

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah II, Desa Balunijuk
Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172
Telp (0717) 4260030, 4260031 Email: ijab.jurnal@gmail.com
Laman: <https://ijab.ubb.ac.id>

PENERAPAN MODAL INTELEKTUAL DAN TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA PANGKALPINANG: STUDI KASUS PADA PENGUSAHA GEN Z

**Rulyanti Susi Wardhani¹, Afifah², Alyah Rahmi³, Bessek Tenri Ampa⁴, Dio
Cahyono⁵**

Universitas Bangka Belitung^{1,2,3,4,5}

Korespondensi : rulyantiwardhani67@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of intellectual capital and digital technology to the development of MSMEs managed by Gen Z entrepreneurs in Pangkalpinang City. The approach used is qualitative with a snapshot-type natural case study method, to explore the phenomenon of MSME management in the digital era. Data were collected through interviews, observations, and documentation from 10 informants selected through purposive sampling technique. Data analysis was conducted by matching the results of interviews and observations with the parameters of intellectual capital and the use of digital technology that had been compiled. The results show that Gen Z entrepreneurs actively utilize intellectual capital in the form of creativity, market knowledge, and technical skills in managing their MSMEs. Digital technology, especially social media and e-commerce play an important role in marketing and improving operational efficiency. These findings are linked to the Dynamic Capability Theory that emphasizes the importance of adaptability and innovativeness in the face of rapid business dynamics. This research is expected to provide insights for MSMEs in Pangkalpinang City to be able to improve competitive data in the digital era.

Keywords : Intellectual Capital, Digital Technology, Gen Z, MSMEs, Digital

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan modal intelektual dan teknologi digital terhadap perkembangan UMKM yang dikelola oleh pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus natural bertipe *snapshot*, untuk mendalami fenomena pengelolaan UMKM di era digital. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari 10 informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara dan observasi dengan parameter modal intelektual serta penggunaan teknologi digital yang telah disusun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha Gen Z secara aktif memanfaatkan modal intelektual berupa kreativitas, pengetahuan pasar, dan keterampilan teknis dalam mengelola UMKM mereka. Teknologi digital, terutama media sosial dan *e-commerce* memainkan peran penting dalam pemasaran dan peningkatan efisiensi operasional. Temuan ini dikaitkan dengan Teori Kapabilitas Dinamik yang menekankan pentingnya kemampuan adaptasi dan inovasi dalam menghadapi dinamika bisnis yang cepat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi UMKM di Kota Pangkalpinang untuk dapat meningkatkan daya saing di era digital.

Kata kunci: Modal Intelektual, Teknologi Digital, Gen Z, UMKM, Digital

I. PENDAHULUAN

Pengusaha Gen z adalah pelaku bisnis muda yang memainkan peran penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Pangkalpinang. Generasi ini dikenal dengan karakteristik unik, seperti kemdanirian dalam belajar dan mencari informasi, serta adanya kesadaran yang kuat tentang stabilitas finansial di masa depan (Wahyuni *et al.*, 2024). Dengan demikian, mereka cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital dan modal intelektual sepanjang menjalankan bisnis mereka. Modal intelektual, yang terdiri dari berbagai kecerdasan, keterampilan, pengalaman, serta komitmen yang meningkatkan nilai suatu entitas (Darma, 2016), memungkinkan Gen Z untuk menciptakan nilai tambah dalam bisnis. UMKM sendiri merupakan komponen krusial dalam pembangunan ekonomi daerah, berfungsi sebagai fondasi perekonomian lokal (Wibawa dan Yusnita, 2022). Sektor ini berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan inklusi ekonomi. Adanya peranan yang strategis tersebut menuntut UMKM untuk terus beradaptasi dan berkembang di tengah perubahan pasar yang cepat. Atas hal tersebut, program digitalisasi UMKM menjadi sangat relevan, di mana teknologi digital dan modal intelektual bersinergi dalam menghadapi tantangan bisnis yang ada.

Kota Pangkalpinang, sebagai daerah yang tengah berkembang, telah menetapkan target untuk mendigitalisasi 5.000 pelaku UMKM dari berbagai sektor (Agustika, 022). Pertumbuhan UMKM yang pesat, khususnya dari sektor perdagangan, makanan, minuman, dan kerajinan, yang meningkat 2 persen pada Tahun 2024 berdasarkan data dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perdagangan Kota Pangkalpinang, merupakan peluang strategis yang harus dimanfaatkan dengan baik. Program digitalisasi yang dicanangkan diharapkan mampu memperkuat peran UMKM sebagai penggerak krusial perekonomian daerah selain pertambangan, meningkatkan daya saing, dan mempertahankan keberlanjutan usaha secara berkesinambungan.

