

Digitalisasi Mandiri UMKM Desa Sumberkima: Dari Media Sosial Menuju Penguatan Ekonomi Lokal

Arief Rachman Afandy^{1*)}, Moh. Fakhri Siddiqi²⁾

^{1,2)} Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

^{1*)} ariefrachmanafandy@gmail.com

²⁾ fakhriysiddiqy@unuja.ac.id

*Corresponding Author

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan literatur mengenai implementasi digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan, meskipun memiliki dampak signifikan terhadap struktur ekonomi masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penerapan, faktor pendukung dan penghambat, serta kontribusi nyata digitalisasi terhadap penguatan ekonomi lokal. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif studi kasus dengan melibatkan 5 informan pelaku UMKM lintas sektor (ikan hias, kuliner, kerajinan tangan, akomodasi villa, dan transportasi wisata) di Desa Sumberkima yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan instrumen wawancara, observasi, dan dokumentasi, lalu dianalisis melalui teknik analisis data model Miles dan Huberman. Temuan menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di Desa Sumberkima berkembang secara bertahap dan otodidak berbasis media sosial, didorong oleh modal HP dan internet, namun dihambat oleh rendahnya literasi digital serta risiko kepercayaan transaksi. Secara konkret, digitalisasi terbukti mendongkrak ekonomi lokal dengan melipatgandakan pendapatan, seperti pada usaha kuliner yang omzetnya melonjak dari Rp5 juta menjadi Rp10 juta, perluasan pasar kerajinan tangan dari 2 dus menjadi 4–5 dus hingga ke luar daerah, serta penciptaan lapangan kerja baru. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi secara organik mampu memperkuat ekonomi desa wisata. Implikasinya memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan teori TAM dan Difusi Inovasi di pedesaan, serta rekomendasi praktis bagi pemerintah desa untuk mengadakan program pelatihan digital terstruktur guna mengatasi kesenjangan kapasitas antar-pelaku usaha

Kata kunci : Digitalisasi UMKM, Hambatan Literasi, Peningkatan Pendapatan, Penguatan Ekonomi Lokal, Pelatihan Berkelanjutan.

Abstract

This research is motivated by the limited literature on the implementation of MSME digitalization in rural areas, despite its significant impact on the economic structure of the local community. This study aims to analyze the implementation process, supporting and inhibiting factors, and the real contribution of digitalization to strengthening the local economy. This study uses a qualitative case study design involving five informants from MSMEs across sectors (ornamental fish, culinary, handicrafts, villa accommodation, and tourist transportation) in Sumberkima Village who were selected through purposive sampling. Data were collected using interviews, observation, and documentation instruments, then analyzed using the Miles and Huberman data analysis model. The findings indicate that MSME digitalization in Sumberkima Village is developing gradually and autodidactically based on social media, driven by mobile phones and the internet, but is hampered by low digital literacy and the risk of transaction trust. Concretely, digitalization has been proven to boost the local economy by multiplying income, such as in the culinary business whose turnover jumped from IDR 5 million to IDR 10 million, the expansion of the handicraft market from 2 boxes to 4–5 boxes to outside the region, and the creation of new jobs. This study concludes that digitalization can organically strengthen the economy of tourist villages. Its implications provide theoretical contributions to the development of TAM and Diffusion of Innovation theories in rural areas, as well as practical recommendations for village governments to implement structured digital training programs to address capacity gaps among business actors.

Keywords: Digitalization of MSMEs, Literacy Barriers, Income Increase, Strengthening the Local Economy, Sustainable Training.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital yang ditandai dengan berkembangnya internet, media sosial, hingga pembayaran nontunai telah mengubah lanskap operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara global. Di era ekonomi modern, digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan tambahan melainkan kebutuhan strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, dan merespons perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada ekosistem daring. Menurut Indriastuti & Kartika, (2022) pemanfaatan media digital secara optimal terbukti berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja keuangan, fleksibilitas bisnis, serta daya saing pelaku usaha kecil di tengah pasar yang dinamis. Oleh karena itu, penguatan sektor UMKM berbasis teknologi menjadi prioritas utama guna memastikan keberlanjutan usaha di tengah gempuran modernisasi pasar.

Pemerintah Indonesia menempatkan digitalisasi UMKM sebagai motor penggerak ekonomi kerakyatan melalui berbagai program regulasi seperti gerakan nasional bangga buatan Indonesia dan digitalisasi pasar. Namun, dalam implementasinya, laporan resmi Kementerian Koperasi dan UKM dalam penelitian Hapiz dkk., (2025) menunjukkan adanya kesenjangan yang nyata, di mana tingkat pemanfaatan kanal digital secara optimal oleh UMKM baru menyentuh angka sekitar 38% dari total pelaku usaha nasional. Sebagian besar dari jumlah tersebut masih didominasi oleh pelaku usaha yang berbasis di wilayah urban. Kesenjangan ini memperlihatkan bahwa megatren ekonomi digital belum diikuti oleh pemerataan penetrasi teknologi yang seimbang di seluruh wilayah Indonesia.

Hambatan transformasi digital di kawasan daerah non-perkotaan umumnya berakar pada masalah literasi teknologi, keterbatasan modal investasi, serta ketidakstabilan infrastruktur jaringan (Agung dkk., 2022; Permana & Puspa, 2025). Akibatnya, banyak UMKM di tingkat regional termasuk di Kabupaten Buleleng, Bali Utara baru sebatas memanfaatkan teknologi untuk komunikasi dasar seperti aplikasi pesan instan tanpa menyentuh aspek tata kelola bisnis yang terintegrasi (Artanto dkk., 2022). Kondisi dilematis ini juga terjadi di Desa Sumberkima, Kecamatan Gerokgak, di mana potensi komoditas lokal dan aktivitas pariwisata yang besar belum mampu dikembangkan secara optimal akibat minimnya pendampingan teknologi yang berkelanjutan bagi para pelaku usaha kecil.

