

MERANCANG STRATEGI DIGITALISASI UMKM DESA: PENDEKATAN PARTISIPATIF DI DESA TERIK, SIDOARJO

Enny Istanti^[1], Indi Nuroini^[2], RM Bramastyo^[3]

^{[1],[2] [3]} Universitas Bhayangkara Surabaya

e-mail: ^[1]ennyistanti@ubhara.ac.id

ABSTRACT

The digital transformation of village MSMEs is an important agenda in encouraging economic equity and strengthening local independence. This article aims to design a participatory-based MSME digitization strategy in Terik Village, Krian, Sidoarjo, by exploring the needs, obstacles, and potential of local business actors. This study uses a descriptive qualitative approach with phenomenological methods, data collection techniques in the form of in-depth interviews, participatory observations, and Focus Group Discussions (FGD). The results of the study show that low digital literacy and lack of access to training are the main obstacles, but the active involvement of MSME actors in strategic planning increases their motivation and readiness to adopt technology. These findings contribute to the theory of community empowerment and technology acceptance and offer contextual and sustainable models of intervention. This study recommends the application of a participatory approach in the digital empowerment program of village MSMEs as well as the development of follow-up studies to enrich understanding of the phenomenon of community-based digital transformation.

Keywords: Village MSMEs, digitalization, participatory empowerment, digital literacy, phenomenology

ABSTRAK

Transformasi digital UMKM desa menjadi agenda penting dalam mendorong pemerataan ekonomi dan penguatan kemandirian lokal. Artikel ini bertujuan untuk merancang strategi digitalisasi UMKM berbasis partisipatif di Desa Terik, Krian, Sidoarjo, dengan menggali kebutuhan, hambatan, dan potensi pelaku usaha lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode fenomenologi, teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan Focus Group Discussion (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital dan minimnya akses pelatihan menjadi penghambat utama, namun keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam perencanaan strategi meningkatkan motivasi dan kesiapan mereka dalam mengadopsi teknologi. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap teori pemberdayaan komunitas dan penerimaan teknologi serta menawarkan model intervensi yang kontekstual dan berkelanjutan. Penelitian ini merekomendasikan penerapan pendekatan partisipatif dalam program pemberdayaan digital UMKM desa serta pengembangan studi lanjutan untuk memperkaya pemahaman terhadap fenomena transformasi digital berbasis komunitas.

Kata kunci: UMKM desa, digitalisasi, pemberdayaan partisipatif, literasi digital, fenomenologi

1. PENDAHULUAN

Pemasaran emas global memanfaatkan kesamaan pasar global yang kompleks melalui integrasi kegiatan pemasaran domestik, internasional, dan internasional untuk menciptakan sinergi sambil mempertahankan tujuan strategis organisasi dan mendapatkan keunggulan kompetitif sebagai kekuatan dalam upaya pemasaran global. (enny istanti, ruchan sanusi, 2020) UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, baik di tingkat nasional maupun daerah. Berdasarkan *Data Statistik UMKM (2023)*, Jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit, menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB. Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu pembangunan adalah dengan melihat seberapa banyak manfaat ekonomi dan sosial yang diterima oleh Masyarakat. (Istanti et al., 2023) Aktivitas usaha kecil dan menengah (UMKM) meningkatkan peluang kerja dan memberikan banyak pelayanan ekonomi kepada warga. Mereka memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan memastikan stabilitas nasional (Istanti et al., 2021) Namun demikian, kontribusi besar ini belum sepenuhnya dibarengi dengan transformasi digital yang memadai. Di era ekonomi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan teknologi, mulai dari pemasaran daring hingga sistem manajemen keuangan berbasis digital. Ketimpangan digital antara pelaku usaha di perkotaan dan pedesaan masih menjadi tantangan serius. Oleh karena itu, perhatian khusus terhadap digitalisasi UMKM di wilayah desa sangat penting untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang inklusif.