Penerapan teknologi digital, yang dikombinasikan dengan modal intelektual, menjadi penting dalam membantu UMKM mengatasi tantangan yang dihadapi. Kombinasi antara teknologi digital dan modal intelektual menciptakan sebuah sinergi yang kuat, di mana keduanya saling melengkapi dan memicu inovasi secara terus menerus. Sinergi ini menjadi kekuatan potensial yang dapat memastikan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang, karena inovasi berkelanjutan memungkinkan bisnis untuk tetap relevan dan adaptif di tengah perubahan bisnis yang dinamis.

Penelitian mengenai bagaimana penerapan teknologi digital dan modal intelektual terhadap berbagai sektor bisnis terutama UMKM telah banyak dikaji dalam penelitian terdahulu yang menghasilkan ragam temuan. Penelitian oleh Bagis *et al.*, (2022) pada UMKM di NTB mengungkapkan bahwa penerapan modal intelektual dan teknologi digital terhadap UMKM mampu membangun keberlangsungan UMKM yang kreatif dengan usia operasi yang panjang, penelitian oleh Chandra (2021) menegaskan temuan berupa keharusan pengungkapan modal intelektual sebagai informasi yang relevan dan penting bagi setiap pengambilan keputusan bisnis, penelitian oleh Sutanti *et al.*, (2020) pada BUMN PT Subang Energi Abadi mengungkapkan temuan bahwa penerapan modal intelektual dan berbagai komponen pendukungnya memberikan pengaruh yang baik bagi kinerja bisnis. Terakhir, penellitian oleh Adhi (2023) terhadap UMKM Ekonomi Kreatif Laweyan Jawa Tengah mengungkapkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran UMKM dan kepemilikan modal intelektual

berdampak langsung dan tidak langsung terhadap volume penjualan.

Melalui penjelasan yang saling berkaitan ini, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan tujuan memahami bagaimana pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang menerapkan teknologi digital dan modal intelektual dalam pengelolaan UMKM mereka, serta bagaimana kedua faktor tersebut mempengaruhi kinerja bisnis dan keberlangsungan usaha mereka. Dua tujuan inilah yang menjadi dasar pelaksanaan penelitian berjudul “Penerapan Teknologi Digital dan Modal Intelektual Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Pangkalpinang: Studi Kasus pada Pengusaha Gen Z”.

II. TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Kapabilitas Dinamik (*Dynamyc Capability Theory*)

Teori kapabilitas dinamik menjelaskan tentang kemampuan yang memungkinkan perusahaan untuk memiliki keunggulan dibandingkan para pesaingnya (Situmorang, 2019). Teori ini menekankan pentingnya para pelaku bisnis memiliki kemampuan dalam mengintegrasikan, membangun, dan mengubah kompetensi internal maupun eksternal untuk merespon dinamika pasar yang cepat (Teece *et al.*, 1997). Penggunaan teori ini relevan dalam konteks UMKM di era digital, di mana pelaku bisnis perlu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi serta modal intelektual yang dimiliki untuk menciptakan keunggulan bersaing yang memberikan nilai tambah bagi bisnis mereka. Teori kapabilitas dinamik membantu mengeksplorasi bagaimana pengusaha Gen Z di Pangkalpinang menggunakan kapabilitas mereka dengan mengombinasikan teknologi digital dan modal intelektual dalam pengelolaan UMKM mereka, untuk meningkatkan kinerja serta keberlanjutan usaha.

