e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

DIGITALISASI POTENSI UMKM DESA LEBAKREJO, KECAMATAN PURWODADI: STRATEGI PENGEMBANGAN

[1)]Moh Hatta, [1)]Dita Nisaul Hidayah, [1)] Dwi Astarina Widya Kinanti, [1)]Lailatus Syafa'ah, [1)] Udmi Sayyidah, [1*)]Muhammad Satrio Wibowo Zaki

[1)]Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

e-mail: [*)]muhammadsatrio828@gmail.com

ABSTRACT

This study examines MSMEs in Lebakrejo Village, which is an interesting subject of study because the village has significant local economic potential, particularly due to the abundance of natural resources and the diversity of MSME-produced goods. However, this potential has not been fully realized due to limitations in marketing, low digital literacy, and minimal use of technology by business owners. The method used is applied research with a descriptive qualitative approach through interviews with nine MSME actors and SWOT analysis. The objective of this study is to analyze the potential and challenges, as well as formulate digitalization strategies for the development of MSMEs in Lebakrejo Village. The research results indicate that digitalization through the creation of Google Maps, the use of social media, and the utilization of e-commerce has a positive impact on business development, marked by an increased understanding among business owners regarding the importance of digitalization and the expansion of accessible market opportunities. These positive impacts must also be sustained by improving digital literacy, providing ongoing mentoring, and securing government support to accelerate technology adoption, thereby enhancing competitiveness and expanding the market reach of SMEs in rural areas.

Keywords: MSMEs; Digitalization; Marketing Strategy; SWOT; Lebakrejo Village

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji UMKM di Desa Lebakrejo yang menarik untuk dikaji karena desa ini memiliki potensi ekonomi lokal yang besar, terutama dari ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan keberagaman produk olahan UMKM. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan dalam aspek pemasaran, rendahnya literasi digital, serta minimnya pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha. Metode yang digunakan adalah applied research dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara terhadap sembilan pelaku UMKM dan analisis SWOT. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis potensi, tantangan, serta merumuskan strategi digitalisasi bagi pengembangan UMKM desa Lebakrejo.Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi melalui pembuatan Google Maps, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan e-commerce memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha, ditandai dengan meningkatnya pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya digitalisasi dan memperluas peluang pasar yang dapat dijangkau. Dampak positif tersebut juga harus dilanjutkan dengan meningkatkan literasi digital, pendampingan berkelanjutan, serta dukungan pemerintah dalam mempercepat adopsi teknologi guna meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar UMKM di daerah pedesaan.

Kata kunci: UMKM; Digitalisasi; Strategi Pemasaran; SWOT; Desa Lebakrejo

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

I. PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi fokus utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal khususnya di daerah perdesaan atau perkotaan (Achmad et al., 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu sektor perekonomian yang memiliki peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Romadhoni et al., 2022). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada 2024, jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 64,2 juta unit (Antara, 2025). UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni sebesar 61,07% atau setara dengan Rp8.573,89 triliun. Selain itu, sektor ini menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja, yang mencakup 97% dari total angkatan kerja nasional, serta menyumbang sekitar 60,4% dari total nilai investasi di Indonesia (KPPN, 2024).

Pada tahun 2024, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pasuruan tercatat sebanyak 248.081 unit. Dari total tersebut, mayoritas merupakan usaha mikro dengan jumlah 237.352 unit, diikuti oleh usaha kecil sebanyak 10.564 unit, serta usaha menengah yang berjumlah 885 unit (Pemerintah Kabupaten Pasuruan, 2024). Desa Lebakrejo disinyalir memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan UMKM, baik dari sisi sumber daya alam, legalitas usaha maupun keuletan para pelaku usaha. Bapak Syifa' (2025), menyatakan bahwa sumber daya alam di desa Lebakrejo sangat melimpah, sehingga banyak masyarakat desa ini memproduksi makanan dan minuman olahan seperti kripik pisang, singkong, talas dan juga jamu tradisional yang biasa digunakan untuk konsumsi pribadi maupun diperjual belikan. Meskipun demikian, pelaku UMKM di desa tersebut masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain keterbatasan permodalan, rendahnya dukungan dari pemerintah setempat, serta kendala utama berupa pemasaran yang masih terbatas pada lingkup desa (Warda, 2025).