Di wilayah perdesaan seperti Desa Terik, Sidoarjo, UMKM cenderung memiliki karakteristik informal, dikelola secara kekeluargaan, dan masih menghadapi tantangan struktural maupun manajerial. Tantangan struktural meliputi keterbatasan infrastruktur digital, akses pasar yang sempit, serta minimnya konektivitas. Sedangkan dari sisi manajerial, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pencatatan keuangan yang baik, masih rendah literasi digitalnya, dan belum terhubung dengan sistem pemasaran modern berbasis teknologi (Thrassou, A., et al, 2020).

Transformasi digital dinilai menjadi faktor kunci dalam mendorong daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Pandemi COVID-19 mempercepat urgensi digitalisasi ketika pelaku usaha dipaksa mencari alternatif distribusi dan pemasaran secara daring. Penelitian oleh Jaelani & Suhaemi, (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang cepat mengadopsi teknologi digital cenderung lebih tangguh dalam menghadapi krisis. Digitalisasi membuka peluang akses pasar yang lebih luas, efisiensi operasional, dan peningkatan kualitas layanan. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kesiapan atau kemampuan yang sama dalam mengadopsi teknologi. Gap inilah yang memperbesar ketimpangan produktivitas antar wilayah dan kelompok usaha.

Desa Terik, yang terletak di Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, merupakan wilayah dengan potensi ekonomi lokal yang cukup berkembang. UMKM di desa ini bergerak di berbagai sektor seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan perdagangan kecil. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode penjualan konvensional. Akses terhadap pelatihan digital, infrastruktur internet yang stabil, serta pendampingan teknologi masih sangat terbatas. Hal ini menyebabkan rendahnya kapasitas mereka dalam bersaing di pasar yang mulai bergeser ke arah digital. Oleh sebab itu, penguatan kapasitas digital UMKM di Desa Terik menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak.

Salah satu penyebab utama rendahnya digitalisasi UMKM desa adalah minimnya pendekatan pemberdayaan yang melibatkan partisipasi aktif dari pelaku usaha itu sendiri. Banyak program pemerintah atau lembaga pendamping yang bersifat top-down dan tidak berakar pada kebutuhan riil masyarakat. Pendekatan ini sering kali menghasilkan program yang tidak berkelanjutan dan tidak berdampak signifikan terhadap perubahan perilaku. Padahal, pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program terbukti lebih efektif dalam membangun kepemilikan dan keberlanjutan. Julianti, (2025) menegaskan bahwa partisipasi komunitas menjadi kunci dalam suksesnya program pemberdayaan ekonomi lokal. Oleh karena itu, penting untuk merancang strategi digitalisasi berbasis pendekatan partisipatif di tingkat desa.

Pendekatan partisipatif dalam pengembangan UMKM desa bukan hanya meningkatkan relevansi program, tetapi juga memperkuat rasa percaya diri pelaku usaha. Melalui proses bersama seperti diskusi kelompok terfokus (FGD), wawancara mendalam, dan pendampingan lapangan, pelaku UMKM dapat menggambarkan sendiri tantangan dan kebutuhan mereka. Pendekatan ini memungkinkan desain strategi yang lebih adaptif, kontekstual, dan tepat sasaran. Selain itu, pendekatan partisipatif juga mendorong terbentuknya jaringan sosial yang kuat antar pelaku UMKM dalam satu komunitas. Dengan dukungan kelembagaan desa, program digitalisasi berbasis komunitas dapat menjadi gerakan bersama yang berdampak luas. Hal ini sesuai dengan prinsip pemberdayaan masyarakat menurut teori Community Empowerment (Perkins, D. D., & Zimmerman, 1995).