Meskipun isu adaptasi teknologi ini telah banyak diteliti, sebagian besar studi terdahulu memiliki keterbatasan ruang lingkup karena cenderung berfokus pada UMKM di wilayah perkotaan besar atau sektor perdagangan umum retail yang homogen. Di sinilah letak celah penelitian (*research gap*) yang krusial, sebab kajian mengenai implementasi digitalisasi UMKM lintas sektor pada kawasan desa wisata berbasis potensi lokal masih sangat terbatas. Karakteristik Desa Sumberkima yang unik karena mengintegrasikan sektor perikanan hias, pertanian, kerajinan tangan, kuliner, hingga jasa akomodasi pariwisata dalam satu ekosistem memerlukan pendekatan analitis berbeda jika dibandingkan dengan dinamika UMKM perkotaan pada umumnya.

Secara teoretis, penelitian ini menggabungkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis untuk membaca aspek psikologis individu pelaku usaha, serta Teori Difusi Inovasi (DOI) oleh Rogers untuk memotret proses adopsi teknologi sebagai bagian dari gerakan sosial masyarakat pedesaan. Melalui kacamata pemberdayaan ekonomi lokal, digitalisasi pada konteks ini dipandang sebagai instrumen strategis untuk menjembatani keterbatasan geografis produk desa dengan pasar luar daerah hingga internasional (Musa dkk., 2024; Sugiono, 2024). Penerapan kedua teori ini secara bersamaan membantu menganalisis bagaimana persepsi kemudahan dan manfaat teknologi menyebar secara organik di dalam jaringan sosial komunitas Desa Sumberkima.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam proses penerapan teknologi, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat nyata di lapangan, serta menilai kontribusi riil digitalisasi terhadap penguatan ekonomi lokal di Desa Sumberkima, Bali Utara. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur pembangunan ekonomi desa berbasis teknologi adaptif lintas sektor. Secara praktis, riset ini diproyeksikan menjadi dasar pertimbangan akademis bagi pemerintah desa maupun pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat yang lebih inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori Adopsi Teknologi (TAM & DOI)

Dalam literatur terbaru, penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis dan *Diffusion of Innovations* (DOI) oleh Rogers pada skala pelaku usaha pedesaan tidak lagi dipandang secara kaku. Studi empiris mutakhir menunjukkan bahwa kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*) teknologi tidak bersifat universal, melainkan dibentuk secara subjektif oleh keterbatasan modal dan tingkat literasi digital lokal (Musa dkk., 2024; Sugiono, 2024). Kritik terbesar terhadap model adopsi konvensional adalah kecenderungannya yang terlalu berfokus pada keputusan individu. Melalui kacamata DOI, riset terbaru membuktikan bahwa penyebaran inovasi di pedesaan lebih efektif bergerak secara *bottom-up* melalui pengaruh jaringan sosial informal keluarga dan komunitas, bukan karena dorongan fitur teknologi itu sendiri (Nawang Sari & Rahmatin, 2021). Oleh karena itu, dalam riset ini, TAM dan DOI diposisikan sebagai kerangka interpretatif untuk membedah variasi pola adopsi pelaku usaha di Desa Sumberkima yang memiliki latar belakang demografis berbeda.

Pilar Digitalisasi UMKM

Implementasi digitalisasi UMKM saat ini bertumpu pada empat pilar utama, yaitu pemasaran, penjualan, pembayaran, dan manajemen operasional digital. Temuan dari Safik dkk., (2025) menegaskan bahwa integrasi media sosial seperti Instagram dan TikTok bukan lagi sekadar alat promosi pelengkap, melainkan instrumen vital bagi usaha mikro di daerah untuk membangun keterikatan konsumen (*customer engagement*). Pada aspek transaksi, akselerasi pembayaran digital berbasis QRIS terbukti mampu mempercepat perputaran modal dan mendorong inklusi keuangan formal bagi UMKM pedesaan (Labo dkk., 2026). Kendati demikian, Pratiwi dkk., (2025) memberikan catatan kritis bahwa efektivitas pilar operasional seperti aplikasi POS dan pembukuan digital sering kali berjalan lambat dan hanya menjadi adopsi simbolik jika tidak dibarengi dengan pendampingan teknis yang berkelanjutan dari pemangku kebijakan setempat.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Riset mengenai transformasi digital di wilayah non-urban mengidentifikasi adanya tarik-menarik antara faktor internal pelaku usaha dan hambatan struktural eksternal. Kesiapan keterampilan dasar, komitmen pemilik, dan dukungan sosial keluarga menjadi faktor pendukung internal yang paling dominan di tingkat pedesaan (Alamin dkk., 2022). Sebaliknya, keterbatasan modal awal untuk investasi gawai serta kekhawatiran psikologis terhadap keamanan siber (*payment risk*) menjadi resistensi internal yang signifikan. Dari sisi eksternal, ketersediaan jaringan internet yang stabil bertindak sebagai motor utama, namun benturan realitas di lapangan menunjukkan bahwa tingginya biaya layanan komisi platform serta minimnya pelatihan terstruktur dari pemerintah daerah kerap menjadi pembatas (*bottleneck*) yang memperlambat laju digitalisasi UMKM (Rizal dkk., 2025).

