pemain baru yang memiliki pengetahuan pasar yang ditingkatkan, memanfaatkan sumber daya inovatif untuk menantang status quo yang ada. Lanskap yang terus berkembang, didorong oleh pergeseran teknologi, sosial ekonomi, dan budaya, memperkenalkan prospek baru yang dapat menantang keuntungan pasar yang sudah mapan.

Kemudian, mencapai profitabilitas yang berkelanjutan menuntut komitmen berkelanjutan terhadap tindakan kompetitif (Salisu & Abu Bakar, 2020). Kinerja bisnis mencerminkan puncak dari upaya organisasi (Fikri dkk., 2022a; Saunila dkk., 2014). Evaluasi kinerja bisnis memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan dan memberikan wawasan tentang efektivitas operasi mereka dalam hal biaya, kualitas, kuantitas, dan ketepatan waktu (Wahyuni & Sara, 2020). Terlepas dari ukurannya, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan raksasa dan bahkan mencakup domain ekspor-impor, mengukur kinerja bisnis tetap sangat diperlukan. Praktik ini berfungsi untuk mengevaluasi posisi organisasi mengenai tolok ukur atau kemajuannya, mengkomunikasikan posisi ini baik secara internal maupun kepada pemangku kepentingan, menetapkan prioritas manajemen, mengendalikan biaya, fokus pada investasi dan tindakan strategis, dan berfungsi sebagai mekanisme untuk memotivasi dan menghargai kemajuan (Fikri dkk., 2022b).

Karakterisasi kinerja bisnis sering jatuh ke dalam dua dimensi yang berbeda: keuangan dan operasional (Kurniawan dkk., 2020; Venkatraman & Ramanujam, 1986). Kinerja keuangan mencakup operasi akuntansi dan metrik keuangan, sedangkan kinerja operasional berkisar pada efisiensi dan kemampuan teknologi dalam mengelola sumber

daya perusahaan dan aset manusia (Campos dkk., 2022). Pengejaran peningkatan kinerja yang berkelanjutan mengarahkan perusahaan untuk fokus pada pengurangan biaya, efisiensi, kepatuhan terhadap peraturan, dan penyelarasan dengan prinsip-prinsip praktik yang baik, secara kolektif berkontribusi pada daya tarik mereka kepada pemangku kepentingan dan konsumen (Farooq, 2018).

Mengingat sifat rumit dari kinerja bisnis, definisi yang diterima secara universal tetap sulit dipahami (Hult dkk., 2004). Kinerja bisnis telah ditafsirkan dalam berbagai cara, mencirikannya sebagai pencapaian tujuan organisasi yang terkait dengan profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan pangsa pasar. Evaluasi kinerja bisnis umumnya mengadopsi metodologi pengukuran subjektif atau objektif (Kirca dkk., 2005). Pendekatan obyektif memerlukan indikator kinerja yang dapat diukur seperti profitabilitas, arus kas, dan pangsa pasar, sedangkan pendekatan subyektif melibatkan penilaian berdasarkan metrik keuangan atau non-keuangan yang telah ditentukan.

Teknologi media sosial memiliki potensi untuk diintegrasikan ke dalam berbagai proses bisnis, termasuk manajemen merek, kinerja bisnis, manajemen hubungan pelanggan (CRM), manajemen inovasi, dan manajemen produk baru. Dalam domain pemasaran, banyak UKM menghadapi tantangan dalam membangun hubungan pelanggan jangka panjang, dan penggunaan analisis media sosial telah diidentifikasi sebagai sarana untuk meningkatkan efektivitas proses CRM (Trainor dkk., 2014).

CRM adalah proses pemasaran penting yang secara signifikan berdampak pada kinerja dan keberlanjutan bisnis (Yasiukovich & Haddara, 2021). Ini dianggap sebagai pendekatan pengambilan keputusan strategis yang bertujuan menciptakan nilai bagi para pemangku kepentingan dan menumbuhkan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan yang berharga dan pelanggan potensial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan praktik pemasaran hubungan (Foltean dkk., 2019). Dari perspektif ini, kemampuan CRM telah dikonseptualisasikan sebagai kemampuan organisasi untuk secara efektif memanfaatkan sumber daya yang terbatas (Qalati dkk., 2022). Penelitian teoritis dan empiris sebelumnya telah menyoroti pengaruh positif dari kemampuan CRM pada kinerja bisnis. Menggambar pada

Resource-Based View (RBV), berpendapat bahwa teknologi media sosial meningkatkan kemampuan CRM yang ada Chatterjee dkk. (2023) dan Karim dkk. (2022) melakukan penelitian yang melibatkan 149 organisasi Rumania dan menemukan hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dan kinerja perusahaan. Namun, penelitian empiris lebih lanjut belum dilakukan untuk menguji dan memvalidasi temuan ini dalam konteks UKM di negara berkembang (Abbasi Kamardi dkk., 2022; Galati dkk., 2022).