Studi-studi sebelumnya telah banyak menyoroti pentingnya digitalisasi UMKM sebagai strategi peningkatan daya saing di era industri 4.0. Paramitha et al., (2022) menemukan bahwa penggunaan teknologi informasi mampu meningkatkan efisiensi proses bisnis dan memperluas pasar UMKM secara signifikan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilakukan di wilayah perkotaan dengan akses teknologi yang memadai. Masih sedikit literatur yang mengeksplorasi kondisi riil pelaku UMKM di wilayah perdesaan yang mengalami keterbatasan dalam akses dan literasi digital. Dengan demikian, dibutuhkan penelitian berbasis kualitatif dan partisipatif yang mampu menggali secara mendalam realitas dan dinamika sosial pelaku UMKM di desa. Ini menjadi dasar penting bagi pengembangan strategi digitalisasi yang inklusif dan kontekstual.

Dalam konteks ini, Desa Terik menawarkan medan yang tepat untuk studi pengabdian masyarakat berbasis penelitian partisipatif. Potensi usaha yang beragam, kepedulian pemerintah desa, dan antusiasme pelaku UMKM menjadi faktor pendukung bagi pelaksanaan program pemberdayaan digital. Namun demikian, belum ada model atau strategi digitalisasi yang dirancang secara sistematis dengan melibatkan pelaku UMKM secara langsung di desa ini. Pengalaman, persepsi, dan kebutuhan mereka terhadap digitalisasi perlu digali untuk merumuskan strategi yang relevan dan aplikatif. Melalui pendekatan partisipatif, strategi yang dirancang akan lebih diterima dan dimiliki oleh komunitas. Inilah yang menjadi titik fokus dari penelitian dan pengabdian masyarakat yang diajukan.

Keterlibatan perguruan tinggi dalam merancang dan mengimplementasikan strategi digitalisasi UMKM desa menjadi sangat penting. Peran akademisi sebagai fasilitator, peneliti, dan pendamping memungkinkan terjadinya proses transfer pengetahuan yang lebih bermakna. Dengan pendekatan kolaboratif antara kampus, pemerintah desa, dan pelaku UMKM, hasil program pemberdayaan akan lebih berkelanjutan. Selain itu, partisipasi mahasiswa dalam kegiatan pengabdian ini juga memperkuat pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Hal ini selaras dengan misi tri dharma perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan masyarakat berbasis riset. Oleh sebab itu, sinergi antar pemangku kepentingan menjadi kunci dalam keberhasilan strategi digitalisasi UMKM di desa.

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan digitalisasi pelaku UMKM di Desa Terik dan merancang strategi implementatif berbasis pendekatan partisipatif. Melalui metode penelitian kualitatif deskriptif, artikel ini akan menggali pengalaman subjektif pelaku usaha, hambatan digital yang mereka hadapi, serta potensi pengembangan berbasis teknologi. Pendekatan fenomenologis akan digunakan untuk memahami bagaimana pelaku UMKM memaknai digitalisasi dalam konteks usaha mereka sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penyusunan program pemberdayaan UMKM berbasis digital di desa. Secara praktis, hasil ini bermanfaat bagi desa, pendamping usaha, dan instansi terkait dalam merancang kebijakan berbasis kebutuhan lokal. Sementara secara teoretis, penelitian ini menambah khazanah literatur tentang digitalisasi UMKM berbasis partisipasi di tingkat desa.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan pendekatan pengabdian masyarakat yang tidak hanya bersifat top-down, tetapi berbasis pada pengalaman dan realitas sosial masyarakat lokal. Penelitian ini menempatkan pelaku UMKM bukan sebagai objek, tetapi sebagai subjek utama dari proses transformasi digital. Beberapa peneliti sebelumnya telah menyoroti pentingnya pelibatan masyarakat dalam program pemberdayaan, namun belum banyak yang fokus pada UMKM

desa dalam konteks digitalisasi. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk menjawab kesenjangan tersebut dengan memberikan pendekatan baru dalam pengembangan UMKM desa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi digitalisasi berbasis partisipatif yang dapat diterapkan secara kontekstual di Desa Terik, Sidoarjo. Hasilnya diharapkan mampu memberikan dampak sosial dan ekonomi yang berkelanjutan bagi komunitas UMKM lokal.