Konsep Modal Intelektual

Secara hakikat, modal intelektual merupakan sebuah pengetahuan yang berharga bagi organisasi (Akpinar dan Akdem, 1999). Menurut Mardianto dan Jeclyn (2021), modal intelektual mengacu pada komponen sumberdaya bisnis yang dapat menciptakan nilai tambah jika pemanfaatannya dilakukan secara maksimal. komponen sumberdaya bisnis yang dimaksud dapat berbentuk pengetahuan pelaku bisnis mengenai industri dan pasar, tingkat kepemilikan atas inovasi, kekuatan merek yang berbentuk, keterampilan dan keahlian tenaga kerja, sistem manajemen yang efisien dan efektif, termasuk juga kedanalan teknologi yang diterapkan (Rivdani dan Septiano, 2021). Menurut Akpinar dan Akdem (1999), modal intelektual terbentuk dari tiga komponen dasar yang terdiri dari modal manusia, modal struktural, dan modal eksternal atau modal relasional yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Modal manusia, merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki setiap individu di dalam perusahaan, yang membantu mereka memberikan solusi kepada pelanggan. ini juga meliputi kemampuan perusahaan untuk secara bersamaan memanfaatkan pengetahuan karyawannya guna menciptakan solusi inovatif. Peran penting modal manusia adalah sebagai sumber utama dari lahirnya inovasi dan strategi pembaruan, baik melalui diskusi ide, pemikiran kreatif, peningkatan keterampilan, maupun pengembangan prospek bisnis baru. Kompetensi individu sangat krusial bagi perusahaan, namun kelemahan utamanya munculnya ketika karyawan meninggalkan perusahaan dan membawa serta pengetahuan mereka. Oleh karena itu, modal intelektual yang mencakup komitmen dan kompetensi karyawan sangat berharga dalam memastikan keberlanjutan dan kesuksesan perusahaan.

2. Modal struktural, merujuk pada kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan pasar yang melibatkan konsep dan struktur yang mendukung karyawan dalam mengelola kinerja intelektual secara optimal, sehingga mampu meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. Modal struktural mencakup elemen sistem, struktur, strategi, dan budaya yang menyokong kualitas intelektual karyawan melalui eksekusi bisnis dalam sebuah prosedur yang tersistem.
3. Modal eksternal atau relasional, merujuk pada hubungan perusahaan dengan mitra eksternal seperti pelanggan dan pemasok, serta melibatkan elemen loyalitas, kepuasan, dan reputasi merek, modal ini juga mencakup pengetahuan tentang saluran pasar dan kebijakan publik. Dengan demikian, modal eksternal menjelaskan bahwa hubungan perusahaan dengan pelanggan dan pemasok sangat penting karena memberikan nilai tambah melalui loyalitas dan kepuasan yang berkelanjutan.

Relevansi Konsep Modal Intelektual dalam Konteks UMKM

Menurut Sutanti *et al.*, (2019) pemanfaatan modal intelektual oleh UMKM memberikan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif yang sesuai dengan perubahan dan dinamika pasar. Hal ini mendukung keberlanjutan usaha serta memastikan pelaku UMKM tetap kompetitif. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan elemen modal intelektual secara sinergis cenderung memiliki daya tahan yang lebih tinggi dalam menghadapi perubahan mendasar di lingkungan bisnis seperti kemampuan untuk mengikuti informasi pasar, berinovasi dan menciptakan nilai tambah yang meningkatkan daya saing antar UMKM.

Konsep Teknologi Digital dalam Bisnis

Globalisasi adalah akar dari kemajuan teknologi yang turut mengubah sistem bisnis tradisional yang sebelumnya berjalan secara manual menjadi sebuah sistem bisnis modern yang erat dengan otomatisasi di segala proses. Dengan demikian memotivasi tumbuhnya persaingan yang memanfaatkan peluang bisnis dari sistem bisnis terbaru (Bulak dan Turkiilmaz, 2014). Maksud dari sistem bisnis terbaru yang diadopsi adalah sistem bisnis yang mengadopsi strategi bisnis digital yang bermanfaat dalam menekan biaya, meningkatkan kinerja, dan mencapai keberlanjutan bisnis yang kompetitif berdasarkan keunggulannya dalam memberikan layanan secara cepat, terjangkau dan selalu bersifat terbaru (Chi *et al.*, 2018). Keunggulan lain yang ditawarkan dari teknologi digital yang diterapkan dalam bisnis adalah terbukanya peluang baru melalui konektivitas yang lebih luas, sehingga memungkinkan pelaku bisnis untuk terhubung dengan berbagai sumber modal dan lingkup pasar yang baru (Krisnawati, 2018). Hal ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan bisnis, meningkatkan daya saing, serta memanfaatkan peluang yang sebelumnya sulit diakses.

