



DAMPAK DIGITALISASI TERHADAP PENDAPATAN UMKM DESA DABUK REJO

Abdullah Sani^{1*}, Siti Khusnia², Suhadi³

^{1,2,3}Ekonomi Syariah, IAI Nusantara Ash-Shiddiqiyah

^{1*}sanisandoes@gmail.com (correspondence author), ²khusnia5518@gmail.com, ³suhadisei@gmail.com

Article History:

Received Jul 27th, 2025

Revised Jul 28th, 2025

Accepted Aug 7th, 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Dabuk Rejo. Digitalisasi yang dimaksud mencakup penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan melibatkan 41 pelaku UMKM sebagai responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi belum memberikan dampak yang signifikan terhadap meningkatnya pendapatan pelaku UMKM. Kurangnya pemahaman terhadap literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta minimnya akses terhadap modal dan pelatihan menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital. Meskipun beberapa pelaku usaha telah memanfaatkan teknologi digital secara terbatas, penerapannya masih bersifat dasar dan belum terintegrasi dalam strategi usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan membutuhkan dukungan menyeluruh melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan infrastruktur.

Kata Kunci : Digitalisasi, Pendapatan, UMKM

Abstract

This study aims to analyze the impact of digitalization on the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Dabuk Rejo Village. The concept of digitalization in this context encompasses the use of social media, e-commerce platforms, and digital payment applications. A quantitative approach with a descriptive method was employed, involving 41 MSME actors as respondents. Data were analyzed using simple linear regression. The findings indicate that digitalization has not yet had a significant impact on increasing the income of MSME actors. Limited digital literacy, inadequate internet infrastructure, and restricted access to capital and training constitute the primary barriers to the digital transformation process. Although some business actors have begun to utilize digital technologies to a limited extent, their implementation remains basic and has not yet been integrated into business strategies. These findings suggest that the successful digitalization of MSMEs in rural areas requires comprehensive support through training, mentoring, and infrastructure enhancement.

Keyword : Digitalization, Income, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM (2024) menunjukkan bahwa sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, yaitu lebih dari 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja di berbagai sektor. Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan transformasi digital agar tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis. Digitalisasi kini menjadi kebutuhan mendesak, baik bagi UMKM di wilayah perkotaan maupun





pedesaan, karena mampu meningkatkan efisiensi proses bisnis, memperluas akses pemasaran, serta berpotensi mendorong pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan.

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, seperti media sosial, e-commerce, serta aplikasi pembayaran digital, menjadi strategi utama dalam mendorong perkembangan UMKM melalui proses digitalisasi. Dengan digitalisasi, pelaku UMKM dapat memasarkan produk secara lebih luas tanpa batasan wilayah, mempercepat proses transaksi, serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Dayanti (2020) menunjukkan bahwa adopsi digitalisasi dapat memperbaiki efisiensi operasional dan memperluas cakupan pasar, yang pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap pendapatan usaha. Temuan serupa juga disampaikan oleh Susanti dan Prabowo (2021), yang menyatakan bahwa UMKM yang telah mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan usahanya mengalami pertumbuhan pendapatan yang lebih signifikan dibandingkan dengan UMKM yang belum menerapkan digitalisasi.

Desa Dabuk Rejo, Kecamatan Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir, merupakan salah satu desa yang mayoritas penduduknya bergantung pada sektor UMKM, terutama usaha perdagangan makanan, minuman, dan barang kebutuhan sehari-hari. Dalam beberapa tahun terakhir, sebagian pelaku UMKM di desa ini mulai mencoba memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial untuk promosi produk, e-commerce lokal, serta aplikasi pembayaran digital seperti OVO, GoPay, dan Dana. Namun, upaya digitalisasi ini masih menghadapi berbagai kendala, di antaranya keterbatasan infrastruktur internet, rendahnya literasi digital pelaku usaha, serta keterbatasan modal untuk investasi teknologi. Kondisi ini menjadi hambatan bagi optimalisasi peran digitalisasi dalam meningkatkan pendapatan UMKM di wilayah tersebut. Penelitian ini memiliki urgensi dalam memberikan pemahaman mengenai sejauh mana digitalisasi berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM yang berada di wilayah pedesaan, khususnya di Desa Dabuk Rejo. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi pemerintah, lembaga pendukung UMKM, serta para pelaku usaha dalam menyusun strategi pemberdayaan UMKM yang berbasis digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap berbagai kendala yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi, sekaligus menyusun rekomendasi kebijakan dan program yang dapat menunjang keberlangsungan usaha mereka di tengah perkembangan ekonomi digital.