Wawancara dengan beberapa pelaku usaha UMKM Desa Lebakrejo seperti Ibu Ririn (2025) mengatakan usahanya sempat berhenti karena kekurangan modal dan belum menjual produknya secara masif di toko online, Ibu Hamami (2025) mengatakan mengalami kesulitan pemasaran ke toko oleh-oleh karena belum mengurus izin usaha, yang mana pemerintah setempat kurang memberi perhatian dalam hal ini, dan Bapak Rianan (2025) mengatakan keterbatasan pemasaran produknya hanya mencakup lingkup sekitar desanya saja karena tidak bisa melakukan pemasaran secara daring. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Desa Lebakrejo

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

memerlukan solusi yang relevan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, khususnya dalam aspek digitalisasi. Penerapan digitalisasi berpotensi membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta mengoptimalkan efisiensi kegiatan operasional.

Dalam mengidentifikasi permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian dari Achmad et al (2023), yang membahas tentang perkembangan UMKM di Desa-desa sekitar Ibu Kota Nusantara. Penelitian Romadhoni et al (2022), yang membahas tantangan para pelaku UMKM di Kabupaten Gowa, sekaligus pemberian solusi untuk masalah yang dihadapi para pelaku usaha di daerah tersebut. Kemudian ada penelitian dari Putri dan Surur (2022), yang membahas pentingnya melakukan inovasi dan pemasaran melalui media sosial kepada para pelaku UMKM di Desa Domas.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan solusi dalam bentuk strategi digitalisasi bagi pelaku usaha UMKM di Desa Lebakrejo yang masih menghadapi kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran produknya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa strategi digitalisasi yang dapat mendorong peningkatan kapasitas masyarakat, khususnya bagi individu yang berminat untuk memulai dan mengembangkan usaha UMKM.

II. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM memainkan fungsi penting dalam pengembangan ekonomi masyarakat hingga nasional, di antaranya:

- Penyedia lapangan pekerjaan terbesar UMKM dapat menyerap hampir semua tenaga kerja sehingga dapat menurunkan tingkat pengangguran.
- Menggerakkan pertumbuhan ekonomi UMKM berperan aktif dalam memajukan ekonomi di tingkat lokal dan nasional.
- Meningkatkan taraf hidup masyarakat UMKM memberikan kontribusi langsung pada pendapatan masyarakat.
- Mendorong semangat kewirausahaan UMKM membuka kesempatan bagi lahirnya pengusaha-pengusaha baru.

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

- Memperkuat fondasi ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan, UMKM menjadi unsur utama ekonomi Indonesia.

Studi menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat menyerap sekitar setengah dari jumlah tenaga kerja dan berperan sebagai pendorong utama ekonomi. UMKM memiliki ciri khas yang bervariasi berdasarkan aset bersih dan jumlah karyawan yang dimiliki. Di samping itu, UMKM juga memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu dievaluasi oleh pemerintah dalam menciptakan serta melaksanakan kebijakan yang mendukung UMKM agar dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis di masa mendatang. Kewirausahaan dan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan, keduanya saling terkait dan saling mempengaruhi. Kewirausahaan memainkan peran yang signifikan dalam membentuk dan mengembangkan perekonomian negara dengan meningkatkan produktivitas serta memberikan daya dan perlindungan ekonomi untuk suatu negara (Kiswandi et al., 2023). Di samping itu, UMKM turut berkontribusi dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat karena banyak beroperasi di sektor nyata dan dekat dengan kebutuhan warga (Salman et al,. 2022).

2.2 Potensi UMKM

Peran UMKM dalam perekonomian nasional sangat signifikan karena mampu mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan (Yolanda & Hasanah, 2024). Potensi dari UMKM sendiri memang cukup besar, bahkan ketika masa pandemi covid-19 seluruh sektor perekonomian dalam negeri sedang jatuh, sektor UMKM menjadi salah satu yang paling diperhatikan oleh pemerintah. Mereka dengan cepat memberikan bantuan dalam bentuk subsidi bunga, insentif pajak penundaan pembayaran pokok, dan pemberian tambahan kredit modal kerja (Indupurnahayu et al., 2022).