2. TEORI

2.1 UMKM di Indonesia

Definisi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peranan penting dalam struktur ekonomi nasional. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria mikro, kecil, dan menengah berdasarkan aset dan omzet.

Peran Strategis UMKM

UMKM menyumbang sekitar 61,97% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan mampu menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional, menjadikannya tulang punggung perekonomian, terutama di masa krisis seperti krisis finansial tahun 1998 dan pandemi COVID-19 (Fitriasari, 2017; Meilani & Sukmawati, 2023).

2.2 Digitalisasi UMKM

Pengertian Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM adalah penggunaan teknologi digital (internet, aplikasi, platform digital) untuk mendukung aktivitas usaha seperti pemasaran, transaksi, manajemen keuangan, dan operasional. Transformasi digital menjadi salah satu solusi untuk mengatasi berbagai keterbatasan tersebut. Digitalisasi UMKM merujuk pada adopsi teknologi digital—seperti media sosial, marketplace, sistem cloud accounting, dan pembayaran digital—untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Studi oleh Permadi, (2022) menegaskan bahwa media sosial telah menjadi alat pemasaran utama yang efektif, bahkan bagi pelaku UMKM di desa. Selain itu, Ahmad et al., (2021) menemukan bahwa digitalisasi mampu memperluas jangkauan pelanggan hingga keluar wilayah lokal.

Manfaat dan hambatan

Digitalisasi memberikan manfaat yang sangat signifikan bagi keberlangsungan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing. Salah satu manfaat utama dari digitalisasi adalah kemampuannya untuk mempercepat proses bisnis, seperti manajemen stok, pencatatan keuangan, dan sistem pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara manual. Teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi pembayaran digital memungkinkan UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis (Huan, Q., Bai, B., Cai, W., & Chen, 2022). Selain itu, digitalisasi memberikan peluang kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas layanan melalui interaksi yang lebih responsif dan transparan dengan pelanggan. Dalam konteks desa, pemanfaatan digitalisasi dapat mendorong promosi produk lokal secara lebih efektif dan membuka akses terhadap pasar nasional bahkan global (Irianto et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi alat bantu teknis, tetapi juga instrumen strategis dalam pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas lokal.

Hambatan utama adalah kurangnya infrastruktur TIK, literasi digital yang rendah, serta minimnya pendampingan teknis dari pemerintah atau lembaga terkait (Milusheva et al., 2021). Meskipun

pandemi COVID-19 memicu percepatan digitalisasi di kalangan pelaku usaha kecil, ketimpangan digital masih nyata terlihat antara desa dan kota. Studi oleh Mahuda et al., (2021) menunjukkan bahwa e-commerce masih memiliki potensi besar di desa, namun membutuhkan pendampingan intensif dan keterlibatan komunitas.

Tabel 1 Teori UMKM vs Kondisi Desa Terik

Aspek	Teori UMKM (UU & Akademik)	Kondisi UMKM Desa Terik (Sidoarjo)
Struktur Usaha	Mikro-Kecil, non-korporasi	Sebagian besar usaha rumah tangga & keluarga
Akses Permodalan	Melalui KUR, koperasi, fintech	Masih dominan tunai/manual
Digitalisasi	Perlu, terutama pascapandemi	Minim, belum banyak terlibat di platform digital
Peran dalam Ekonomi	Pendorong PDB dan penyerapan tenaga kerja	Terbukti menyerap tenaga kerja informal desa
Tantangan	Infrastruktur, SDM, literasi digital	Keterbatasan akses internet, pelatihan minim

Sumber : Peneliti (2025)



Sumber : Peneliti (2025)

Gambar 1. Diagram Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Terik dilakukan secara sistematis dalam lima tahap utama adalah

Tahap pertama adalah koordinasi dan identifikasi, yaitu menjalin komunikasi dengan perangkat desa dan komunitas UMKM lokal untuk menentukan sasaran dan membangun komitmen bersama.