Peran Teknologi Digital Bagi UMKM

Penggunaan teknologi digital oleh UMKM sangat erat kaitannya dengan strategi bisnis, karena teknologi digital mendukung efisiensi dan pertumbuhan bisnis (Bulak dan Turkiilmaz 2014). Menurut Juarez *et al.*, (2018), bagi UMKM pengadopsian teknologi digital mampu menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan kinerja jangka panjang. Teknologi digital memainkan peran kunci dalam kesuksesan bisnis

berkat keunggulannya mengurangi biaya dan mengefisiensi proses pemasaran, serta memanfaatkan informasi yang tepat. Dengan demikian, teknologi digital yang diadopsi oleh UMKM dapat membantu dalam mengelola bisnis dengan lebih baik bahwa dalam lingkungan yang kompleks (Yoshikuni dan Albertin, 2018).

Karakteristik Pengusaha Generasi Z

Pengusaha generasi Z memiliki karakteristik yang mencerminkan kemandirian, kreativitas, dan inisiatif tinggi dalam berbisnis, baik online maupun offline (Arda, 2019). Mereka cenderung mengombinasikan pendekatan teknologi digital dengan strategi bisnis konvensional, yang memberikan mereka fleksibilitas untuk bersaing di pasar yang semakin dinamis. Ketika menjalankan usaha kecil, mereka bersikap lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi, serta mengutamakan pertumbuhan personal melalui pencapaian prestasi, yang merupakan salah satu ciri penting dari pengusaha sukses (Sajilan *et al*, 2015). Selain itu, karakteristik lain yang menonjol adalah rasa percaya diri yang kuat dan kemampuan mengambil risiko dalam menghadapi ketidakpastian bisnis (Rani dan Tih, 2013). Generasi Z cenderung melihat kegagalan sebagai bagian dari proses belajar dan terus berupaya meningkatkan keterampilan kewirausahaan mereka. Hal ini membuat mereka lebih adaptif dalam menghadapi tantangan pasar, serta lebih mampu bertahan dalam jangka panjang (Al-Dhaafri *et al*, 2013).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus alami dan bertipe *snapshoot* (Creswell dan Creswell 2014), yang bertujuan untuk mendalami fenomena pada UMKM yang dikelola oleh pengusaha Gen Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang konteks, perilaku, dan pengalaman subjek penelitian secara holistik (Sugiyono, 2018). Dengan studi kasus, penelitian ini berfokus pada satu kelompok pengusaha yang diamati atau pengusaha Gen Z yang menjalankan UMKM, sehingga dapat menggali detail dan kompleksitas pengalaman mereka dan pengalaman mereka mengelola bisnis di era digital. Pendekatan *snapshoot* berarti data dikumpulkan pada satu titik waktu tertentu, yang memberikan observasi berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan kondisi nyata yang dihadapi pengusaha Gen Z dalam operasional bisnis mereka.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber langsung dari informan yang diwawancarai yaitu pengusaha Gen Z yang mengelola UMKM di Kota Pangkalpinang maupun bersumber tidak langsung melalui wawancara Menurut Sugiyono (2018), Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui teknik yang melibatkan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Data primer biasanya dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang spesifik maupun informasi yang sebelumnya belum ada. Responden dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria di bawah ini yaitu:

1. Pengusaha berada dalam rentang usia 18-26 tahun
2. Berdomisili di Pangkalpinang.

3. Berstatus sebagai pemilik atau pengelola UMKM
4. Aktif mengadopsi teknologi digital seperti media sosial dan *e-commerce*
5. Menjalankan bisnis UMKM setidaknya dua tahun

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang menurut Hadi (2016) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data yang terdiri sebagai berikut:

1. *Deep Interview*. Teknik ini dilaksanakan terhadap sampel yang jumlahnya terbatas dengan cara mewawancarai secara langsung dan intensif kepada pengusaha Gen Z sebagai informan yang terpilih. Di dalam penelitian ini, data yang diperoleh adalah informasi tentang adopsi teknologi yang dilakukan serta bagaimana pengusaha Gen Z memanfaatkan segenap modal intelektual yang dimilikinya. Data-data tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana penerapan teknologi digital dan modal intelektual pada akhirnya mempengaruhi kinerja bisnis UMKM terkait.
2. Observasi. Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, maupun responden (Sugiyono, 2018). Observasi pada penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengamati proses kerja pengusaha Gen Z secara langsung dalam mengelola UMKM menggunakan teknologi digital seperti media sosial dan *e-commerce* serta dan pemanfaatan modal intelektualnya baik berupa karyawan maupun jaringan relasi yang dibuat.
3. Dokumentasi. Teknik dokumentasi mengumpulkan data melalui dokumen tertulis, foto, video, maupun rekaman yang relevan dengan penelitian. Dokumen yang dianalisis meliputi laporan keuangan sederhana UMKM, catatan operasional, profil usaha, dan konten promosi di media sosial pengusaha Gen Z, sehingga teknik ini membantu memahami lebih dalam bagaimana pengusaha Gen Z memanfaatkan teknologi digital dan menerapkan modal intelektual yang mereka miliki secara optimal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 10 informan yang merupakan pengusaha Gen Z pada skala bisnis UMKM di Pangkalpinang. Adapun daftar dari 10 informan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 1. 10 Pengusaha Gen Z Kota Pangkalpinang

No.	Nama UMKM	Jenis UMKM
1	Ayam Geprek Mak Ijah	Makanan
2	Daekery Doughnuts	Makanan
3	Dapur Mama D	Makanan
4	GF Fruit	Makanan dan Minuman
5	Juragan Pisang	Makanan
6	Md.Box	Makanan
7	Nodde Florist	Kerajinan
8	Pangsit Alsiffi	Makanan

9	Piscok Lumer	Makanan
10	Sumpit Bambu	Mananan dan Minuman

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan wawancara intensif, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap 10 pengusaha Gen Z dalam Tabel 1 di atas, didapatkanlah hasil dan temuan yang kemudian dianalisis kecocokannya dengan parameter penelitian pada Tabel 2 berikut yaitu:

Tabel 2. Hasil Penelitian

No.	Nama UMKM	Penerapan Teknologi Digital		Penerapan Modal Intelektual		
		Sosial Media	E-commerce	Modal Manusia	Modal Struktural	Modal Eksternal
1	Ayam Geprek Mak Ijah	Instagram, Whatsapp	Go-jek	Keterampilan mengolah bahan makanan secara higienis, enak, dan halal, serta inovasi dalam menjaga kualitas produk.	Penggunaan media sosial dan e-commerce (Instagram, WhatsApp) untuk pemasaran.	Interaksi dengan pelanggan melalui platform digital dan pengembangan relasi dengan pelanggan tetap.
2	Daekery Dough-nuts	Instagram, Tiktok, Whatsapp	Go-jek, Grab	Keterampilan dalam problem solving, branding, marketing, delegasi pekerjaan, serta fokus dan disiplin.	Media sosial dan e-commerce sebagai sarana utama untuk memasarkan produk dan memperluas jangkauan pasar.	Hubungan dengan pelanggan melalui media sosial dan kolaborasi dengan pihak lain dalam bisnis.
3	Dapur Mama D	Instagram, Whatsapp	Go-jek	Keterampilan dalam marketing digital, kemampuan beradaptasi dengan tren pasar, dan belajar autodidak melalui media sosial.	Media sosial seperti Instagram, dan WhatsApp sebagai alat utama dalam promosi dan peningkatan penjualan.	Membangun hubungan dengan pelanggan dan pemasok melalui media sosial.
4	GF Fruit	Instagram, Whatsapp	Grab, Go-Jek	Kemampuan memahami target pasar, kreativitas dalam menciptakan konten menarik di	Pemanfaatan platform digital seperti WhatsApp, Instagram dan Grab.	Hubungan baik dengan pelanggan melalui media sosial dan layanan antar makanan.