Pesatnya perkembangan teknologi, yang diiringi dengan perubahan perilaku masyarakat menuju pola konsumsi yang lebih praktis dan efisien, telah menciptakan peluang strategis bagi UMKM untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital. Optimalisasi teknologi digital tersebut memungkinkan UMKM untuk meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar, sehingga tetap berpotensi menjadi pilar utama dalam perekonomian berbasis kerakyatan (Nurlinda & Sinuraya, 2020). Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa potensi UMKM masih bisa terus dikembangkan kedepannya.

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

2.3 Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi digital secara sistematis untuk mendorong inovasi model bisnis, menciptakan sumber pendapatan baru, serta meningkatkan peluang penciptaan nilai dalam suatu ekosistem industri (Mostaghel, et al., 2022). Digitalisasi produksi merupakan proses pemanfaatan teknologi digital yang mampu mengubah secara signifikan cara barang dan jasa dihasilkan (Kurniawan & Aruan, 2021). Dalam prosesnya, digitalisasi mencakup peningkatan penggunaan teknologi digital yang diikuti dengan integrasi sistem serta pertukaran inovasi (cross-fertilization) pada produk perusahaan, termasuk pada berbagai aktivitas operasional baik yang berlangsung secara internal maupun eksternal, sehingga mendorong efisiensi, fleksibilitas, dan penciptaan nilai yang lebih optimal. (Radiansyah, 2022).

Persaingan yang semakin intens menjadi salah satu dampak yang signifikan. Munculnya platform digital telah memberikan kesempatan bagi lebih banyak pelaku bisnis, baik dari dalam maupun luar negeri, untuk berkompetisi di pasar yang sama. Kondisi ini memaksa UMKM di sektor kuliner untuk berusaha lebih keras dalam menarik minat konsumen dengan pendekatan yang semakin kreatif dan inovatif. Di samping itu, keterampilan dalam teknologi semakin menjadi suatu keharusan yang mendesak. Kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan ini menjadi elemen penting bagi kelangsungan UMKM . Penyesuaian ini mencakup penerapan taktik baru, peningkatan kemampuan teknologi, serta pengelolaan finansial yang teliti untuk mendukung pergeseran menuju digital (Morisson & Fikri, 2025).

Digitalisasi muncul sebagai fenomena global yang berdampak pada hampir semua bidang kehidupan, seperti pendidikan, ekonomi, pemerintahan, dan kesehatan. Studi menunjukkan bahwa digitalisasi: Meningkatkan efektivitas alur kerja, mempercepat akses terhadap informasi, mendukung pengambilan keputusan yang didasarkan pada data, dalam sektor layanan digitalisasi terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Rizqi, 2024).

2.4 Hipotesis dan Model Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif potensi dan tantangan, serta menawarkan sebuah solusi strategi digitalisasi untuk mengembangkan UMKM di Desa Lebakrejo,

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi UMKM setempat serta merumuskan strategi yang relevan guna mendorong keberlanjutan dan daya saing UMKM di wilayah pedesaan. Setelah dilakukan pengolahan dan analisis data di Desa Lebakrejo, peneliti merumuskan beberapa strategi dalam upaya digitalisasi UMKM di wilayah tersebut. Strategi yang diusulkan meliputi pembuatan titik lokasi pada Google Maps, optimalisasi penggunaan media sosial, serta pemanfaatan platform e-commerce. Berdasarkan rancangan strategi tersebut, selanjutnya dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut.:

H1: *Pengenalan digitalisasi dan pembuatan titik google maps berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digitalisasi yang diterapkan melalui pelatihan *digital marketing*, pembuatan akun bisnis, serta pendampingan penggunaan platform digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Desa Lebakrejo. Hal ini terlihat dari meningkatnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya pemasaran digital, serta mulai adanya perubahan pola pemasaran dari konvensional ke digital. Sebagian pelaku UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara langsung (offline), mulai mencoba memasarkan produk mereka melalui platform digital seperti media sosial dan Google Maps. Selain itu, pelaku UMKM juga mulai memahami pentingnya *branding* dan inovasi produk untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

H2: *Penggunaan media sosial sebagai strategi digitalisasi berpengaruh positif dalam penjualan UMKM.*