Konsep Penguatan Ekonomi Lokal dan Indikatornya

Konsep penguatan ekonomi lokal dalam konteks digitalisasi kini diukur melalui kemampuan wilayah dalam mempertahankan dan memutar nilai ekonomi di dalam komunitas itu sendiri. Melalui sintesis pemikiran Blakely Leigh serta Todaro Smith yang disesuaikan dengan era ekonomi digital, keberhasilan pemberdayaan dinilai dari efek pengganda (*multiplier effect*) yang ditimbulkannya (Naat dkk., 2022). Indikator utama penguatan ini meliputi peningkatan omzet penjualan total, perluasan jangkauan pasar menembus batas geografis, penyerapan tenaga kerja lokal, hingga terciptanya pertumbuhan pada sektor ekonomi turunan seperti jasa logistik dan transportasi desa wisata. Digitalisasi bertindak sebagai katalisator yang mengubah komoditas lokal pedesaan menjadi produk bernilai tambah tinggi yang memiliki daya saing global.

Sintesis Penelitian Terdahulu

Tinjauan kritis terhadap literatur lima tahun terakhir memperlihatkan bahwa studi mengenai digitalisasi UMKM di Indonesia masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada performa finansial individu (Maulidan dkk., 2025), serta analisis resistensi teknologi yang berorientasi pada pelaku usaha homogen di sektor retail perkotaan. Meskipun terdapat kajian lokal di Bali Utara yang mengaitkan adaptasi digital dengan nilai budaya (Kusyanda & Masdiantini, 2022), studi tersebut masih mengkaji sektor kriya dan kuliner secara terpisah sehingga belum mampu memotret keterpaduan ekosistem secara utuh. Keterbatasan

ruang lingkup dari berbagai penelitian terdahulu inilah yang menjadi celah penelitian (*research gap*) utama yang diisi oleh riset ini. Posisi penelitian di Desa Sumberkima berada pada lokus penguatan ekonomi lokal yang tidak melihat sektor usaha secara terisolasi, melainkan menganalisis implementasi digitalisasi UMKM lintas sektor mulai dari perikanan hias, pertanian, kuliner, hingga jasa akomodasi pariwisata yang beroperasi secara terintegrasi di dalam satu ekosistem desa wisata berbasis potensi lokal di Bali Utara.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sumberkima, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Desa Sumberkima merupakan kawasan desa wisata berkembang di wilayah Bali Utara yang memiliki karakteristik ekonomi multisektoral yang sangat unik. Keberadaan komoditas bahari, pertanian, kuliner lokal, hingga akomodasi wisata yang berjalan berdampingan di wilayah ini menyediakan lokus yang kaya untuk mengamati dinamika transformasi teknologi secara vertikal dan horizontal. Proses penelitian lapangan, pengumpulan data, hingga analisis data dijadwalkan berlangsung secara intensif selama tiga bulan, terhitung mulai bulan April hingga Juni 2026.

Informan dan Kriteria Pemilihan

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan dipilih berdasarkan dua kriteria utama: (1) pelaku usaha yang memiliki dan mengoperasikan tempat usaha fisik secara aktif di Desa Sumberkima; (2) telah mengadopsi minimal dua pilar digitalisasi (pemasaran, penjualan, pembayaran, atau operasional) selama minimal satu tahun terakhir.

Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan 5 informan utama lintas sektor yang dianonimkan sebagai Informan A hingga Informan E.

Secara rinci, sebaran karakteristik kelima informan utama digambarkan sebagai berikut:

- Informan A: Pelaku usaha mikro-kecil di sektor budidaya dan ekspor ikan hias yang mengadopsi pilar pemasaran digital via Instagram dan manajemen operasional berbasis aplikasi logistik.
- Informan B: Pemilik warung kuliner lokal skala mikro yang menerapkan pilar pembayaran via QRIS dan pemasaran melalui WhatsApp Business.
- Informan C: Perajin industri kreatif skala mikro yang memanfaatkan pilar penjualan lewat *marketplace* nasional dan promosi interaktif di platform TikTok.
- Informan D: Pengelola akomodasi wisata skala kecil berupa *homestay* atau *villa* yang mengadopsi pilar penjualan kamar melalui *Online Travel Agent* (OTA) serta pembayaran menggunakan *e-banking*.
- Informan E: Penyedia jasa transportasi dan paket *tour* wisata skala mikro yang menggunakan pilar pemasaran lewat situs web resmi serta pembayaran nontunai via transfer dan QRIS.

Teknik Pengumpulan dan Pencatatan Data

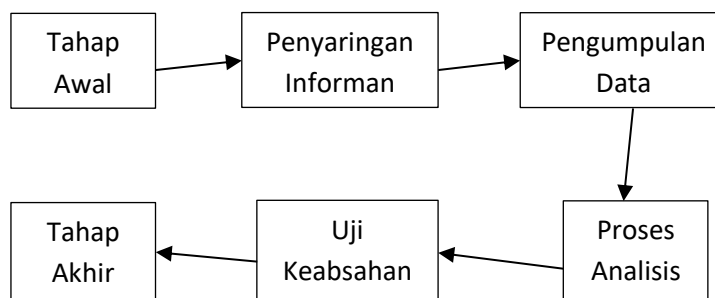
Pengumpulan data primer dilakukan melalui tiga teknik utama untuk memperoleh kedalaman informasi:

- Wawancara Semistruktur: Wawancara dilakukan secara tatap muka langsung di lokasi usaha masing-masing informan dengan durasi berkisar antara 45 hingga 60 menit untuk setiap sesi. Pedoman wawancara dikembangkan dari variabel komplementer TAM (persepsi kegunaan dan kemudahan) serta DOI (karakteristik inovasi dan modal sosial). Seluruh proses interaksi verbal direkam menggunakan alat perekam digital atas persetujuan tertulis informan, yang diperkuat dengan pencatatan langsung pada buku catatan lapangan untuk merekam dinamika non-verbal, jeda bicara, maupun ekspresi emosional informan.
- Observasi: Peneliti melakukan pengamatan langsung tanpa mengintervensi aktivitas operasional bisnis informan. Fokus observasi diarahkan pada perilaku riil informan saat mengoperasikan perangkat digital, seperti cara merespons pesan pesanan masuk, mengunggah konten promosi, melakukan pembukuan digital, hingga proses fasilitasi transaksi QRIS bersama konsumen.
- Dokumentasi: Peneliti mengumpulkan bukti-bukti visual otentik sebagai penguat data tekstual. Dokumen yang dihimpun meliputi tangkapan layar (*screenshot*) akun media sosial bisnis, etalase toko daring di *marketplace*, bukti riwayat transaksi nontunai, serta dokumentasi fotografis aktivitas fisik operasional usaha di lapangan.

Teknik Analisis Data dan Proses Coding

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sejak peneliti berada di lapangan hingga penyusunan laporan akhir, dengan mengadopsi model analisis kualitatif dari Miles dan Huberman (Asipi dkk., 2022):

- Tahap Awal: Penelitian dimulai dengan menetapkan fokus di Desa Sumberkima selama 3 bulan (April - Juni 2026).
- Penyaringan Informan: Menggunakan *purposive sampling* berdasarkan 2 kriteria ketat untuk menyaring Informan A sampai E.
- Pengumpulan Data Simultan: Data primer diambil melalui 3 teknik (Wawancara, Observasi, Dokumentasi) agar mendapatkan data yang kaya.
- Proses Analisis: Data yang terkumpul direduksi, disajikan, dan ditarik kesimpulan awal secara interaktif.
- Uji Keabsahan: Sebelum dianggap final, data diuji menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Jika ditemukan ketidaksesuaian, peneliti kembali melakukan konfirmasi/reduksi data.
- Tahap Akhir (Etika): Setelah data valid, seluruh data diproses dengan komitmen etika hingga selesai menjadi laporan akhir.



Gambar 1. Desain Penelitian

Keabsahan Data (Triangulasi)

Untuk menjamin derajat kepercayaan (*credibility*) dan keabsahan ilmiah dari seluruh data yang dikumpulkan, penelitian ini menerapkan strategi triangulasi ganda, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik:

- Triangulasi Sumber: Proses verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara antara informan utama yang berada di sektor usaha berbeda (misalnya membandingkan data Informan A dari sektor perikanan dengan Informan D dari sektor akomodasi), kemudian melakukan cek silang (*cross-check*) atas temuan tersebut dengan informasi objektif yang diberikan oleh informan pendukung dari pihak Pemerintah Desa dan Pokdarwis.
- Triangulasi Teknik: Proses ini dilakukan dengan menguji konsistensi data yang diperoleh melalui teknik yang berbeda. Peneliti mencocokkan apa yang dinyatakan oleh informan dalam sesi wawancara semistruktur, dengan apa yang diamati langsung oleh peneliti pada saat observasi partisipatif di lapangan, serta memperkuatnya dengan bukti fisik otentik yang tertera dalam data dokumentasi (seperti data mutasi rekening atau statistik dasbor media sosial). Jika ketiga teknik menghasilkan pola data yang selaras, maka data tersebut dinyatakan valid.

Etika Penelitian

Penelitian ini dijalankan dengan kepatuhan total terhadap prinsip-prinsip etika penelitian sosial. Sebelum pengumpulan data dimulai, seluruh informan diberikan lembar penjelasan penelitian dan diminta menandatangani persetujuan tindakan secara sukarela tanpa paksaan. Peneliti menjamin penuh anonimitas identitas personal, nama informan, serta nama merek dagang spesifik di dalam laporan publikasi untuk

menghindari risiko kerugian komersial maupun persaingan bisnis yang tidak sehat. Selain itu, seluruh berkas transkrip, rekaman audio, dan dokumentasi digital disimpan secara aman dalam penyimpanan lokal yang terenkripsi dan hanya digunakan terbatas untuk kepentingan analisis ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Implementasi Digitalisasi UMKM

Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa implementasi digitalisasi UMKM di Desa Sumberkima berkembang secara bertahap, bersifat sektoral, dan didominasi oleh pendekatan mandiri (*bottom-up*). Pelaku usaha di desa ini melakukan transformasi digital bukan karena adanya mobilisasi atau instruksi formal dari birokrasi pemerintahan, melainkan sebagai bentuk adaptasi alamiah untuk merespons pergeseran kebutuhan pasar pariwisata. Pola digitalisasi tidak berjalan seragam, melainkan memahat jalurnya sendiri sesuai dengan karakteristik operasional unik dari masing-masing jenis usaha.

Untuk mempermudah pemetaan pola adopsi teknologi di lokasi penelitian, berikut adalah ringkasan tematik karakteristik digitalisasi dari kelima informan lintas sektor di Desa Sumberkima:

Tabel 1. Karakteristik Digitalisasi Informan

Informan	Sektor Usaha	Platform Digital yang digunakan	Level dan Pola Implementasi
Informan A	Ikan Hias	Whatsapp (Video Call & Chat)	Dasar-Komunikatif: Membangun kepercayaan (<i>trust</i>) kualitas produk hidup secara <i>real-time</i> sebelum sepakat.
Informan B	Warung Ikan Bakar	Media Sosial Pribadi, WhatsApp Business	Dasar-Operasional: Memperbarui status menu harian dan memfasilitasi pesanan konsumen lokal.
Informan C	Kerajinan Tangan	Instagram, TikTok	Taktis-Visual: Menonjolkan estetika produk khas Bali Utara untuk memikat pasar luar daerah.
Informan D	Villa Penginapan	Airbnb, Booking.com (Platform OTA)	Integratif-Otomatis: Mengelola reservasi, ketersediaan kamar, dan sistem pembayaran otomatis skala global.
Informan E	Jasa Transportasi	Situs Web Sederhana, Media Sosial	Informatif-Promosif: Menggunakan platform digital sebagai brosur interaktif paket wisata.