Penelitian ini didasarkan pada teori adopsi inovasi oleh Rogers (2003) yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi oleh pelaku usaha dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jaringan pasar, dan mempercepat pertumbuhan usaha. Digitalisasi menjadi salah satu bentuk adopsi inovasi yang memungkinkan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, teori creative destruction yang dikemukakan oleh Schumpeter menegaskan bahwa inovasi dan adopsi teknologi merupakan kunci untuk mendorong dinamika dan pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks UMKM, inovasi berbasis digital berpotensi menjadi penggerak utama dalam meningkatkan pendapatan, memperkuat posisi usaha di pasar, serta memperluas peluang ekonomi, tidak hanya pada skala lokal tetapi juga nasional.

Berbagai penelitian terdahulu mendukung pentingnya digitalisasi dalam pengembangan UMKM. Rionaldi Bakrie (2024) mengkaji kontribusi UMKM di era digital terhadap perekonomian Indonesia dan menemukan bahwa digitalisasi mampu memperkuat kontribusi UMKM terhadap PDB nasional. Amalia (2024) dalam penelitiannya di daerah pedesaan menunjukkan bahwa intensitas penggunaan teknologi digital berkorelasi positif dengan peningkatan pendapatan UMKM, di mana pemanfaatan e-commerce berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan sebesar 0,8 unit per kenaikan skor digitalisasi. Pratamansyah (2024) menambahkan bahwa transformasi digital melalui penggunaan seperti e-commerce, media sosial, dan sistem informasi manajemen berbasis digital dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan.

Walaupun digitalisasi menawarkan peluang yang besar bagi perkembangan usaha, penerapannya di wilayah pedesaan seperti Desa Dabuk Rejo masih menghadapi sejumlah hambatan. Kendala yang paling dominan antara lain rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, keterbatasan jaringan internet yang memadai, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis sejauh mana digitalisasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Desa Dabuk Rejo, sekaligus mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi dan merumuskan rekomendasi strategis guna mendukung proses transformasi digital bagi UMKM di daerah pedesaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa tujuan utama dari penelitian ini. Pertama, meneliti sejauh mana digitalisasi memengaruhi peningkatan pendapatan UMKM di Desa Dabuk Rejo. Kedua, mengidentifikasi berbagai faktor yang menjadi hambatan maupun pendukung dalam proses digitalisasi di kalangan pelaku UMKM di desa. Ketiga, merumuskan rekomendasi kebijakan serta program yang dapat mempercepat proses transformasi digital UMKM di wilayah pedesaan. Dengan tujuan-tujuan tersebut, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis



maupun praktis, khususnya dalam mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan UMKM yang berbasis digital.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih untuk menganalisis dan mengukur sejauh mana penerapan digitalisasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Dabuk Rejo, Kecamatan Lempuing, Kabupaten Ogan Komering Ilir. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive di Desa Dabuk Rejo, yang merupakan salah satu desa dengan aktivitas UMKM yang cukup berkembang, terutama dalam sektor makanan, minuman, dan perdagangan barang harian. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret hingga Mei 2025.

Penelitian ini mengambil seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Dabuk Rejo sebagai populasi. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan menetapkan syarat tertentu, yakni UMKM yang telah mengintegrasikan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih sebanyak 41 responden untuk dijadikan sampel. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert kepada responden yang telah memenuhi kriteria.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah digitalisasi, yang terdiri dari tiga indikator utama yaitu penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi pembayaran digital. Variabel dependen adalah pendapatan UMKM, yang diukur berdasarkan peningkatan omzet dan efisiensi operasional setelah penerapan teknologi digital.