				media sosial, serta belajar dari tren viral.		
5	Juragan Pisang	Instagram, Tiktok, Whatsapp	Gojek, Grab, Shoppe	Konsistensi, kepercayaan diri, dan keterampilan yang terus diasah melalui pembelajaran mandiri serta pengalaman dari pelaku UMKM lain.	Penggunaan platform digital seperti Instagram, Shoppe, dan Tiktok untuk pemasaran produk.	Hubungan dengan pelanggan melalui media sosial dan interaksi dengan komunitas UMKM.
6	Md.Bx	Instagram, Whatsapp	Tidak ada	Pengetahuan pengelolaan laporan keuangan, serta belajar secara mandiri melalui platform online.	Penggunaan platform e-commerce dan media sosial (Instagram dan Whatsapp) untuk memperluas pasar.	Hubungan dengan pelanggan melalui media sosial untuk promosi produk.
7	Nodde Florist	Instagram, Whatsapp, Tiktok, Facebook	Tidak ada	Kreativitas dan kemampuan branding, kemampuan belajar dari pengalaman dan kolaborasi.	Kreativitas dan kemampuan branding, kemampuan belajar dari pengalaman dan kolaborasi.	Kolaborasi dengan pelaku usaha lain, serta interaksi dengan konsumen melalui media sosial.
8	Pangsit Alsiffi	Instagram, Whatsapp, Facebook	Tidak ada	Keterampilan dalam cita rasa produk dan packaging yang menarik, serta inovasi dalam menciptakan menu baru.	Pemanfaatan media sosial (Instagram, WhatsApp, Facebook) sebagai platform utama untuk promosi.	Jaringan sosial yang terbentuk melalui media sosial dan kolaborasi dengan pengusaha lain.
9	Piscok Lumer	Instagram, Facebook	Go-jek	Pengetahuan pembukuan, kemampuan mencoba hal baru, dan kreativitas dalam menghadirkan produk unik.	Penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran.	Interaksi dengan pelanggan melalui platform digital untuk meningkatkan kesadaran merek.
10	Sumpit Bambu	Instagram, Tiktok	Grab, Go-Jek	Pengetahuan tentang marketing, kemampuan memahami pasar secara langsung, dan kreativitas	Penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Grab Food untuk memperluas	Hubungan dengan pelanggan dan masyarakat melalui pemasaran digital dan interaksi

	dalam inovasi produk.	jangkauan pasar.	langsung.
--	-----------------------	------------------	-----------

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil wawancara dan temuan observasi terhadap UMKM yang dikelola oleh Gen Z di Kota Pangkalpinang, penerapan teknologi digital dan modal intelektual terbukti memainkan peran penting dalam perkembangan UMKM di Kota Pangkalpinang. Dalam keterkaitannya dengan teori kapabilitas dinamik yang dikemukakan oleh Teece *et al.*, (1997). teori ini menekankan kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengubah sumber daya untuk merespon perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Penerapan teori ini sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana pengusaha Gen Z menggunakan kapabilitas dinamik untuk memanfaatkan teknologi digital dan modal intelektual guna mencapai keunggulan kompetitif.

Pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang menunjukkan kemampuan yang kuat dalam menggunakan modal intelektual mereka yang terdiri dari kreativitas, pengetahuan, dan keterampilan menghadapi perubahan pasar. Sejalan dengan teori kapabilitas dinamik, mereka mampu merespon kebutuhan pasar dengan cepat melalui pengembangan produk yang inovatif, penggunaan strategi pemasaran yang kreatif, dan adaptasi terhadap tren digital paling baru. Hal ini sesuai dengan elemen inti dari sumber daya yang dimiliki agar tetap relevan dengan perubahan pasar.

Teknologi digital menjadi alat yang sangat penting bagi pengusaha Gen Z dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan operasional perusahaan. Penggunaan teknologi seperti sosial media, *e-commerce*, dan *software* digital memungkinkan untuk menanggapi perubahan pasar dengan lebih efisien dan efektif. Pada konteks kapabilitas dinamik, teknologi digital berfungsi sebagai penyokong UMKM dalam mempercepat proses inovasi, menciptakan peluang baru, serta mengoptimalkan sumber daya internal untuk meraih keunggulan kompetitif. Pengusaha Gen Z contohnya Piscok Lumer dan Dapur Mama D telah menunjukkan bagaimana teknologi digital dapat membantu mereka beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar sekaligus mempertahankan volume produktivitas bisnis. Atas hal tersebut, dapat diketahui bahwa UMKM yang dikelola oleh pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang mampu memadukan modal intelektual dan teknologi digital secara sinergis, yang berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja dan pertumbuhan bisnis mereka. kemampuan ini sejalan dengan inti dari kapabilitas dinamik yang dijelaskan oleh Teece *et al.*, (1997).

