

PERAN DIGITALISASI UMKM DALAM TRANSFORMASI EKONOMI PEDESAAN: STUDI PENINGKATAN PENDAPATAN DAN KEMANDIRIAN MASYARAKAT DESA

Tomy Almijun Kibu^{1*}, & Jamaluddin Hos²

^{*1&2} Program Studi Administrasi Pembangunan Universitas Haluoleo

*e-Mail: tomy.almyjun@gmail.com

Submit Tgl: 02-Mei-2026

Diterima Tgl: 04-Mei-2026

Diterbitkan Tgl: 05-Mei-2026

Abstract: *This study aims to analyze the role of MSME digitalization in rural economic transformation, particularly in enhancing rural communities' income and independence. MSME digitalization has become a crucial phenomenon in technology-based economic development, especially in rural areas facing limited market access and information. Employing a qualitative approach with case study method, data were collected through in-depth interviews with MSME actors and village officials, supported by documentation and field observations. Findings reveal that MSME digitalization in rural areas remains at an early stage, with digital technology utilization limited primarily to social media for promotional purposes. The impact on income improvement is uneven, as only MSMEs with strong digital literacy and adaptation capabilities achieve significant economic benefits. Additionally, digitalization begins fostering rural economic independence by reducing dependency on intermediaries in product distribution. However, this independence remains limited due to challenges in digital literacy, technology access, and suboptimal ecosystem support. Overall, MSME digitalization holds substantial potential for driving rural economic transformation but requires strengthened human resources, infrastructure, and supportive policies to ensure more equitable and sustainable benefits.*

Keywords: *Digital Literacy; Digitalization; MSMEs; Rural Economy; Rural Independence; Transformation*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran digitalisasi UMKM dalam transformasi ekonomi pedesaan, khususnya dalam meningkatkan pendapatan dan kemandirian masyarakat desa. Digitalisasi UMKM menjadi fenomena penting dalam perkembangan ekonomi berbasis teknologi, terutama di wilayah pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan akses pasar dan informasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM dan perangkat desa, serta didukung oleh dokumentasi dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di pedesaan masih berada pada tahap awal, di mana pemanfaatan teknologi digital masih terbatas pada penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Dampak digitalisasi terhadap peningkatan pendapatan bersifat tidak merata, karena hanya pelaku UMKM yang memiliki literasi digital dan kemampuan adaptasi yang baik yang mampu memperoleh manfaat ekonomi lebih signifikan. Selain itu, digitalisasi juga mulai mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui berkurangnya ketergantungan terhadap perantara dalam proses distribusi produk. Namun demikian, kemandirian tersebut masih bersifat terbatas karena adanya kendala literasi digital, akses teknologi, dan dukungan ekosistem yang belum optimal. Secara keseluruhan, digitalisasi UMKM memiliki potensi besar dalam mendorong transformasi

ekonomi pedesaan, tetapi masih memerlukan penguatan dari aspek sumber daya manusia, infrastruktur, dan kebijakan pendukung agar manfaatnya dapat dirasakan secara lebih merata dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM; Ekonomi Pedesaan; Transformasi Ekonomi; Pendapatan; Kemandirian Masyarakat; Literasi Digital; UMKM.

Cara mengutip Kibu, T. A., & Hos, J. (2026). Peran Digitalisasi UMKM dalam Transformasi Ekonomi Pedesaan: Studi Peningkatan Pendapatan dan Kemandirian Masyarakat Desa. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 748–759. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1773>

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi pedesaan merupakan salah satu agenda strategis dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia. Desa tidak hanya dipandang sebagai wilayah administratif, tetapi juga sebagai pusat potensi ekonomi yang memiliki sumber daya alam, sosial, dan manusia yang besar. Dalam konteks pembangunan nasional, penguatan ekonomi desa menjadi penting untuk mengurangi ketimpangan antara wilayah perkotaan dan pedesaan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata. Salah satu sektor yang memiliki peran signifikan dalam struktur ekonomi pedesaan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang selama ini menjadi tulang punggung ekonomi rakyat (Tambunan, 2019).