Berdasarkan hasil wawancara dan pendampingan, penggunaan media sosial seperti *Instagram* dan *WhatsApp Business* mulai memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan, meskipun belum signifikan secara kuantitatif. Pelaku UMKM yang telah memanfaatkan media sosial menunjukkan adanya peningkatan interaksi dengan konsumen, seperti bertambahnya jumlah pelanggan yang mengetahui produk mereka. Media sosial juga membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk secara lebih luas tanpa memerlukan biaya besar. Selain itu, tampilan visual produk yang lebih menarik melalui foto dan video turut meningkatkan minat beli konsumen. Namun demikian, keterbatasan

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

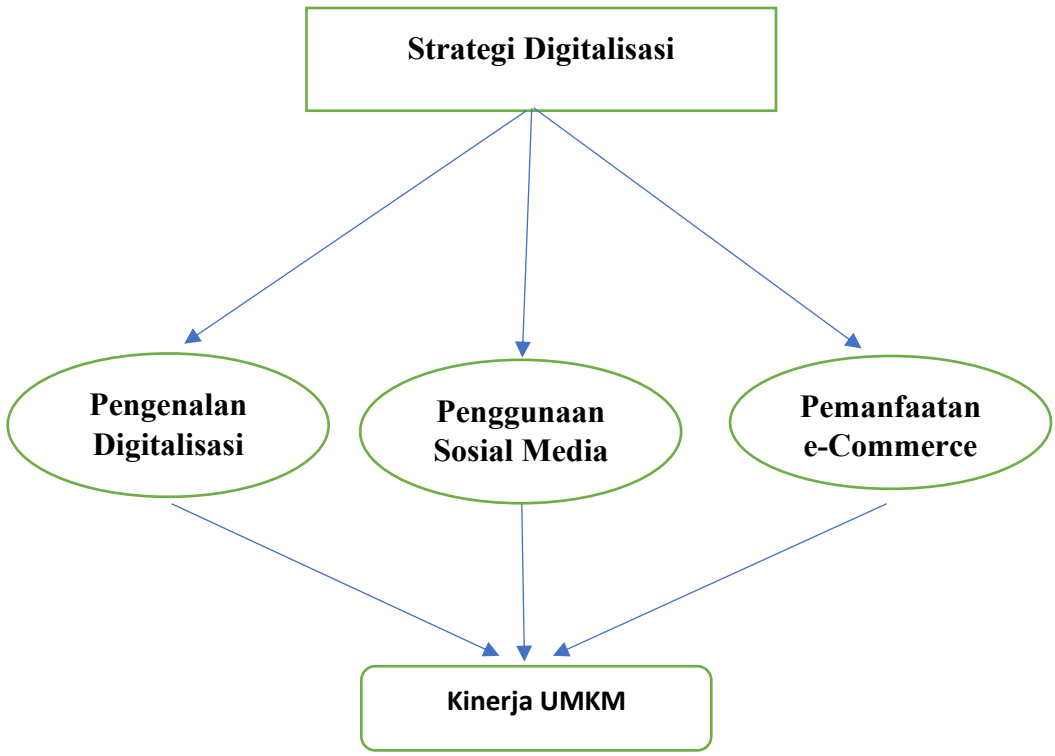
kemampuan dalam mengelola konten dan konsistensi dalam promosi masih menjadi kendala, sehingga dampak terhadap peningkatan penjualan belum optimal.

H3: *Pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif terhadap perluasan pasar UMKM*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM di Desa Lebakrejo masih tergolong rendah. Sebagian besar pelaku usaha belum memiliki akun pada *platform marketplace* seperti *Shopee* atau *Tokopedia*, dan masih terbatas pada penggunaan media sosial. Namun, setelah dilakukan sosialisasi dan pendampingan, beberapa pelaku UMKM mulai memahami potensi *e-commerce* dalam memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah. Hal ini menunjukkan adanya perubahan persepsi dan kesiapan untuk beradaptasi dengan teknologi digital. Meskipun implementasinya belum merata, *e-commerce* dinilai memiliki potensi besar dalam membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan pemasaran konvensional.

Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

\



Gambar 1. Model Penelitian

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *applied research* dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan berfokus menyeleksi strategi yang relevan bagi pelaku UMKM di Desa Lebakrejo. Pada tahap pengumpulan data primer, peneliti mengumpulkan berbagai jenis informasi tentang usaha-usaha UMKM yang dilakukan oleh masyarakat Desa Lebakrejo melalui wawancara kepada sembilan orang pelaku UMKM secara mendalam guna menelisik potensi maupun tantangan yang oleh mereka, kemudian peneliti menyimpulkan bahwa digitalisasi diperlukan untuk memajukan UMKM di desa tersebut. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti mengambil dari jurnal, buku, website dan data lainnya yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Penelitian ini juga disertai analisis data melalui SWOT yang digunakan untuk memahami kondisi dan situasi yang terjadi pada para pelaku usaha UMKM di Desa Lebakrejo, analisis SWOT dapat membantu peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh. Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan yang strategis dan biasanya digunakan untuk mengevaluasi dalam suatu organisasi, proyek, bisnis bahkan diri sendiri. SWOT terdiri atas strenghts yang berati kekuatan atau kemampuan positif yang dimiliki. Seperti keunggulan produk, keahlian tim dll, Weaknesses yang berati kekurangan atau faktor internal negatif, seperti kekurangan sumber daya, kurang pengalaman dll, Opportunities yang berarti faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan seperti tren pasar, teknologi baru, dll, dan yang terakhir yaitu Threats atau tantangan seperti persaingan, perubahan pasar, ataupun krisis ekonomi (Widowati et al., 2022).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis SWOT

Dari hasil pengumpulan data selama penelitian, peneliti memetakan analisis SWOT untuk UMKM yang berada di Desa Purwodadi Pasuruan sebagai berikut:

A. Strengths (Kekuatan)

UMKM di desa Lebakrejo ini sering mendapatkan pelatihan dan bantuan perizinan terkait dengan NIB, Halal. Hal ini dapat mengingkatkan legitimasi dan kapabilitas bisnis.

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

B. Weaknesses (Kelemahan)

Terbatasnya akses ke modal, minim literasi pembukuan dan pemasaran digital serta kurangnya tenaga terampil dan manajerial. Hal ini merupakan kelemahan dari UMKM desa Lebakrejo terlepas dari para UMKM yang sebagian memang kurang berpengalaman di bidang pemasaran digital yang dapat menghambat distribusi produk mereka.

C. Opportunities (Peluang)

Permintaan pasar lokal dan nasional untuk produk UMKM, dimana sebenarnya masih banyak permintaan dari pasar namun masih terkendala dengan tenaga kerja maupun modal.

D. Threats (Ancaman)

Persaingan dari produk sejenis dari perkotaan, fluktuasi ekonomi, regulasi yang kurang. Hal ini merupakan tantangan umum dari pelaku UMKM seperti SDM, pemasaran, dan infrastruktur yang juga di temui di desa Lebakrejo.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas, dapat disimpulkan bahwa UMKM di desa Lebakrejo berpotensi dapat berkembang cukup pesat karena adanya dukungan pelatihan, bantuan legalitas usaha, dan permintaan pasar yang tinggi. Namun, perkembangannya masih terhambat oleh keterbatasan modal, rendahnya kemampuan untuk memasarkan produk seacra digital. Dibutuhkan strategi pemasaran digital agar UMKM dapat memanfaatkan peluang secara optimal dan meningkatkan daya saing.

4.1.2 Hasil Strategi Digitalisasi

Berdasarkan rancangan analisis SWOT, peneliti kemudian merekomendasikan beberapa strategi digitalisasi kepada para pelaku UMKM di Desa Lebakrejo, yanng kemudian dari hal tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