Instrumen penelitian ini telah melewati proses pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan metode Pearson Product Moment serta Cronbach Alpha. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis melalui regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana digitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM. Selain itu, pengujian dilakukan menggunakan uji t guna menilai signifikansi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang jelas mengenai dampak digitalisasi terhadap pendapatan UMKM serta memberikan rekomendasi kebijakan untuk mendukung transformasi digital di wilayah pedesaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Dabuk Rejo menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner, sebagian besar pelaku usaha memang telah mengenal dan menggunakan teknologi digital, namun pemanfaatannya masih terbatas pada aktivitas sederhana, seperti promosi melalui media sosial. Pemanfaatan tersebut belum sepenuhnya diarahkan untuk mendukung strategi bisnis yang terencana dan berkelanjutan.

Mayoritas pelaku usaha menggunakan media sosial hanya untuk mempublikasikan produk secara umum tanpa adanya pengelolaan konten yang menarik, jadwal promosi yang teratur, atau interaksi intensif dengan konsumen. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran digital menjadi kurang optimal. Banyak pelaku UMKM yang hanya mengandalkan pelanggan tetap di sekitar desa dan masih bergantung pada metode penjualan tatap muka yang selama ini dianggap lebih aman dan mudah. Hal ini menunjukkan bahwa proses adopsi digitalisasi di tingkat UMKM pedesaan belum berjalan secara maksimal, sehingga dampak terhadap peningkatan pendapatan juga belum terlihat secara nyata.

Hasil analisis juga mengungkap bahwa sebagian besar pelaku UMKM menghadapi berbagai kendala dalam menerapkan teknologi digital. Keterbatasan literasi digital menjadi hambatan utama, terutama bagi pelaku usaha yang berusia lanjut. Sebagian besar dari mereka belum terbiasa menggunakan platform e-commerce atau aplikasi keuangan digital, sehingga hanya mengandalkan cara-cara tradisional dalam menjalankan usaha. Bahkan, ada pelaku usaha yang menganggap penggunaan teknologi digital terlalu rumit dan memerlukan waktu tambahan yang tidak sebanding dengan hasil yang diperoleh. Selain faktor keterampilan, kondisi infrastruktur juga menjadi masalah yang cukup besar. Beberapa wilayah di Desa Dabuk Rejo masih mengalami akses internet yang tidak stabil, sehingga menyulitkan pelaku usaha untuk menjalankan promosi secara konsisten. Banyak responden yang mengaku kesulitan membalas pesan pelanggan secara cepat karena gangguan jaringan, sehingga mengurangi kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara daring.



Hambatan lainnya adalah keterbatasan modal dan kurangnya pendampingan dari pihak terkait. Beberapa pelaku usaha menyampaikan bahwa mereka tidak memiliki biaya tambahan untuk memproduksi konten digital yang menarik, seperti foto produk yang profesional atau iklan berbayar di media sosial. Selain itu, pelaku UMKM juga jarang mendapatkan pelatihan khusus tentang cara memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Minimnya dukungan tersebut menyebabkan sebagian besar pelaku usaha menjalankan pemasaran digital secara otodidak, yang hasilnya kurang efektif.

Meskipun demikian, ada beberapa pelaku usaha yang berhasil merasakan manfaat dari digitalisasi, meskipun dampaknya belum signifikan. Pelaku UMKM yang aktif mempromosikan produk secara teratur di media sosial dan menjaga komunikasi dengan pelanggan secara daring mengalami peningkatan permintaan, terutama pada produk makanan dan minuman. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa teknologi digital sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan apabila dimanfaatkan secara serius dan konsisten.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penerapan digitalisasi pada UMKM di Desa Dabuk Rejo masih berada pada tahap awal dan belum terintegrasi sepenuhnya dalam proses bisnis. Digitalisasi baru digunakan sebagai alat tambahan untuk promosi, bukan sebagai bagian utama dari strategi pengelolaan usaha. Padahal, jika dimanfaatkan dengan baik, teknologi digital dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, mempermudah transaksi, dan mengatur pencatatan keuangan secara lebih terstruktur.