Tahap kedua yaitu pemetaan kebutuhan dan potensi digitalisasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui wawancara mendalam dan FGD (Focus Group Discussion), guna memahami hambatan, peluang, serta kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

Tahap ketiga adalah penyusunan strategi digitalisasi, yang diformulasikan berdasarkan hasil pemetaan, dengan melibatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses perencanaan.

Tahap keempat merupakan pelatihan dan pendampingan literasi digital. Kegiatan ini mencakup pengenalan platform digital (WhatsApp Business, Instagram, Shopee), manajemen konten promosi, dan praktik penggunaan aplikasi keuangan digital sederhana.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut, berupa monitoring keterlibatan peserta, refleksi hasil pelatihan, dan penyusunan rencana lanjutan bersama perangkat desa agar kegiatan dapat berkelanjutan. Evaluasi dilakukan melalui kuisioner singkat dan wawancara reflektif terhadap pelaku UMKM setelah pendampingan dilakukan. Dengan model pelaksanaan yang partisipatif ini, diharapkan terjadi transformasi kesadaran digital yang berakar dari kebutuhan lokal dan dimiliki bersama oleh komunitas.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam mengenai proses dan strategi digitalisasi UMKM di Desa Terik, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Pendekatan kualitatif digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menggali persepsi, pengalaman, dan kebutuhan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital secara partisipatif. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan menelusuri makna dan proses sosial yang terjadi di lapangan. Desain penelitian disusun dengan mempertimbangkan konteks lokal, kondisi sosial budaya desa, dan keterlibatan aktif pelaku UMKM sebagai subjek utama. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti menginterpretasi dinamika yang tidak dapat dijangkau oleh metode kuantitatif (Creswell & Poth, 2018). Oleh karena itu, pendekatan fenomenologi dan partisipatif dipilih untuk memahami realitas dari sudut pandang pelaku UMKM sendiri.

Sumber data

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM, perangkat desa, dan pendamping lokal. Data sekunder juga digunakan sebagai pelengkap, seperti profil desa, data jumlah UMKM dari Dinas Koperasi setempat, serta literatur yang relevan terkait digitalisasi dan pemberdayaan UMKM. Fokus utama data adalah narasi, pengalaman, dan opini dari pelaku UMKM mengenai kebutuhan digitalisasi dan kesiapan mereka menghadapi transformasi digital. Keunikan konteks lokal menjadi kekuatan dari data yang dikumpulkan. Hal ini sejalan dengan prinsip kualitatif yang menekankan pada konteks sebagai bagian tak terpisahkan dari data (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Dengan demikian, triangulasi data dilakukan untuk menjamin validitas informasi yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, FGD (Focus Group Discussion), dan observasi partisipatif. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar tetap fleksibel namun tetap fokus pada isu-isu utama terkait digitalisasi dan partisipasi. FGD dilakukan bersama kelompok UMKM dan perangkat desa guna mendalami isu-isu kolektif serta memperoleh masukan untuk strategi yang akan dirancang bersama. Observasi partisipatif dilakukan selama kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk mencermati perilaku dan respons pelaku UMKM terhadap materi digital. Selain itu, peneliti juga mencatat dinamika sosial dan komunikasi antar peserta selama proses berlangsung. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran holistik terhadap fenomena yang diteliti. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang berdomisili dan aktif menjalankan usaha di Desa Terik, Krian, Sidoarjo. Kriteria pemilihan subjek mencakup: (1) memiliki usaha aktif minimal satu tahun terakhir; (2) bersedia mengikuti kegiatan pelatihan digital; dan (3) mewakili sektor usaha yang beragam, seperti kuliner, kerajinan, dan perdagangan. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu memilih subjek berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Patton, 2002). Sebanyak 12 pelaku UMKM dipilih untuk wawancara mendalam dan dua sesi FGD dilakukan dengan masing-masing melibatkan 6–8 peserta. Partisipasi aktif dan kesediaan responden menjadi kunci dalam pengumpulan data yang mendalam dan bermakna.