Pola adopsi yang bersifat otodidak dan berbasis inisiatif pribadi ini ditegaskan secara lugas oleh Informan A yang menyatakan: “Selama ini masih otodidak, belajar mandiri... belum ada sosialisasi dari desa.” Dari penuturan tersebut tercermin adanya kekosongan peran institusional, di mana pelaku usaha dipaksa menjadi pembelajar mandiri demi keberlangsungan bisnisnya.

Lebih lanjut, temuan menarik di lapangan menunjukkan bahwa teknologi tidak sekadar menjadi alat promosi, melainkan instrumen penilai kualitas. Hubungan interpersonal berbasis kejujuran visual menjadi elemen krusial untuk menggantikan ketiadaan kontrak fisik legal dalam perdagangan jarak jauh. Hal ini

diungkapkan kembali oleh Informan A: *“Kalau pembeli ingin lihat barangnya, kita kirim video atau video call... setelah itu kepercayaan mulai ada baru lanjut ke sistem penjualan.”* Melalui integrasi panggilan video, batasan jarak geografis berhasil dikikis oleh transparansi visual, menciptakan rasa aman bagi pembeli sebelum mereka mentransfer modalnya.

Faktor Pendukung dan Penghambat Digitalisasi

Transformasi digital di Desa Sumberkima tidak berjalan di ruang hampa. Proses ini digerakkan oleh beberapa faktor akselerasi internal, sekaligus harus membentur berbagai kendala struktural yang bersumber dari keterbatasan kapasitas pelaku usaha maupun ketidakpastian lingkungan eksternal:

- **Faktor Pendukung:** Faktor utama yang mempercepat adopsi teknologi di desa ini adalah tingginya kepemilikan gawai (*smartphone*) pribadi dan penetrasi jaringan internet seluler yang sudah menjangkau area pesisir Bali Utara. Namun, infrastruktur teknologi tersebut tidak akan berfungsi optimal tanpa adanya modal sosial berupa dukungan ekosistem keluarga dan pertemanan terdekat. Informan B mengakui hal tersebut secara bersahaja: *“Yang paling membantu itu adanya HP, serta anak dan teman untuk mendampingi belajar.”* Pengakuan ini menyingkap tabir bahwa transfer literasi teknologi di tingkat pedesaan tidak terjadi lewat ruang pelatihan formal, melainkan mengalir secara organik melalui hubungan kekerabatan informal lintas generasi. Anak muda dalam keluarga bertindak sebagai "jembatan digital" bagi orang tua mereka yang gagap teknologi.
- **Faktor Penghambat:** Di sisi balik mata uang, hambatan terbesar justru bersumber dari dalam diri pelaku usaha itu sendiri, yakni keterbatasan kapasitas literasi digital dasar dan munculnya kecemasan psikologis terhadap keamanan ekosistem siber. Informan B mengonfirmasi hambatan internal ini: *“Yang sangat terasa itu keterbatasan kemampuan dalam menggunakan teknologi.”* Rasa takut salah memencet menu aplikasi atau salah membaca data sering kali membuat proses adopsi terhenti di tingkat dasar.

Sementara itu, pada pasar yang mengandalkan transaksi jarak jauh, risiko finansial akibat ketiadaan jaminan pembayaran dari platform menjadi momok teror tersendiri. Hal ini dikeluhkan secara mendalam oleh Informan A: *“Yang sangat berisiko itu bukan ikan mati, tapi takut tidak dibayar (payment risk).”* Bagi pengusaha kecil, kerugian akibat ditipu pembeli daring jauh lebih mematikan ketimbang risiko operasional logistik barang. Di level eksternal, Informan E menyoroti tantangan lain berupa fluktuasi pasar pariwisata yang sangat labil dan musiman: *“Kendalanya sepi penumpang... biasanya ramai hanya saat momen liburan.”* Akibatnya, pemanfaatan situs web dan media sosial oleh penyedia jasa transportasi sering kali mubazir pada masa-masa sepi kunjungan (*low season*), karena hulu masalahnya terletak pada volume arus wisatawan yang datang ke desa tersebut.

Kontribusi terhadap Penguatan Ekonomi Lokal

Meskipun tertatih-tatih oleh keterbatasan literasi, digitalisasi terbukti memberikan kontribusi nyata yang terukur terhadap penguatan ekonomi sirkular masyarakat di Desa Sumberkima. Dampak ini bukan sekadar klaim abstrak, melainkan terefleksi langsung dalam metrik pertumbuhan ekonomi yang konkret di lapangan:

- **Peningkatan Pendapatan Usaha secara Nyata:** Pemanfaatan teknologi digital terbukti mempercepat perputaran modal usaha warga secara drastis karena memangkas rantai tengkulak. Pada sektor kuliner tradisional, Informan B memaparkan lompatan omzet bulanan yang sangat mencengangkan: “*Sebelum digital pendapatan sekitar 5 juta, setelah pakai digital kurang lebih naik jadi 10 juta.*” Kenaikan pendapatan hingga seratus persen ini mengubah taraf hidup keluarga pelaku usaha dan memberi mereka ruang modal baru untuk melakukan ekspansi bisnis.
- **Perluasan Jangkauan Pasar Menembus Batas Geografis:** Akses digital secara efektif meruntuhkan tembok isolasi wilayah yang selama ini mengurung potensi desa terpencil. Informan C dari sektor kerajinan tangan (kriya) mencatat adanya lonjakan volume pengiriman logistik luar daerah yang stabil berkat paparan konten visual di TikTok dan Instagram: “*Sebelum digital hanya kirim 2 dus, sekarang konsisten bisa 4 sampai 5 dus.*” Produk lokal khas Bali Utara yang dulunya hanya mengandalkan pembeli yang kebetulan lewat, kini terbang secara reguler ke berbagai kota besar. Di sektor akomodasi, Informan D juga merasakan berkah serupa: “*Setelah pakai platform online, jumlah tamu meningkat... pendapatan juga ikut naik.*” Platform OTA internasional sukses menaruh titik koordinat posisi geografis Villa Informan D ke dalam radar pencarian pelancong global dari berbagai belahan dunia.
- **Penciptaan Efek Pengganda (*Multiplier Effect*) Lokal:** Dampak paling indah dari digitalisasi di Desa Sumberkima adalah terciptanya efek domino ekonomi yang inklusif di tingkat akar rumput. Ketika pesanan komoditas ikan hias milik Informan A melonjak akibat pemasaran daring, ia tidak lagi sanggup mengelola bisnisnya sendirian. Ia kemudian mulai merekrut dan menyerap tenaga kerja dari kalangan pemuda desa sekitar untuk membantu proses penyortiran, pengemasan, hingga pengiriman logistik. Di sudut lain desa, keberhasilan Informan D mendatangkan turis asing melalui Airbnb dan Booking.com secara otomatis ikut menghidupi ekosistem di sekitarnya. Wisatawan yang menginap di tempat Informan D menjadi konsumen potensial yang membutuhkan jasa sewa mobil milik Informan E, membelanjakan uangnya di warung ikan bakar Informan B, serta membeli cinderamata langsung dari perajin Informan C. Digitalisasi dengan demikian menjadi motor penggerak ekonomi sirkular lokal, di mana uang yang dibawa wisatawan berputar dan menghidupi berbagai lapisan profesi masyarakat desa.

Pembahasan

Temuan mengenai pola digitalisasi UMKM di Desa Sumberkima yang berjalan secara bertahap dan mandiri memberikan konfirmasi empiris yang kuat terhadap kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM). Pelaku usaha di desa wisata ini bersedia mengadopsi instrumen digital karena didorong oleh *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) yang sangat pragmatis, yaitu ekspektasi peningkatan omzet harian dan perluasan jangkauan pasar. Menariknya, *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) di lokus ini tidak dicapai melalui aplikasi manajemen yang rumit, melainkan melalui pemanfaatan fitur media sosial dasar seperti *video call* WhatsApp untuk memeriksa kualitas produk secara langsung. Modifikasi penggunaan teknologi sederhana ini sejalan dengan argumen (Zaenudin dkk., 2023) yang menyatakan bahwa kegunaan teknologi pada level usaha mikro di pedesaan dinilai tinggi apabila teknologi tersebut mampu memangkas jarak komunikasi dan mempermudah proses transaksi tanpa menuntut keahlian teknis yang kompleks.

Proses adopsi teknologi yang bergerak secara swadaya dari bawah ke atas (*bottom-up*) ini juga sangat selaras dengan prinsip-prinsip Teori Difusi Inovasi (DOI). Penyebaran pemanfaatan media sosial dan QRIS di Desa Sumberkima tidak terjadi karena adanya instruksi atau program formal dari pemerintah desa, melainkan menyebar secara organik melalui saluran komunikasi interpersonal dan modal sosial komunitas lokal. Fenomena informan yang belajar secara otodidak dengan bantuan anak, teman, atau setelah menyaksikan keberhasilan sesama pedagang mencerminkan karakteristik *social learning* yang kuat dalam ekosistem pedesaan. (Anistasya dkk., 2025) menegaskan bahwa di wilayah non-urban, kecepatan adopsi suatu inovasi teknologi sangat bergantung pada peniruan sosial (*social proof*) dan ikatan kekerabatan informal, yang dalam konteks ini bertindak sebagai jembatan untuk mengatasi ketiadaan pusat pelatihan digital resmi.

Jika dikomparasikan dengan literatur terdahulu, hasil penelitian ini memberikan perspektif baru yang memperkaya temuan. Jika penelitian terdahulu di wilayah urban menyimpulkan bahwa hambatan utama digitalisasi UMKM didominasi oleh faktor teknis seperti kerumitan antarmuka aplikasi, maka realitas di Desa Sumberkima menunjukkan pergeseran ke arah hambatan psikologis berupa risiko kepercayaan dan keamanan pembayaran (*payment risk*). Ketakutan pelaku usaha seperti Informan A akan terjadinya penipuan atau tidak dibayarnya komoditas bernilai tinggi (seperti ikan hias ekspor) menunjukkan bahwa pasar digital pedesaan masih berjalan tanpa payung hukum atau jaminan kontrak yang memadai. Kondisi ini memperkuat analisis (Husen dkk., 2025) bahwa keengganan usaha tradisional untuk melakukan *onboarding* digital secara penuh sering kali berakar pada minimnya proteksi keamanan transaksi, bukan sekadar ketidakmampuan mengoperasikan gawai.