UMKM memiliki kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal. Dalam banyak kasus, UMKM menjadi sumber utama penghidupan masyarakat desa karena sifatnya yang fleksibel dan berbasis potensi lokal. Namun demikian, meskipun kontribusinya besar, UMKM di pedesaan masih menghadapi berbagai permasalahan mendasar yang bersifat struktural. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan akses permodalan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, minimnya inovasi produk, serta keterbatasan akses pasar yang lebih luas (Suryana, 2020). Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM di desa sulit berkembang secara optimal dan masih berada pada skala usaha yang kecil serta stagnan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam sistem ekonomi global, termasuk di sektor UMKM. Digitalisasi menjadi salah satu instrumen penting dalam mendorong transformasi ekonomi, termasuk di wilayah pedesaan. Digitalisasi UMKM mencakup pemanfaatan teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan platform pemasaran online yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Menurut Bharadwaj et al. (2013), transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan nilai tambah baru bagi pelaku usaha melalui integrasi teknologi dalam proses bisnis.

Lebih lanjut, World Bank (2021) menyatakan bahwa digitalisasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan inklusi ekonomi, terutama bagi masyarakat di wilayah pedesaan, karena memberikan akses yang lebih luas terhadap pasar, layanan keuangan, dan informasi usaha. Dalam konteks UMKM, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran,

tetapi juga sebagai strategi transformasi struktural yang dapat meningkatkan daya saing usaha dan pendapatan pelaku usaha.

Namun demikian, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM di pedesaan masih menghadapi berbagai kendala yang cukup kompleks. Tingkat adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM di desa masih tergolong rendah dan belum merata. Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode konvensional dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta kurangnya pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan (Rahayu & Day, 2017). Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara potensi digitalisasi yang sangat besar dengan realitas implementasi di tingkat lapangan.

Selain itu, terdapat fenomena menarik bahwa meskipun sebagian UMKM telah mulai mengadopsi teknologi digital, dampaknya terhadap peningkatan pendapatan tidak selalu signifikan dan konsisten. Beberapa pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan, namun sebagian lainnya tidak merasakan dampak yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak secara otomatis menjamin keberhasilan usaha, melainkan sangat bergantung pada kemampuan adaptasi, strategi pemasaran digital, serta kapasitas manajerial pelaku UMKM dalam mengelola teknologi tersebut (Susanti et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi isu teknologi, tetapi juga isu sosial dan kapasitas sumber daya manusia.

Dari perspektif pembangunan desa, kemandirian ekonomi masyarakat menjadi salah satu tujuan utama yang ingin dicapai. Kemandirian ekonomi tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari kemampuan masyarakat desa untuk mengelola potensi ekonomi secara mandiri tanpa ketergantungan berlebihan pada pihak eksternal seperti pemerintah atau lembaga bantuan. Namun, pada kenyataannya, banyak UMKM di pedesaan masih memiliki ketergantungan terhadap bantuan modal, pelatihan, maupun program pendampingan dari pihak luar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemandirian ekonomi masyarakat desa masih belum optimal.

Dalam konteks akademik, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang cukup jelas. Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya hanya berfokus pada pengaruh digitalisasi terhadap kinerja UMKM secara umum, seperti peningkatan penjualan atau efisiensi operasional. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji peran digitalisasi UMKM dalam konteks transformasi ekonomi pedesaan secara menyeluruh, yang mencakup aspek peningkatan pendapatan sekaligus kemandirian ekonomi masyarakat desa. Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan teknologi dalam satu kerangka analisis masih relatif terbatas.