No	Strategi	Indikator Hasil	Hasil
1.	Pengenalan digitalisasi dan pembuatan titik google maps tempat usaha	• Pelaku UMKM memiliki lokasi usaha yang terdaftar secara digital • Meningkatnya visibilitas usaha di pencarian online • Konsumen lebih mudah menemukan lokasi usaha	Pengenalan digitalisasi dan pembuatan google maps memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM, ditandai dengan meningkatnya aksesibilitas dan jangkauan informasi usaha kepada konsumen
2.	Penggunaan media sosial sebagai efisiensi operasional	• Pelaku UMKM mulai menggunakan Instagram/WhatsApp Business • Meningkatnya interaksi dengan konsumen • Adanya promosi produk secara online	Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan dan promosi produk, meskipun belum optimal karena keterbatasan kemampuan pengelolaan konten
3.	Pemanfaatan e-commerce untuk perluasan pasar	• Pelaku UMKM mulai mengenal marketplace • Adanya pemahaman tentang penjualan online • Potensi perluasan pasar ke luar daerah	Pemanfaatan e-commerce menunjukkan pengaruh positif terhadap perluasan pasar, namun implementasinya masih terbatas sehingga hasilnya belum maksimal
Tahun pengamatan			2025

Tabel 1. Hasil Strategi Digitalisasi

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pengenalan digitalisasi dan pembuatan titik google maps tempat usaha berpengaruh positif. Dengan demikian, jawaban hipotesis diatas adalah:

H1. *Pengenalan digitalisasi dan pembuatan titik google maps berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM* diterima, karena strategi digitalisasi terbukti memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan UMKM desa Lebakrejo, meskipun masih dalam tahap awal.

H2. *Penggunaan media sosial sebagai strategi digitalisasi berpengaruh positif dalam penjualan UMKM desa Lebakrejo.*juga diterima, karena penggunaan media sosial terbukti meningkatkan efisiensi para pelaku usaha dalam melakukan penjualan.

H3. *Pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif terhadap perluasan pasar UMKM desa Lebakrejo* diterima secara parsial, karena pemanfaatan e-commerce belum optimal, namun memiliki pengaruh positif terhadap peluang perluasan pasar.

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

4.2 Pembahasan

4.2.1 Desa Lebakrejo dan Fungsi Pengenalan Digitalisasi

Desa Lebakrejo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Desa ini terletak di dataran tinggi, yang menyebabkan suhu udara di wilayah tersebut relatif sejuk. Letak geografis yang strategis serta kondisi topografi yang mendukung menjadikan tanah di desa ini cukup subur. Potensi ekonomi lokal di desa Lebakrejo cukup besar, ditunjukkan dengan melimpahnya hasil bumi dari buah-buahan, sayuran hingga umbi-umbian. Potensi hasil bumi yang melimpah tersebut menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya sektor UMKM di desa ini. Dengan hasil bumi tersebut, membuat para pelaku UMKM bisa dengan mudah mendapatkan pasokan bahan baku untuk produknya. Jenis UMKM yang dominan di Desa Lebakrejo meliputi produksi makanan olahan seperti keripik dan jamu tradisional, serta produk makanan ringan lainnya. Meskipun jumlah pelaku UMKM cukup banyak, sebagian besar masih menghadapi kendala dalam hal pengelolaan usaha, khususnya dalam aspek pemasaran produk.

Kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran modern serta rendahnya literasi digital menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dari produk-produk UMKM yang dihasilkan. Padahal, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, pemasaran digital melalui platform daring (online marketplace) dapat menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan konsumen secara lebih efektif dan efisien. Keterbatasan jangkauan pemasaran yang masih bersifat konvesional menjadi salah satu faktor yang melemahkan daya saing usaha kecil, terutama ketika harus berhadapan dengan pelaku usaha yang memiliki jangkauan pemasaran berskala besar (Surur & Paramita, 2022). Begitupula dengan sebuah inovasi untuk produk, inovasi untuk sebuah produk memainkan peran penting dalam merancang dan mengembangkan model bisnis, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Putri & Widadi, 2024). Sedangkan para pelaku usaha UMKM di Desa Lebakrejo masih minim pengetahuan tentang pemasaran digital di online shop dan kurang mampu untuk berinovasi untuk produk dagangannya.

Melihat kondisi demikian, peneliti mencoba untuk mengenalkan digitalisasi kepada para pelaku usaha di desa tersebut. Peneliti melaksanakan beberapa program untuk mengenalkan digitalisasi diantaranya, pelatihan dasar literasi digital, pendampingan dalam pemanfaatan e-commerce sebagai media pemasaran digital, serta pengembangan ide produk agar lebih relevan dan kompetitif di pasar

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

modern. Selain itu, peneliti juga langsung membuatkan titik google maps bagi para pelaku usaha, hal ini merupakan langkah awal untuk menerapkan upaya strategi digitalisasi. Diharapkan dengan adanya program tersebut, para pelaku UMKM dapat memasarkan produknya secara lebih luas di pasaran.