Temuan ini juga memberikan gambaran bahwa digitalisasi di wilayah pedesaan membutuhkan pendekatan yang lebih komprehensif. Perlu adanya dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, maupun pihak swasta untuk menyelenggarakan pelatihan literasi digital yang terarah, menyediakan pendampingan teknis, dan memperkuat infrastruktur jaringan internet. Dengan adanya dukungan tersebut, diharapkan pelaku usaha yang ada di desa dapat menggunakan teknologi digital secara maksimal untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan pendapatan mereka secara bertahap. Dengan kata lain, potensi digitalisasi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Dabuk Rejo sebenarnya cukup besar, namun realisasinya memerlukan waktu, pendampingan, dan komitmen dari berbagai pihak. Transformasi digital hanya akan berhasil jika pelaku UMKM memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sarana pendukung yang memadai sehingga mereka mampu mengelola usaha secara modern dan efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 41 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Dabuk Rejo, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi belum memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa digitalisasi hanya mampu menjelaskan sekitar 8,2% variasi pendapatan UMKM, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar digitalisasi.

Sebagian besar pelaku UMKM telah beradaptasi dengan teknologi digital, terlihat dari penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi pembayaran digital, penggunaan tersebut masih terbatas pada fungsi dasar dan belum terintegrasi secara menyeluruh dalam strategi usaha. Rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta minimnya modal menjadi hambatan utama dalam optimalisasi digitalisasi.

Untuk itu, beberapa langkah strategis disarankan guna mendorong keberhasilan transformasi digital UMKM, khususnya di wilayah pedesaan:

1. Pemerintah daerah bersama lembaga terkait diharapkan secara berkesinambungan menyelenggarakan program pelatihan literasi digital. Kegiatan ini penting agar pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi secara maksimal sebagai penunjang pengembangan dan keberlanjutan usaha mereka
2. Penguatan Infrastruktur Digital Perlu dilakukan perbaikan dan perluasan akses internet di wilayah pedesaan, termasuk Desa Dabuk Rejo, guna memastikan konektivitas yang memadai bagi pelaku UMKM dalam mengakses teknologi digital.
3. Pendampingan dan Akses Modal Diperlukan program pendampingan khusus untuk membantu UMKM menyusun strategi digitalisasi yang tepat, serta penyediaan akses modal atau bantuan finansial untuk mendukung investasi dalam teknologi.
4. Untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh, studi lanjutan direkomendasikan. Studi ini sebaiknya memperluas cakupan wilayah serta memasukkan variabel-variabel lain seperti kualitas produk, strategi harga, dan pelayanan pelanggan, mengingat faktor-faktor tersebut memiliki potensi untuk memengaruhi pendapatan UMKM.

Dengan adanya langkah-langkah tersebut, diharapkan transformasi digital dapat memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah pedesaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2024). Peran digitalisasi dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di daerah pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 45–55.
- Bakrie, R. (2024). Pengaruh pendapatan UMKM serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 12(2), 101–115.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). Laporan perkembangan UMKM Indonesia 2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Pratamansyah, A. (2024). Transformasi digital dan pertumbuhan UMKM: Analisis dampak teknologi pada kinerja usaha kecil dan menengah di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(3), 200–215.
- Ramadhani, A., Sari, N., & Putra, B. (2025). Pemanfaatan marketplace digital dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui sarana komunikasi di era digital. *Jurnal Bisnis Modern*, 7(1), 30–42.
- Rahayu, S., & Dayanti, L. (2020). Digitalisasi dan kinerja usaha mikro kecil: Studi kasus UMKM Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 55–66.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press. Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Brothers.