Selain research gap, terdapat pula empirical gap yang menunjukkan adanya perbedaan antara konsep teoritis dan realitas di lapangan. Secara teori, digitalisasi UMKM diyakini mampu meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa. Namun dalam praktiknya, hasil yang dicapai sangat bervariasi antar daerah dan antar pelaku usaha. Perbedaan ini dipengaruhi oleh faktor kesiapan infrastruktur, tingkat pendidikan pelaku UMKM, dukungan pemerintah daerah, serta ekosistem digital yang tersedia di masing-masing wilayah.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa digitalisasi UMKM memiliki potensi besar dalam mendorong transformasi ekonomi pedesaan, namun implementasinya masih

menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Kesenjangan antara potensi dan realitas tersebut menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana digitalisasi benar-benar dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan kemandirian masyarakat desa secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis secara komprehensif peran digitalisasi UMKM dalam transformasi ekonomi pedesaan, khususnya dalam meningkatkan pendapatan serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM berbasis digital di wilayah pedesaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk memahami secara mendalam peran digitalisasi UMKM dalam transformasi ekonomi pedesaan, khususnya dalam peningkatan pendapatan dan kemandirian masyarakat desa. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali fenomena sosial secara kontekstual dan holistik berdasarkan pengalaman subjek penelitian. Menurut John W. Creswell (2014), penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi makna yang dibangun individu atau kelompok terhadap suatu fenomena dalam konteks alamiah.

Fenomena digitalisasi UMKM di pedesaan tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan pola pikir, perilaku usaha, serta dinamika sosial ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif dianggap relevan untuk memahami bagaimana pelaku UMKM mengadopsi teknologi digital, bagaimana perubahan yang terjadi dalam aktivitas usaha mereka, serta bagaimana dampaknya terhadap pendapatan dan kemandirian ekonomi.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposive pada wilayah pedesaan yang memiliki aktivitas UMKM aktif dan telah mulai mengimplementasikan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Teknik purposive sampling digunakan karena memungkinkan peneliti memilih lokasi dan informan yang paling sesuai dengan tujuan penelitian. Hal ini sejalan dengan Sugiyono (2018) yang menjelaskan bahwa purposive sampling digunakan untuk memilih subjek penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.

Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM di pedesaan dan perangkat desa yang terlibat dalam pengembangan ekonomi lokal. Pemilihan informan dilakukan menggunakan kombinasi purposive sampling dan snowball sampling. Teknik snowball sampling memungkinkan peneliti memperoleh informasi tambahan melalui rekomendasi dari informan awal kepada informan lain yang relevan. Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña (2014) menekankan bahwa pemilihan informan dalam penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan berkembang sesuai kebutuhan data di lapangan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, perubahan pendapatan yang dialami, serta dampaknya terhadap kemandirian usaha. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung penerapan digitalisasi dalam aktivitas usaha sehari-hari,

seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Penggunaan berbagai sumber data lapangan ini bertujuan untuk meningkatkan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri dari proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses ini berlangsung secara terus-menerus selama penelitian sehingga analisis tidak hanya dilakukan di akhir, tetapi sejak data mulai dikumpulkan di lapangan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar informan serta hasil observasi lapangan untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh. Menurut Norman K. Denzin (1978), triangulasi merupakan strategi penting dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan kredibilitas temuan melalui penggunaan berbagai sumber dan metode.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran digitalisasi UMKM dalam transformasi ekonomi pedesaan, serta bagaimana hal tersebut berdampak pada peningkatan pendapatan dan kemandirian masyarakat desa secara nyata dan berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM di pedesaan serta perangkat desa yang terlibat dalam pengembangan ekonomi lokal. Penelitian ini berfokus pada bagaimana digitalisasi UMKM berperan dalam transformasi ekonomi pedesaan, khususnya dalam peningkatan pendapatan dan kemandirian masyarakat desa. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa digitalisasi telah mulai diterapkan oleh sebagian pelaku UMKM, meskipun tingkat pemahaman dan pemanfaatannya masih bervariasi.

Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Digitalisasi

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar pelaku UMKM sudah mengenal teknologi digital, terutama melalui penggunaan media sosial. Namun, pemahaman mereka masih terbatas pada fungsi dasar seperti promosi produk. Salah satu informan menyampaikan:

“Saya tahu sekarang jualan bisa lewat HP, jadi saya pakai WhatsApp sama Facebook untuk kasih lihat produk. Tapi saya belum terlalu paham cara pakai aplikasi jualan yang lebih besar seperti Shopee atau yang lain.” (Informan 1, Wawancara, 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi belum dipahami secara komprehensif oleh pelaku UMKM. Mereka masih berada pada tahap adaptasi awal, di mana teknologi digunakan hanya sebagai alat komunikasi sederhana, bukan sebagai sistem bisnis yang terintegrasi.

Hal serupa juga disampaikan oleh informan lain yang menyatakan:

“Kalau untuk online itu saya masih belajar. Biasanya hanya posting foto saja, belum ada strategi khusus.” (Informan 2, Wawancara, 2026)

Dari temuan ini terlihat adanya kesenjangan literasi digital yang cukup signifikan antar pelaku UMKM di pedesaan.

Digitalisasi dan Perubahan Akses Pasar

Salah satu dampak paling nyata dari digitalisasi UMKM adalah perluasan akses pasar. Sebelum menggunakan media digital, sebagian besar pelaku UMKM hanya mengandalkan pasar lokal. Namun setelah mulai menggunakan media sosial, jangkauan pasar menjadi lebih luas.

Hal ini diungkapkan oleh salah satu informan:

“Dulu saya cuma jual di sekitar desa saja, tapi setelah pakai Facebook dan WhatsApp, ada juga pembeli dari luar daerah yang pesan.” (Informan 3, Wawancara, 2026)

Pernyataan ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pola pemasaran. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM menjangkau konsumen yang sebelumnya tidak dapat diakses melalui cara konvensional.

Namun demikian, perluasan pasar ini belum terjadi secara konsisten. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa jumlah pesanan masih fluktuatif dan belum stabil, tergantung pada aktivitas promosi yang dilakukan.

Dampak Digitalisasi terhadap Pendapatan

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa digitalisasi memberikan dampak yang berbeda-beda terhadap pendapatan pelaku UMKM. Sebagian informan mengalami peningkatan pendapatan, meskipun tidak signifikan, sementara sebagian lainnya belum merasakan perubahan berarti.

Salah satu informan menyatakan:

“Ada peningkatan sedikit, karena sekarang ada saja yang pesan lewat online. Tapi tidak setiap hari, kadang ramai kadang sepi.” (Informan 4, Wawancara, 2026)

Sementara informan lain mengungkapkan:

“Pendapatan saya belum terlalu berubah, masih seperti biasa. Mungkin karena saya belum terlalu aktif promosi online.” (Informan 5, Wawancara, 2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa dampak digitalisasi terhadap pendapatan sangat dipengaruhi oleh tingkat intensitas penggunaan teknologi serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola promosi digital.

Dengan demikian, digitalisasi tidak secara otomatis meningkatkan pendapatan, tetapi memerlukan strategi yang lebih aktif dan konsisten dalam pemanfaatannya.

Digitalisasi dan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa

Dalam aspek kemandirian ekonomi, hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan positif pada sebagian pelaku UMKM. Digitalisasi memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa perantara, sehingga meningkatkan kontrol terhadap proses penjualan.

Salah satu informan menyampaikan:

“Sekarang saya bisa jual langsung ke pembeli tanpa lewat pengepul. Jadi lebih bebas dan keuntungan juga lebih banyak.” (Informan 6, Wawancara, 2026)

Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kemandirian dalam proses ekonomi. Pelaku UMKM mulai memiliki kontrol lebih besar terhadap usaha mereka sendiri.