Organisasi semakin mengadopsi platform media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk komunikasi, layanan pelanggan, hubungan masyarakat, pemasaran,

pemecahan masalah, branding, visibilitas, interaksi dengan pemegang saham, dan iklan (Qalati dkk., 2022). Domma dan Errico (2023) dan Solomon dkk.(2023) telah mengidentifikasi bahwa menggunakan media sosial meningkatkan komunikasi, mendorong kolaborasi, dan meningkatkan interaksi sosial di antara organisasi dan mitra mereka, meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, Domma dan Errico (2023) dan Hu dkk. (2023) beberapa penelitian telah menyoroti dampak signifikan adopsi media sosial terhadap kinerja UKM. Misalnya, menemukan bahwa media sosial telah membantu UKM meningkatkan kinerja di berbagai bidang, seperti layanan dan hubungan pelanggan, aksesibilitas dan berbagi informasi, dan visibilitas merek. Ini juga memfasilitasi pengurangan biaya dalam kegiatan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

KESIMPULAN

Pesatnya kemajuan teknologi digital telah sangat berdampak pada kehidupan kita, terutama dengan meluasnya penggunaan Internet. Pada tahun 2023, jumlah pengguna Internet di seluruh dunia melampaui setengah dari populasi global. Selain itu, munculnya transformasi digital telah secara signifikan mengubah kegiatan kewirausahaan dalam perusahaan. Dalam konteks global, adopsi teknologi digital yang meluas merupakan pendorong penting bagi perusahaan untuk mengembangkan proses dan praktik kewirausahaan agar tetap kompetitif. Tetapi dengan adanya database bersifat awan dapat mempermudah manajemen usaha kecil dan menengah melalui media sosial dan cara yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R., Saida, R. E., & Habibi, W. R. Kata kunci: Tes kepribadian, Tes MBTI, Berbasis Online.
- Fauzan, N. (2024). Bagaimana Adopsi Media Sosial Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah: Analisis Bibliometrik 2013-2023. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 20(2), 182–199. <https://doi.org/10.29313/performa.v20i2.3072>
- Fauzan, R., & Radlya, N. R. (2018). Pengembangan Sistem E-Ukm (Electronic Ukm) Berbasis Cloud Computing Dengan Jenis Layanan Saas (Software As a Service) Pada Sentra Industri Sepatu Di Kota Bandung. *Infotronik : Jurnal Teknologi Informasi Dan Elektronika*, 3(2), 56. <https://doi.org/10.32897/infotronik.2018.3.2.104>
- Hakim, A. M. F., & Santoso, N. (2022). Pengembangan Aplikasi Manajemen Proyek Perusahaan Jasa Konstruksi Kecil dan Menengah berbasis Web (Studi Kasus:

AMF-Haq Engineering and Consultant). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 6(3), 1232–1238.

Handoyo, E. D., Santoso, S., & Surjawan, D. J. (2022). Pengembangan Aplikasi Mobile Pemesanan dan Pembayaran Makanan Berbasis Cloud Storage. Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi, 8(1), 161–174. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4393>

Marliana, M. (2019). J u r n a l P R O D U K T I F | 331 KEAMANAN DAN PENCEGAHAN DATABASE CLOUD COMPUTING UNTUK PENGGUNA LAYANAN Abstraksi Cloud Computing. 3(2), 331–336.

Misbah, M. (2017). Asesmen Maturitas Manajemen Risiko Perusahaan Pada Kontraktor Kecil Dan Menengah. Jurnal Teknik Mesin, 6(2), 87. <https://doi.org/10.22441/jtm.v6i2.1195>

Ramayanti, R., & Iranda, A. (2023). Pengembangan Literasi Informasi Berbasis Modul untuk Siswa Madrasah Aliyah Negeri. *Tik Ilmeu: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 7(1), 157-164. Elektro, J. T. (2020). Layanan cloud computing untuk mendukung kinerja administrasi database tanpa menggunakan perintah sql. 4(2), 87–95.