Lebih lanjut, bukti empiris berupa lonjakan omzet kuliner dari Rp5 juta menjadi Rp10 juta serta penggandaan volume kirim kerajinan tangan dari 2 dus menjadi 5 dus menegaskan bahwa digitalisasi di desa wisata mampu memicu efek berantai (*multiplier effect*) bagi ekonomi sirkular komunitas. Ketika suatu sektor usaha (seperti Villa Penginapan yang dikelola Informan D) berhasil menarik wisatawan mancanegara lewat platform OTA global (Airbnb dan Booking.com), dampak ekonominya langsung terdistribusi ke sektor pendukung di sekitarnya. Wisatawan yang datang menciptakan permintaan baru bagi penyedia jasa transportasi (Informan E), warung kuliner harian (Informan B), hingga perajin oleh-oleh lokal (Informan C). Keterkaitan antar-sektor yang dinamis ini memvalidasi teori pemberdayaan ekonomi lokal dari (Indriastuti & Kartika, 2022), yang menyatakan bahwa teknologi digital bertindak sebagai katalisator sirkulasi nilai ekonomi agar tetap berputar dan menghidupi ekosistem komunitas lokal.

Jika ditarik benang merah untuk membandingkan temuan di Desa Sumberkima dengan tren riset pedesaan global maupun nasional dalam rentang waktu 2022–2026, terdapat sebuah anomali sekaligus pola unik yang menarik. Riset dari (Haris, 2025) mengenai digitalisasi desa menyebutkan bahwa tanpa intervensi dan kucuran dana program dari pemerintah daerah, transformasi digital di tingkat desa cenderung akan mandek atau mati suri. Namun, realitas di Desa Sumberkima justru membuktikan sebaliknya: ekosistem digital di sini tetap hidup dan berputar secara organik berkat inisiatif mandiri pelaku usaha yang didorong oleh kebutuhan mendesak untuk bertahan hidup (*survival ekonomi*). Fenomena kemandirian ini justru lebih sejalan dengan studi kualitatif dari (Wardhiati dkk., 2025) di kawasan wisata Lombok, yang menemukan bahwa tingginya interaksi langsung dengan wisatawan internasional secara otomatis memaksa pelaku usaha lokal untuk meningkatkan kapasitas digital mereka secara mandiri. Perbandingan ini mempertegas bahwa karakteristik daerah apakah desa tersebut memiliki magnet wisata atau tidak sangat menentukan apakah sebuah komunitas mampu melakukan lompatan teknologi secara swadaya tanpa harus selalu disuapi oleh regulasi formal dari atas (*top-down*).

Kebaruan (*novelty*) ilmiah dari riset di Desa Sumberkima ini terletak pada keberhasilan memotret ekosistem digitalisasi lintas sektor yang terintegrasi secara horizontal di kawasan perdesaan Bali Utara. Mayoritas penelitian dalam lima tahun terakhir cenderung bias pada analisis satu sektor tunggal yang homogen seperti retail modern atau kuliner perkotaan (Antonius Ary Setyawan dkk., 2025). Dengan mengeksplorasi ragam usaha mulai dari perikanan bahari hingga penginapan wisata, riset ini membuktikan bahwa komunitas pedesaan memiliki daya adaptasi dan resiliensi yang tinggi untuk menggerakkan roda ekonomi secara mandiri. Kemampuan bertahan dan berkembang secara digital tanpa ketergantungan pada stimulus kebijakan formal pemerintah daerah menjadi indikator penting bahwa penguatan ekonomi lokal yang berkelanjutan dapat dicapai melalui optimalisasi literasi digital berbasis komunitas.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Implementasi digitalisasi UMKM di Desa Sumberkima berlangsung secara bertahap dan mandiri (*bottom-up*) sesuai kebutuhan sektor usaha, mulai dari pemanfaatan media sosial dasar (WhatsApp, Instagram, TikTok) hingga platform integratif global (Airbnb dan Booking.com). Proses adaptasi ini didukung oleh ketersediaan gawai, akses internet, dan bantuan informal keluarga, namun terhambat oleh rendahnya literasi digital serta kekhawatiran terhadap risiko keamanan transaksi online (*payment risk*).

Meskipun berkembang secara otodidak tanpa pelatihan formal dari pemerintah, digitalisasi terbukti memperkuat ekonomi lokal secara nyata. Hal ini ditunjukkan oleh indikator konkret seperti pelipatgandakan omzet (dari Rp5 juta menjadi Rp10 juta), peningkatan volume pengiriman barang, perluasan pasar hingga ke mancanegara, serta terciptanya efek domino (*multiplier effect*) berupa penyerapan tenaga kerja dan perputaran ekonomi sirkular antar-sektor di kawasan desa wisata.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian kualitatif dengan metode studi kasus ini terbatas pada 5 informan pelaku UMKM lintas sektor di Desa Sumberkima. Karena hasil penelitian sangat terikat dengan karakteristik unik ekosistem desa wisata di Bali Utara, temuan dalam riset ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas untuk wilayah pedesaan non-wisata atau daerah dengan karakteristik komoditas yang berbeda.