Namun demikian, kemandirian tersebut masih belum sepenuhnya kuat. Beberapa pelaku UMKM masih bergantung pada bantuan eksternal, terutama dalam hal modal, pelatihan, dan pendampingan.

Peran Pemerintah Desa dalam Mendukung Digitalisasi UMKM

Wawancara dengan perangkat desa menunjukkan bahwa pemerintah desa telah berupaya mendorong digitalisasi UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. Namun, program tersebut belum sepenuhnya menjangkau seluruh pelaku usaha.

Salah satu perangkat desa menyatakan:

“Kami sudah beberapa kali mengadakan pelatihan digital marketing, tapi memang belum semua pelaku UMKM bisa ikut karena keterbatasan waktu dan pemahaman.” (Informan 7, Wawancara, 2026)

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada dukungan kebijakan, implementasi di lapangan masih menghadapi kendala dalam hal partisipasi dan pemerataan kemampuan.

Temuan Umum Penelitian

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di pedesaan telah memberikan dampak awal terhadap transformasi ekonomi, terutama dalam hal perluasan pasar dan mulai meningkatnya pendapatan sebagian pelaku usaha. Selain itu, digitalisasi juga mulai mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui pengurangan ketergantungan terhadap perantara.

Namun demikian, dampak tersebut belum merata karena masih terdapat berbagai kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, serta kurangnya pendampingan yang berkelanjutan. Hal ini menyebabkan digitalisasi belum sepenuhnya menjadi faktor utama dalam transformasi ekonomi pedesaan, melainkan masih berada pada tahap transisi menuju sistem ekonomi digital.

PEMBAHASAN

Digitalisasi UMKM sebagai Transformasi Ekonomi Pedesaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di pedesaan masih berada pada tahap awal transformasi ekonomi, di mana pemanfaatan teknologi baru sebatas sebagai alat bantu pemasaran, bukan sebagai bagian dari sistem bisnis yang terintegrasi. Pelaku UMKM sebagian besar menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram hanya untuk memperkenalkan produk, tanpa strategi digital yang terstruktur seperti analitik pasar, manajemen pelanggan digital, atau integrasi dengan platform e-commerce.

Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi ekonomi pedesaan melalui digitalisasi belum mencapai tahap *digital transformation* yang sesungguhnya. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi perubahan fundamental dalam model bisnis, proses organisasi, dan penciptaan nilai. Dalam konteks UMKM pedesaan, perubahan tersebut belum terjadi secara menyeluruh karena keterbatasan kapasitas digital dan minimnya akses terhadap ekosistem digital yang lebih kompleks.

Lebih lanjut, OECD (2020) menegaskan bahwa UMKM di wilayah rural cenderung lebih lambat dalam mengadopsi teknologi digital karena keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi digital, serta minimnya dukungan ekosistem. Hal ini sangat relevan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih mengandalkan metode konvensional meskipun sudah mengenal teknologi digital.

Dengan demikian, digitalisasi UMKM di pedesaan dapat dikatakan masih berada pada fase transisi awal, yaitu dari ekonomi tradisional menuju ekonomi digital, namun belum sepenuhnya mengalami transformasi struktural yang menyeluruh.

Literasi Digital dan Kapasitas Adaptasi Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital merupakan faktor paling dominan yang menentukan keberhasilan digitalisasi UMKM. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman lebih baik terhadap teknologi cenderung lebih aktif dalam menggunakan media digital untuk promosi dan penjualan, sementara pelaku usaha lain masih terbatas pada penggunaan dasar.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*). Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMKM yang merasa teknologi sulit digunakan cenderung tidak mengoptimalkan digitalisasi secara maksimal.

Selain itu, World Economic Forum (2022) menyoroti bahwa kesenjangan keterampilan digital merupakan salah satu hambatan utama dalam transformasi ekonomi digital, terutama di negara berkembang. Hal ini terlihat jelas dalam hasil wawancara, di mana pelaku UMKM yang lebih muda lebih cepat beradaptasi dibandingkan pelaku usaha yang lebih tua.

Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital bukan hanya aspek teknis, tetapi juga mencakup kemampuan adaptasi, pembelajaran mandiri, dan kesiapan psikologis dalam menghadapi perubahan teknologi. Tanpa peningkatan literasi digital yang merata, digitalisasi UMKM akan sulit memberikan dampak yang optimal.

Digitalisasi dan Dinamika Pendapatan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak digitalisasi terhadap pendapatan UMKM bersifat tidak seragam. Sebagian pelaku usaha mengalami peningkatan pendapatan, sementara sebagian lainnya tidak mengalami perubahan yang signifikan.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Resource-Based View Theory (Barney, 1991), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha ditentukan oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, termasuk teknologi. Dalam konteks UMKM, digitalisasi hanya akan memberikan dampak positif jika pelaku usaha mampu mengelolanya secara efektif dan strategis.

Selain itu, Nambisan et al. (2019) dalam kajian digital entrepreneurship menegaskan bahwa teknologi digital tidak otomatis meningkatkan kinerja usaha, tetapi harus didukung oleh kemampuan inovasi, strategi pemasaran, dan orientasi pasar yang kuat.

Dalam penelitian ini, pelaku UMKM yang aktif dan konsisten menggunakan media digital cenderung mengalami peningkatan penjualan karena mampu menjangkau pasar yang

lebih luas. Sebaliknya, pelaku usaha yang hanya menggunakan teknologi secara pasif tidak mengalami perubahan signifikan.

Dengan demikian, digitalisasi tidak dapat dipandang sebagai faktor tunggal peningkat pendapatan, melainkan sebagai alat yang efektivitasnya sangat bergantung pada kapasitas penggunaanya.

Digitalisasi dan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa

Hasil penelitian menunjukkan adanya indikasi peningkatan kemandirian ekonomi pada sebagian pelaku UMKM. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa perantara, sehingga meningkatkan kontrol terhadap harga, distribusi, dan keuntungan usaha.

Sen (1999) dalam *Development as Freedom* menjelaskan bahwa kemandirian ekonomi terjadi ketika individu memiliki kebebasan untuk mengakses pasar dan mengambil keputusan ekonomi secara mandiri. Dalam konteks UMKM pedesaan, digitalisasi memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kebebasan tersebut.

Namun demikian, kemandirian yang terbentuk masih bersifat parsial. Hal ini disebabkan oleh masih adanya ketergantungan terhadap bantuan eksternal seperti modal usaha, pelatihan, dan pendampingan pemerintah. Dengan kata lain, digitalisasi belum sepenuhnya membebaskan pelaku UMKM dari struktur ketergantungan ekonomi lama.

Oleh karena itu, meskipun terdapat indikasi positif, kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui digitalisasi masih berada pada tahap awal pembentukan.

Peran Ekosistem dan Pemerintah dalam Digitalisasi UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh dukungan ekosistem, termasuk peran pemerintah desa dalam menyediakan pelatihan, pendampingan, dan akses teknologi. Namun, implementasi di lapangan masih belum optimal dan belum menjangkau seluruh pelaku UMKM secara merata.

UNCTAD (2021) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi digital membutuhkan ekosistem yang lengkap, meliputi infrastruktur digital, literasi, akses pembiayaan, dan kebijakan inklusif. Tanpa ekosistem tersebut, digitalisasi hanya akan memberikan dampak terbatas dan tidak berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, ketidakmerataan pelatihan menyebabkan adanya kesenjangan kemampuan digital antar pelaku UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pemerintah masih bersifat parsial dan belum sistematis dalam mendorong transformasi ekonomi desa.