4.2.2 Pemanfaatan Digitalisasi dari Pelaku UMKM

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel hasil strategi digital, sembilan pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan digitalisasi menunjukkan kemajuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Hasil wawancara pasca pelatihan mengindikasikan bahwa para pelaku UMKM merasakan manfaat signifikan dari strategi digitalisasi yang direkomendasikan oleh peneliti. Bapak Damun (2025) menyatakan bahwa pengenalan serta pelatihan digitalisasi telah membuka wawasannya terhadap potensi pasar yang lebih luas bagi produk keripik pisang yang diusahakannya apabila dipasarkan secara daring. Selanjutnya, Ibu Siti Muhawanah (2025) mengungkapkan bahwa jumlah pesanan produk keripiknya mengalami peningkatan setelah mulai memanfaatkan pemasaran online. Yang terakhir ibu Cholifah (2025), pelaku usaha martabak mini tersebut menyampaikan keinginan kuat untuk mulai memasarkan produknya melalui platform e-commerce seperti shopee dan tiktok shop.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan strategi digitalisasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas para pelaku UMKM Desa Lebakrejo dalam mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital. Dampak tersebut tidak hanya terlihat secara teknis saja, tetapi juga dari perubahan pola pikir pelaku usaha yang menjadi lebih terbuka terhadap inovasi dan perkembangan teknologi. Para pelaku UMKM mulai memahami pentingnya strategi pemasaran berbasis digital, seperti penggunaan media sosial dan pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana perluasan jangkauan pasar.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT, penelitian ini mengungkapkan bahwa UMKM di Desa Lebakrejo memiliki potensi yang signifikan untuk berkembang, yang didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang melimpah serta tingginya permintaan pasar. Namun demikian, perkembangan tersebut masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital, serta jangkauan pemasaran yang masih terbatas pada lingkup lokal. Penerapan strategi

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

digitalisasi, yang meliputi pembuatan titik lokasi usaha melalui google maps, penggunaan media sosial, serta pemanfaatan platform e-commerce, telah terbukti memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan UMKM.

Implementasi strategi ini mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Meskipun demikian, pemanfaatan e-commerce belum berjalan secara optimal dan masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang berkelanjutan dan terstruktur, seperti peningkatan literasi digital, pemberian pendampingan intensif, serta dukungan dari pemerintah dan pemangku kepentingan. Langkah-langkah tersebut ditujukan untuk mempercepat pengenalan digitalisasi, sehingga dapat meningkatkan daya saing sekaligus menjamin keberlanjutan UMKM di wilayah Desa Lebakrejo.

REFERENSI

Achmad, G. N., Yulianti, S. D., Sharaha, M., Priandana, M. A., Khatimah, N., Hidayat, A. N., M, N. J., Handayani, Y. T., Aditya, D. F., & Dary, R. W. (2023). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Pertumbuhan Ekonomi Di Desa Sekitar Ibu Kota Nusantara. *Jurnal Riset Pembangunan*, *6*(1), Article 1. Https://Doi.Org/10.36087/Jrp.V6i1.181

Antara. (2025). *Afirmasi Kebijakan Penghapusan Pajak Usaha Kecil Bagi UMKM*. https://umkm.go.id/news/trujm0bu4rptb9nde9a8b09h

Al Farisi, S., Iqbal, F, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84. https://doi.org/10.53429/jdes.v9i1.307

Cholifah. (2025). *Wawancara*

Damun. (2025). *Wawancara*

Hamami. (2025). *Wawancara*

Indupurnahayu., Safalah, M, F., Utami. M, A. (2022). Indupurnahayu, I., Safalah, M. F., & Utami, M. A. (2022). Potensi dan Peluang UMKM Terhadap Upaya Pemulihan Ekonomi di Kota Bogor Pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *10*(2), 349–354. https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1439

Kiswandi, F. R. P., Setiawan. M. C., Ghifari. M. A. (2023). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen,* 1 (4), 154-162. https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.328