V. PEMBAHASAN

Penerapan Teknologi Digital

Hampir semua UMKM yang dikelola oleh pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp, dan Facebook serta beberapa platform *e-commerce* seperti Shopee dan Grab sebagai media promosi, penjualan, dan komunikasi dengan pelanggan. Platform ini membantu mereka memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat branding usaha. Contohnya adalah UMKM Nodde Florist, Daekery Doughnuts, Juragan Pisang, Sumpit Bambu dan Pangsit Alsiffi yang aktif menggunakan media sosial untuk branding dan pemasaran, sementara GF Fruit aktif memanfaatkan aplikasi antar makanan untuk meningkatkan akses pelanggan. Selain sosial media dan *e-commerce*, teknologi digital seperti *software desain* juga turut membantu meningkatkan produktivitas bisnis dengan mempermudah proses pemasaran serta penjualan. Contohnya UMKM Piscok Lumer,

Ayam Geprek Mak Ijah, Dapur Mama D dan Md. Box yang mengadopsi teknologi digital *software desain* dalam mempercepat promosi dan memperluas jangkauan pasar.

Adapun tantangan yang dihadapi dalam penerapan teknologi digital oleh UMKM yang dikelola oleh pengusaha Gen Z adalah tantangan dalam menciptakan konten digital yang menarik, menjaga konsistensi inovasi digital, dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang berubah dengan cepat. Namun di samping tantangan tersebut, mereka tetap berupaya untuk belajar dan beradaptasi. Mengalami kendala dalam menciptakan ide segar untuk konten digital dan kendala pada keterbukaan masyarakat terhadap teknologi digital yang belum sepenuhnya terjadi.

Penerapan Modal Intelektual

Pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang terlihat memiliki modal manusia yang dibarengi oleh kreativitas, inovasi, dan pengetahuan melalui pembelajaran mandiri, kolaborasi, dan pengalaman praktis. Meskipun belum banyak yang mendapatkan pelatihan formal, namun mereka secara proaktif memanfaatkan keterampilan seperti branding, menciptakan cita rasa produk yang unik, melakukan manajemen keuangan, serta pengelolaan bisnis secara efisien untuk memajukan usaha mereka. Contohnya adalah UMKM Nodde Florist dan Pangsit Alsiffi yang menekankan pentingnya kreativitas dan kemampuan branding dalam menarik konsumen, sedangkan Dapur Mamad D belajar dari tren pasar dan mengeksplorasi media sosial. Selanjutnya, pada konteks modal struktural, penggunaan sistem dan platform digital yang struktural untuk pemasaran dan penjualan UMKM menjadi elemen penting. UMKM telah terbiasa menggunakan teknologi sepanjang proses mengoptimalkan operasional usaha dan meningkatkan efisiensi.

Terakhir, dalam konteks modal eksternal atau relasional, pengusaha Gen Z di Kota Pangkalpinang membangun jaringan dengan pelanggan serta pengusaha lain lewat interaksi di media sosial dan kolaborasi bisnis. Hal ini tentunya berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan dan menciptakan peluang baru dalam pengembangan usaha.

VI. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital dan modal intelektual oleh pengusaha Gen Z yang mengelola UMKM di Pangkalpinang sudah berjalan dengan baik. Pengusaha Gen Z telah memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan mempermudah proses bisnis, meskipun masih menghadapi beberapa tantangan terkait inovasi dan adaptasi teknologi. Modal intelektual, khususnya dalam hal kreativitas, pengetahuan, dan relasi, juga sudah diterapkan dengan cukup baik meski banyak yang masih belum mendapatkan pelatihan formal. Para pengusaha Gen Z ini terus belajar dan beradaptasi untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, A. S. (2023). *Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Yang Dimediasi Oleh Kualitas Intellectual Capital*.
- Agustika, S. (2022). Pelaku UMKM Di Pangkalpinang Optimalisasi Go Digital. *Magazine*. https://Babel.Tribunnews.Com/2022/06/10/Pelaku-Umkm-Di-Pangkalpinang-Optimalisasi-Go-Digital?Page=1#Google_Vignette
- Akpinar, A. T., & Akdem, A. (1999). *Intellectual Capital*.