Kesenjangan Digital dan Ketimpangan Manfaat Ekonomi

Hasil penelitian juga menemukan adanya kesenjangan digital yang signifikan antar pelaku UMKM. Kesenjangan ini tidak hanya berkaitan dengan akses teknologi, tetapi juga kemampuan dalam menggunakannya secara produktif.

Castells (2010) dalam teori *network society* menjelaskan bahwa individu atau kelompok yang memiliki akses terhadap jaringan digital akan memperoleh keuntungan ekonomi yang lebih besar dibandingkan yang tidak memiliki akses tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMKM yang memiliki literasi digital lebih tinggi memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar, seperti peningkatan pendapatan dan

akses pasar yang lebih luas. Sebaliknya, pelaku usaha dengan literasi rendah tidak mendapatkan manfaat yang sama.

Jika tidak diatasi, kesenjangan ini berpotensi memperlebar ketimpangan ekonomi di tingkat desa dan menghambat tujuan pemerataan pembangunan.

Sintesis Pembahasan

Secara keseluruhan, digitalisasi UMKM di pedesaan merupakan proses transformasi ekonomi yang masih dalam tahap perkembangan awal. Dampak positif memang sudah mulai terlihat, terutama dalam perluasan pasar, peningkatan pendapatan sebagian pelaku usaha, dan mulai terbentuknya kemandirian ekonomi.

Namun demikian, transformasi ini belum bersifat merata dan masih dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti literasi digital, kapasitas individu, dukungan ekosistem, dan kebijakan pemerintah. Tanpa intervensi yang tepat dan berkelanjutan, digitalisasi berpotensi menciptakan ketimpangan baru di tingkat desa.

Dengan demikian, digitalisasi UMKM harus dipahami bukan hanya sebagai adopsi teknologi, tetapi sebagai proses perubahan sosial-ekonomi yang kompleks, bertahap, dan membutuhkan dukungan multidimensi agar benar-benar mampu mendorong transformasi ekonomi pedesaan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi UMKM di pedesaan mendorong transformasi ekonomi melalui perluasan akses pasar via media sosial, peningkatan pendapatan yang tidak merata (tergantung literasi digital), dan awal kemandirian ekonomi dengan mengurangi ketergantungan perantara distribusi. Temuan utama menegaskan digitalisasi masih tahap awal, efektif bagi pelaku usaha adaptif, namun terhambat rendahnya pemahaman teknologi dan infrastruktur, sebagaimana didukung wawancara dan observasi. Dampak positif mencakup penjualan lebih luas dan kontrol usaha mandiri, meskipun belum stabil atau inklusif secara luas.

Keterbatasan penelitian terletak pada fokus studi kasus tunggal, bergantung wawancara subjektif tanpa data kuantitatif pendapatan jangka panjang, dan kurangnya perbandingan antar-desa. Penelitian mendatang disarankan gabungan *mixed-methods*, survei skala besar, dan analisis longitudinal untuk ukur dampak berkelanjutan. Secara praktis, implikasi mencakup pelatihan literasi digital intensif oleh pemerintah desa, subsidi infrastruktur internet, serta program pendampingan *e-commerce* untuk pemerataan manfaat, guna percepat transformasi ekonomi pedesaan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37.2.3>

- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781444319514>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483384515>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (2nd ed.). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483321686>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- OECD. (2020). *SME digitalisation to build back better*. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). <https://doi.org/10.1787/bdae6c8b-en>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 14(1), 1650007. <https://doi.org/10.1142/S0219877016500070>
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0198297580.001.0001>
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Teori dan kasus empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- UNCTAD. (2021). *Digital economy report 2021: Cross-border data flows and development*. United Nations Conference on Trade and Development. <https://doi.org/10.18356/9789210051649>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- World Economic Forum. (2022). *Digital skills for a resilient workforce*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35468.87686>

World Bank. (2021). *Digital economy for Indonesia: Opportunities for MSMEs*. Washington, DC: World Bank Group. <https://www.worldbank.org/>