Prosedur pelaksanaan penelitian

Prosedur pelaksanaan penelitian dimulai dengan koordinasi dan identifikasi, kemudian dilanjutkan dengan pemetaan kebutuhan, pelaksanaan wawancara dan FGD, serta pelatihan literasi digital. Seluruh proses dilaksanakan secara bertahap selama satu bulan dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat. Data dari wawancara dan FGD direkam (dengan izin partisipan), ditranskripsi, dan dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Analisis dilakukan melalui pengkodean data, identifikasi tema-tema utama, serta interpretasi makna berdasarkan konteks lokal. Peneliti menggunakan

teknik member checking untuk mengonfirmasi keakuratan data dengan narasumber. Hal ini penting untuk menjamin kredibilitas hasil yang diperoleh (Lincoln & Guba, 1985).

Analisis data

Analisis data kualitatif dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga langkah: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi relevan dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk matriks tema untuk memudahkan penarikan makna dan pola-pola hubungan antar fenomena. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, berdasarkan pemahaman peneliti terhadap data dan konteks sosial budaya responden. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta audit trail terhadap proses dokumentasi data. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik studi eksploratif yang membutuhkan kedalaman analisis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian ini diperoleh dari kombinasi wawancara mendalam, Focus Group Discussion (FGD), dan observasi partisipatif terhadap 12 pelaku UMKM di Desa Terik. Penelitian menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di desa ini belum mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional usaha secara optimal. Hanya 3 dari 12 pelaku usaha yang menggunakan platform digital seperti WhatsApp Business atau Instagram, dan tidak ada yang memiliki akses e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia. Hambatan utama yang diungkapkan mencakup minimnya literasi digital, ketidaktahuan terhadap manfaat teknologi, dan ketergantungan pada cara konvensional.

Tabel 2 Tingkat Penggunaan Teknologi Digital oleh UMKM Desa Terik

Jenis Teknologi Digital	Jumlah UMKM yang Menggunakan	Persentase
WhatsApp Business	3	25%
Instagram untuk promosi	2	17%
E-commerce (Shopee/Tokped)	0	0%
Pencatatan keuangan digital	1	8%
Tidak menggunakan sama sekali	6	50%

Sumber : Peneliti (2025)

Data ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan digital yang signifikan di kalangan pelaku UMKM Desa Terik. Sementara itu, hasil FGD menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki keinginan untuk berubah tetapi merasa takut, bingung, atau tidak tahu harus mulai dari mana. Beberapa peserta mengungkapkan kekhawatiran bahwa penggunaan digital akan menyulitkan dan memerlukan biaya tambahan. Namun, setelah sesi pelatihan dan simulasi sederhana, sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme dan kesiapan untuk mencoba teknologi digital, khususnya untuk promosi produk dan komunikasi pelanggan.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM lebih merespons baik pendekatan partisipatif dibanding metode pelatihan satu arah. Dalam FGD, peserta merasa dihargai karena dilibatkan dalam penyusunan strategi dan menyatakan bahwa "baru kali ini kami diajak berpikir bersama, bukan hanya disuruh ikut pelatihan." Ini menunjukkan pentingnya pendekatan partisipatif dalam desain intervensi digitalisasi di komunitas pedesaan.

Pembahasan

Temuan di atas mengonfirmasi bahwa rendahnya literasi digital merupakan salah satu penghambat utama digitalisasi UMKM di desa, sebagaimana juga diungkapkan oleh Yuliana dan Safitri (2023) dalam penelitiannya tentang ketimpangan digital di Jawa Timur. Namun, penelitian ini memperkaya literatur dengan pendekatan partisipatif yang menunjukkan bahwa partisipasi aktif dari pelaku UMKM bukan hanya meningkatkan efektivitas intervensi, tetapi juga membangun *ownership* terhadap perubahan. Pendekatan ini sejalan dengan teori Community Empowerment (Perkins & Zimmerman, 1995) yang menekankan pentingnya keterlibatan komunitas dalam proses perubahan sosial.