- Al-Dhaafri, H. S., Bin Yusoff, R. Z., & Al-Swidi, A. K. (2013). The Effect Of Total Quality Management, Enterprise Resource Planning And The Entrepreneurial Orientation On The Organizational Performance: The Mediating Role Of The Organizational Excellence --- A Proposed Research Framework. *International Journal Of Business Administration*, 4(1), P66. <https://doi.org/10.5430/Ijba.V4n1p66>
- Anugrahani, I. S. (2021). Efisiensi Pengungkapan Modal Intelektual Dalam Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 20(2), 101. <https://doi.org/10.19184/Jeam.V20i2.25466>
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal Intekna : Informasi Teknik Dan Niaga*, 19(2), 115–120. <https://doi.org/10.31961/Intekna.V19i2.871>
- Bagis, A. A., Surasni, & Santoso, B. (2024). Inovasi Model Pengembangan Bisnis Umkm Era Disruption Dengan Bertumpu Pada Modal Maya. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1003–1011. <https://doi.org/10.29303/Abdiinsani.V11i2.1365>
- Chandra, H. (2021). Pengungkapan Modal Intelektual. *Jurnal Akuntansi*, 1–11. <https://doi.org/10.28932/Jam.V13i1.3118>
- Chi, M., Lu, X., Zhao, J., & Li, Y. (2018). *The Impacts Of Digital Business Strategy On Firm Performance: The Mediation Analysis Of E-Collaboration Capability*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*.
- Darma, A. Y. (2016). Proses Pembelajaran Dalam Institusi Perusahaan Untuk Meningkatkan Modal Intelektual : Studi Pada Implementasi Manajemen Kualitas Di PT. Telkom Wilayah Telekomunikasi Jabar Timur Selatan. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Enis Bulak, M., & Turkyilmaz, A. (2014). Performance Assessment Of Manufacturing Smes: A Frontier Approach. *Industrial Management & Data Systems*, 114(5), 797–816. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2013-0475>
- Halim, Y. R., & Wijaya, H. (2020). Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Risiko Perusahaan Sebagai Moderasi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 13(2), 78–87. <https://doi.org/10.35143/Jakb.V13i2.3654>
- Jeclyn_+Analä±Sä±S+Tata+Kelola+Perusahaan+Terhadap+Modal+Intelektual+Deng an+Ukuran+Perusahaan+Sebagä±+Varä±Abel+Moderasä±.Pdf. (N.D.).
- Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V6i1.175>
- Mardianto, & Jeclyn. (2021). *Analisis Tata Kelola Perusahaan Terhadap Modal Intelektual Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi*.
- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Manajemen Perubahan Pada Kegiatan Bisnis Di Era Globalisasi. *Syntax Idea*, 5(7). <https://doi.org/10.46799/Syntax-Idea.V5i7.2416>
- Rani, A. S. H., & Tih, S. (2019). *Entrepreneurial Quality Among Graduate Entrepreneur*.
- Rivandi, M., & Septiano, R. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Disclosure Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(1), 123–136. <https://doi.org/10.25105/Jat.V8i1.7631>

- Sajilan, S., Hadi, N. U., & Tehseen, S. (2015). *Impact Of Entrepreneur's Demographic Characteristics And Personal Characteristics On Firm's Performance Under The Mediating Role Of Entrepreneur Orientation*. 4.
- Situmorang, J. R. (2019). *Mengenal Lebih Dalam Apa Itu Kapabilitas Dinamik*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutanti, K., Juliawati, N., Agnyoto, P., & Meiyanti, F. (2023). Analisis Penerapan Modal Intelektual Pada Badan Usaha Milik Daerah Pt. Subang Energi Abadi. *Jass (Journal Of Accounting For Sustainable Society)*, 4(02).
<https://doi.org/10.35310/Jass.V4i02.1009>
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities And Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
[https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)
- Valdez-Juárez, L. E., García-Pérez-De-Lema, D., & Maldonado-Guzmán, G. (2018). ICT And KM, Drivers Of Innovation And Profitability In Smes. *Journal Of Information & Knowledge Management*, 17(01), 1850007.
<https://doi.org/10.1142/S0219649218500077>
- Wahyuni, N., Setyaningsih, E., Canta, D. S., Hermawansyah, A., & Hasrullah, H. (2024). Penguatan Literasi Ilmu Kewirausahaan Terhadap Generasi Z. *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 37–42.
<https://doi.org/10.57218/Jompaabdi.V3i2.1077>
- Wibawa, D. P., & Yusnita, M. (2022). Peran UMKM Sebagai Penyangga Perekonomian Berbasis Kerakyatan. *Holistic Journal Of Management Research*.
- Yoshikuni, A. C., & Albertin, A. L. (2018). Effects Of Strategic Information Systems On Competitive Strategy And Performance. *International Journal Of Productivity And Performance Management*, 67(9), 2018–2045.
<https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2017-0166>