Saran

- Bagi Praktisi dan Pemangku Kebijakan: Pemerintah Desa Sumberkima bersama Dinas Koperasi-UMKM Buleleng perlu menyelenggarakan pelatihan literasi digital berkala yang fokus pada manajemen konten promosi dan edukasi keamanan transaksi. Selain itu, Pokdarwis setempat disarankan membuat direktori digital terintegrasi untuk memasarkan seluruh potensi komoditas desa secara kolektif.
- Bagi Penelitian Lanjutan: Peneliti berikutnya disarankan menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) atau kuantitatif dengan sampel yang lebih besar untuk mengukur secara presisi pengaruh variabel TAM terhadap efisiensi biaya operasional, serta mengkaji efektivitas penggunaan *fintech* (QRIS) pada pembukuan usaha mikro di pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. S., Eko Yudiandri, T., Ernawati, H., & Adiarto. (2022). LITERASI DIGITAL PELAKU UMKM DALAM UPAYA MENCIPTAKAN BISNIS BERKELANJUTAN. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). PENGUATAN DAYA SAING UMKM MELALUI PELATIHAN KETERAMPILAN TEKNOLOGI DI ERA SOCIETY 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i2.1235>
- Anistasya, A., Susanti, R., Maharani, S. D., & Anwar, Y. (2025). Penerapan Unsur-unsur Difusi Inovasi dalam Teknologi Pendidikan Berupa Virtual Lab | *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. <https://jiip.stkipyapisdempu.ac.id/jiip/index.php/Jiip/article/view/7941>
- Antonius Ary Setyawan, Eva Desembrianita, Muhammad Hery Santoso, Syahril, & Rieneke Ryke Kalalo. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Lokal: Penelitian.

Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4(1), 1494–1503.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>

- Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180. <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>
- Asipi, L. S., Rosalina, U., & Nopiyadi, D. (2022). The Analysis of Reading Habits Using Miles and Huberman Interactive Model to Empower Students' Literacy at IPB Cirebon. *International Journal of Education and Humanities*, 2(3), 117–125. <https://doi.org/10.58557/ijeh.v2i3.98>
- Hapiz, M., Septia, L., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Maulana, M., & Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3, 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Haris, A. (2025). *Transformasi Digital Pengelolaan Anggaran Dana Desa; Studi Tentang E- Budgeting, Transparansi dan Partisipasi Masyarakat*.
- Husen, T. I., Raffie, S. A. K., Yuliana, D., Jalaluddin, T., Rezaldi, M., Ariyati, N., Rizkyanovli, G., Marfito, A. U., Fudzah, N., & Hastuti. (2025). *Literasi Digital dalam Manajemen dan Bisnis: Adaptasi, Strategi dan Inovasi*. CV Eureka Media Aksara.
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The Impact of Digitalization on MSMEs' Financial Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>
- Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2022). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2), 90–99. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43962>
- Labo, J., Rela, I. Z., & Lasinta, M. (2026). ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKTERNAL YANG MEMPERNGARUHI KAPASITAS UMKM KULINER DI KOTA KENDARI: STUDI KASUS UMKM BAWANG GORENG TUNGGA. *Jurnal Ilmiah Inovasi Dan Komunikasi Pembangunan Pertanian*, 5(3), 309–325. <https://doi.org/10.56189/jiikpp.v5i3.68>
- Maulidan, R., Gunanjar, I., Verinanda, M. R., Syahputra, R., & Hardianti, A. (2025). PEMETAAN LITERATUR KAPABILITAS DINAMIS PADA UMKM DI INDONESIA: TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS. *Creative Research Management Journal*, 8(1), 28–43. <https://doi.org/10.32663/pxv3y031>
- Musa, H. G., Fatmawati, I., Nuryakin, N., & Suyanto, M. (2024). Marketing research trends using technology acceptance model (TAM): A comprehensive review of researches (2002–2022). *Cogent Business & Management*, 11(1), 2329375. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2329375>
- Naat, Y., Nubatonis, A., Joka, U., & Sipayung, B. P. (2022). DAMPAK DANA DESA TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI DAN PEMBERDAYAAN PETANI DI KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA: (Studi Kasus Desa Haumeni'ana). *Jurnal Hexagro*, 6(1), 37–46. <https://doi.org/10.36423/hexagro.v6i1.870>
- Nawangsari, E. R., & Rahmatin, L. S. (2021). TANTANGAN DAN PELUANG PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL. *Masyarakat Indonesia*, 47(1), 91–104. <https://doi.org/10.14203/jmi.v47i1.944>
- Permana, A., & Puspa, R. (2025). *KEBERLANJUTAN UMKM DALAM EKONOMI DIGITAL: STRATEGI ADAPTASI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN*. 6(1).
- Pratiwi, S. F., Zalukhu, L. A., Tesa, A. R., Aisyah, I. S., J. J., & Saputra, B. (2025). Implementasi Digital pada Tata Kelola Administrasi: Upaya Meningkatkan Mutu Pelayanan di Era Birokrasi Modern. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15521459>
- Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). *DIGITALISASI UMKM: STRATEGI DAN MODEL BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK KEBERLANJUTAN*. 1(1).
- Safik, K., Hasanah, H., & Nedi, L. A. U. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Merek Smartphone Mewah: Tinjauan Literatur Sistematis. *E-BISNIS: JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 18(2), 359–373. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i2.3078>
- Sugiono, S. (2024). Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), 110–133. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v9i1.4859>
-

- Wardhiati, I., Wicara, J., Maulida, M., Wahyuni, I., Unsayain, H., Budastra, I. K., Apriani, M., Santhi, I. G., Putri, D., Nurardiansyah, M., Yasmin, A., Priadi, A., & Nuryadien, M. (2025). TRANSFORMASI UMKM GO DIGITAL MELALUI QRIS SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI KREATIF DI DESA WISATA SESAOT. *Jurnal Wicara Desa*, 3(5), 1064–1069. <https://doi.org/10.29303/8jtxb128>
- Zaenudin, A., Riono, S. B., Sucipto, H., Syaifulloh, M., & Wahana, A. N. (2023). Penguatan Peran Perempuan dalam Menggerakkan Ekonomi Desa melalui Edukasi UMKM Produk Lokal. *Era Abdimas: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Multidisiplin*, 1(4), 1–14.