Dari sisi penerimaan teknologi, hasil ini juga mendukung konsep dalam Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989), bahwa persepsi terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan sangat memengaruhi adopsi teknologi. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM merasa teknologi "rumit dan mahal", namun setelah praktik langsung, persepsi ini berubah menjadi "bisa dicoba, asal didampingi". Ini menunjukkan bahwa persepsi dapat dibentuk ulang melalui pendekatan langsung dan berbasis pengalaman nyata (*experiential learning*).

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengembangan strategi digitalisasi berbasis partisipatif di tingkat desa. Hasil studi ini menunjukkan bahwa solusi teknologi harus disesuaikan dengan kebutuhan lokal, dan program digitalisasi tidak boleh bersifat top-down. Pelatihan yang dirancang berdasarkan kebutuhan dan dikembangkan bersama komunitas terbukti lebih diterima dan berpotensi berkelanjutan. Strategi ini dapat menjadi model dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di desa-desa lain yang menghadapi tantangan serupa.

Namun demikian, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, terutama dalam hal jumlah subjek yang terbatas serta jangka waktu pelaksanaan yang singkat. Hal ini dapat memengaruhi kedalaman perubahan perilaku yang teramati. Ke depan, penelitian lanjutan dengan pendekatan longitudinal dan dukungan dari lembaga desa diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif dan berkelanjutan.

Secara praktis, hasil ini memberikan implikasi bahwa penguatan kapasitas digital UMKM desa memerlukan pendekatan yang inklusif, sederhana, dan berbasis kebutuhan. Pendekatan partisipatif terbukti mampu membangun kepercayaan dan membuka ruang pembelajaran yang efektif. Hal ini sangat relevan dengan kebijakan pemerintah dalam mendorong transformasi digital yang merata, termasuk di wilayah pedesaan. Dengan melibatkan komunitas secara aktif, transformasi digital tidak hanya menjadi program, tetapi juga menjadi bagian dari gerakan perubahan sosial berbasis komunitas.

5. KESIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa rendahnya tingkat adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM Desa Terik disebabkan oleh keterbatasan literasi digital, minimnya akses pelatihan, dan dominasi pola pikir konvensional. Melalui pendekatan partisipatif dan analisis fenomenologis, ditemukan bahwa pelaku UMKM memiliki potensi dan kemauan untuk bertransformasi secara digital apabila dilibatkan secara aktif dalam perencanaan strategi. Temuan ini memberikan pemahaman mendalam bahwa perubahan sosial-ekonomi berbasis teknologi di desa hanya efektif jika berbasis pada kebutuhan lokal dan melibatkan komunitas secara langsung. Penelitian ini juga memperkaya literatur tentang pemberdayaan komunitas dan penerimaan teknologi dengan mengintegrasikan teori Community Empowerment dan Technology Acceptance Model dalam konteks perdesaan. Implikasi sosialnya mencerminkan pentingnya desain program digitalisasi yang kontekstual dan berkelanjutan. Meskipun penelitian ini terbatas pada cakupan wilayah kecil dan jangka waktu pendek, hasilnya membuka ruang eksplorasi lebih luas tentang strategi digitalisasi berbasis partisipasi di berbagai komunitas desa lainnya.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pemerintah desa, lembaga pendamping, dan praktisi kewirausahaan menerapkan pendekatan partisipatif dalam setiap program pelatihan dan pendampingan digitalisasi UMKM. Kegiatan literasi digital sebaiknya dirancang dengan mempertimbangkan tingkat pemahaman pelaku usaha serta kebutuhan spesifik usaha mereka. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan dasar pengembangan model intervensi komunitas berbasis digital yang relevan dengan budaya lokal. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi aspek keberlanjutan strategi digitalisasi dalam jangka panjang, menggunakan triangulasi data yang lebih luas, serta mempertimbangkan variabel kontekstual seperti gender, usia, dan sektor usaha. Dengan pendekatan tersebut, pemahaman terhadap dinamika transformasi digital UMKM desa akan semakin mendalam dan aplikatif.