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

KPPN, R. (2024). *Umkm Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat*. Https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/Kppn/Curup/Id/Data-Publikasi/Artikel/2885-Umkm-Hebat,-Perekonomian-Nasional-Meningkat.Html

Kurniawan, F. E., Aruan, N. L. (2021). Digitalization And New Work Patterns: Impacts On Industrialization And Labor Policy Responses, *Jurnal Sosioteknologi,* 20 (3), 395-409. https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2021.20.3.11

Morrison, B., Fikri, A, A, H, S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18 (1), 289-299. https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215

Mostaghel, R., Oghazi, P., Parida, V., Sohrabpour, V. (2022). Digitalization Driven Retail Business Model Innovation: Evaluation Of Past And Avenues For Future Research Trends. Journal Of Business Research, 146 (2), 134-145. Https://Doi.Org/10.1016/J.Jbusres.2022.03.072.

Muhawanah, Siti. (2025). *Wawancara*

Nurjanah, & Susanto, E. (2024). Penerapan Digital Marketing Pada Pelaku Umkm Didesa Bolang. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, *3*(1), 1415–1420. Https://Doi.Org/10.15642/Acce.V3i

Nurlinda., Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020,* 160-175.

Pemerintah Kabupaten Pasuruan. (2024). *Peringatan Hari Koperasi Ke-77, Pj. Bupati Andriyanto Gelorakan Spirit Transformasi Majukan Koperasi dan Usaha Mikro.* https://www.pasuruankab.go.id/isiberita/peringatan-hari-koperasi-ke-77-pj-bupati-andriyanto-gelorakan-spirit-transformasi-majukan-koperasi-dan-usaha-mikro

Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi Dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM Di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(4), 180–189. Https://Doi.Org/10.61132/Maeswara.V2i4.1113

Radiansyah, E. (2022). Peran Digitalisasi Terhadap Kewirausahaan Digital: Tinjauan Literatur Dan Arah Penelitian Masa Depan. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *9*(2), 828–837. https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.41351

Rianan. (2025). *Wawancara*

Ririn. (2025). *Wawancara*

Rizqi, M, D, M. (2024). Systematic Literature Review: Analisis Dampak Digitalisasi dalam Industri Jasa terhadap Efisiensi dan Layanan Pelanggan. *Jurnal Economina*, *3*(10), 947–957. https://doi.org/10.55681/economina.v3i10.1449

e-ISSN 2722-6328
SCIENTIFIC JOURNAL OF ECONOMICS, MANAGEMENT, BUSINESS, AND ACCOUNTING
e-journal.uniflor.ac.id/index.php./analisis VOL. 16 NO. 01 YEAR OF 2026
PUBLISHED BY:
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS FLORES UNIVERSITY

Rusli, Tiffany S., Yoseb B., Amelia D., Dewi R. (2024). Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*

Romadhoni, B. R., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *6*(3), Article 3. Https://Doi.Org/10.31955/Mea.V6i3.2457

Surur, A. M., & Paramita, P. D. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran Umkm Melalui Inovasi Sosial Media Marketing Pada Pelaku Usaha Keripik Di Desa Domas. *Al-Dzahab*, *3*(1), 21–31. Https://Doi.Org/10.32939/Dhb.V3i1.991

Syifa'. (2025). *Wawancara.*

Warda, D. (2025). *Reses DPRD: Pelaku UMKM Keluhkan Minimya Dukungan.* https://dialogmasa.com/reses-dprd-pelaku-umkm-keluhkan-minimnya-dukungan/

Wekke, Ismail Suardi. *Metode Pengabdian Masyarakat: Dari Rancangan Ke Publikasi*. Penerbit Adab, 2022.

Widowati, I., Riany, D. A., Andrianto, F., & Suhartini, S. (2022). Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Umkm Papat Sodara Food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, *12*(1), 146–156. Https://Doi.Org/10.51132/Teknologika.V12i1.161

Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *2*(3), 170-186. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147

Zainul Bahri, S. E., Aprilianti, D. R. V., & SSTP, M. E. (2023). Menuju Kesejahteraan Berkelanjutan Pemahaman Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Klasik, Neoklasik, Islam, Green Economy, Dan Blue Economy. *Nas Media Pustaka*.