REFERENSI

- Ahmad, M. I. S., Syamsuardi, S., & Farid, M. (2021). PKM Digitalisasi Bisnis UMKM. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada ...*, 15, 1182–1186. <https://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/view/26318%0Ahttps://ojs.unm.ac.id/semnaslpm/article/download/26318/13328>
- enny istanti, ruchan sanusi, A. D. G. (2020). IMPACTS OF PRICE, PROMOTION AND GO FOOD CONSUMER SATISFACTION IN FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS STUDENTS OF BHAYANGKARA UNIVERSITY SURABAYA. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 104–120. <https://doi.org/10.25139/ekt.v4i2.3134>
- Fitriasari, Fi. (2017). Strategi Pengembangan Pembiayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Malang Proceeding, August*, 133–149. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26869.88801>
- Huan, Q., Bai, B., Cai, W., & Chen, Y. (2022). *The Innovation of Financial Digitalization Enhances the Financing Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: An Empirical Study*. <https://doi.org/10.1109/CCET55412.2022.9906398>
- Irianto, H., Viesta, A. Dela, Nugroho, A. T., Wahyuni, T., Prabowo, W. C., Hamid, I. N., Anufah, T. N., Permatasari, H. I., Salsabila, A., Sofyana, S., & Hardiyanti, F. Y. (2023). Digitalisasi UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 60. <https://doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66865>
- Istanti, E., 1, Arimbi, D., Putri, D., Ekantoro, J., 2, Maulana, N., 1, Anwar, U. N., 1, 1, Leksono, F. Y., Maulana, A., Syahputra, 1, Ilhami, G. P., 1, 2, Agripina, A., & 2. (2023). Dampak Keberadaan Wisata Renzo Edu Park Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Perekonomian Warga Desa Sekarwangi Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat) UBJ*, 6(3), 215 – 222.
- Istanti, E., Kn, R. M. B., & Gs, A. D. (2021). *Efforts to Empower MSMEs in Panci Village in Increasing Family Income (Study on MSMEs in Panci Village in Porong District , Sidoarjo Regency)*. 2021(2), 497–504.
- Jaelani, & Suhaemi, B. (2021). Digitalisasi Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Umkm Di Desa Rancabango Pada Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings UIN Sunan Gunung ...*, 1(23), 100–121. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/297%0Ahttps://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/download/297/256>
- Julianti, S. (2025). *Strategi Pengembangan Desa Wisata Sukunan Berbasis Analisis PESTEL*. 04(April), 1–17.
- Data Statistik UMKM 2023., (2023).
- Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021). Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Lialang-Serang. *Indonesian Journal of Engagement, Comunity Services, Empowerment and Development*, 1(1), 50–59.
- Meilani, S. E. R., & Sukmawati, R. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Perilaku Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*,

- 11(3), 605–620. <https://doi.org/10.17509/jrak.v11i3.52018>
- Milusheva, S., Lewin, A., Begazo Gomez, T., Matekenya, D., & Reid, K. (2021). Challenges and opportunities in accessing mobile phone data for COVID-19 response in developing countries. *Data and Policy*, 3(6), 1–20. <https://doi.org/10.1017/dap.2021.10>
- Paramitha, M. P., Mustofiyah, N., Rieuwpassa, D. O., & Anissa, R. (2022). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4 . 0. *Prosiding National Seminar on Accounting*, 2(2), 133–147.
- Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569–579. <https://doi.org/10.1007/BF02506982>
- Permadi, R. N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Thrassou, A., Vrontis, D., Weber, Y., Shams, S. M. R., & Tsoukatos, E. (2020). *Editorial Introduction: The Changing Opportunities and Challenges of SMEs in Contemporary Business*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-45831-7_1