

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

Oleh:

Arifah Husna¹

Gabi Kariza Ilhami²

Rizqi Rahma Adinda³

Sandy Pramudito⁴

Vivin Fiana⁵

Universitas Trunodjoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur
(69162).

Korespondensi Penulis: arifahhusna64@gmail.com, ghebykariza@gmail.com,
adindarira@gmail.com, sansdypramudito12@gmail.com, vivinfiانا@gmail.com.

Abstract. *Digitalization has become an important strategy for enhancing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, its implementation still faces various challenges, particularly among village-level MSMEs. This study aims to analyze the inhibiting factors of MSME digitalization and to explore the expectations of business actors regarding the strengthening of the digital ecosystem in Roomo Village. The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with three MSME actors, namely WMK MSME, Silfar MSME, and Gorengan MSME. The results indicate that there are four main factors hindering the digitalization process of MSMEs: limited internet network infrastructure, limited technological devices, limited time for business management, and difficulties in creating digital promotional content. These barriers are interrelated and affect the level of optimization in the use of digital media for business activities. In addition, MSME actors express strong expectations for continuous digitalization assistance, regular socialization and guidance, as well as more tangible support from the village government and MSME facilitators. Synergy among stakeholders and increased trust in local MSME*

Received December 19, 2025; Revised December 31, 2025; January 19, 2026

*Corresponding author: arifahhusna64@gmail.com

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

products are also considered key factors in promoting successful digitalization. This study emphasizes that MSME digitalization requires a contextual, sustainable, and needs-based approach in order to generate tangible impacts on MSME development.

Keywords: *Digitalization, Supporting Factors, Inhibiting Factors, Expectations, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).*

Abstrak. Digitalisasi menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, proses penerapannya masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya pada UMKM di tingkat desa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor penghambat digitalisasi UMKM serta harapan pelaku usaha terhadap penguatan ekosistem digital di Desa Roomo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga pelaku UMKM, yaitu UMKM WMK, UMKM Silfar, dan UMKM Gorengan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor utama yang menghambat proses digitalisasi UMKM, yaitu keterbatasan infrastruktur jaringan internet, keterbatasan perangkat teknologi, keterbatasan waktu dalam pengelolaan usaha, serta kesulitan dalam pembuatan konten promosi digital. Hambatan-hambatan tersebut saling berkaitan dan memengaruhi tingkat optimalisasi pemanfaatan media digital dalam kegiatan usaha. Selain itu, pelaku UMKM memiliki harapan besar terhadap adanya pendampingan digitalisasi yang berkelanjutan, sosialisasi dan pengarahan rutin, serta dukungan yang lebih nyata dari pemerintah desa dan pihak pendamping UMKM. Sinergi antar pemangku kepentingan serta peningkatan kepercayaan terhadap produk UMKM lokal juga menjadi harapan utama dalam mendorong keberhasilan digitalisasi. Penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi UMKM memerlukan pendekatan yang kontekstual, berkelanjutan, dan berbasis kebutuhan pelaku usaha agar dapat memberikan dampak nyata terhadap pengembangan UMKM.

Kata Kunci: Digitalisasi, Faktor Pendukung, Faktor Penghambat, Harapan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

nasional serta penyerapan tenaga kerja. UMKM juga dikenal sebagai motor pertumbuhan ekonomi lokal yang memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan ketimpangan pendapatan. Di era transformasi digital, kebutuhan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi semakin mendesak agar mampu mempertahankan daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif. Digitalisasi mencakup berbagai elemen seperti pemasaran digital, penggunaan *platform e-commerce*, sistem pembayaran digital, hingga manajemen usaha berbasis aplikasi digital.¹ Digitalisasi UMKM memiliki berbagai manfaat strategis seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat pertumbuhan pendapatan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital seperti *e-commerce*, pemasaran *online*, dan sistem pembayaran digital mencatat pertumbuhan omzet dan perluasan pasar lebih tinggi dibandingkan yang belum melakukan digitalisasi secara optimal.

Namun di sisi lain, disparitas adopsi digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan masih signifikan, dengan UMKM di desa sering tertinggal akibat rendahnya literasi digital, infrastruktur jaringan yang belum merata, dan keterbatasan sumber daya manusia. Kondisi tersebut diperparah dengan fakta bahwa sebagian besar pelaku UMKM di pedesaan masih menjalankan usaha dengan metode tradisional, baik dalam pemasaran, pencatatan keuangan, maupun pengelolaan usaha secara umum. Hal ini menghambat kemampuan usaha untuk bertransformasi dalam menghadapi dinamika pasar yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Dalam konteks desa, program pendampingan seperti yang dilakukan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) memiliki peranan penting dalam mempercepat proses adopsi teknologi digital. KKN tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengabdian masyarakat tetapi juga sebagai wadah transfer pengetahuan dan keterampilan tentang penggunaan teknologi digital bagi pelaku UMKM lokal.

Di desa Roomo terdapat banyak UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Sebagian besar pelaku UMKM tersebut masih menjalankan strategi pemasaran secara tradisional atau non digital. Kegiatan pemasaran yang dilakukan umumnya berupa

¹ Fildzah'Izzati, H. (2025). Digitalisasi UKM di Indonesia: Pendekatan strategis untuk mendorong adopsi teknologi berkelanjutan dalam perubahan bisnis modern. *Journal of Applied Digital Business Research*, 1(1), hlm., 85-103.

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

penjualan produk secara langsung melalui pembukaan lapak. Penerapan strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional ini mengakibatkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas pada wilayah tertentu saja. Akibatnya, produk-produk UMKM di Desa Roomo belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar wilayah desa. Kondisi tersebut berdampak pada terbatasnya peluang peningkatan penjualan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pemanfaatan media digital sebagai alternatif strategi pemasaran yang lebih mudah, efisien, dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Penerapan pemasaran digital diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

Salah satu bentuk pemanfaatan utama adalah penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi pilihan populer bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka. Dengan strategi pemasaran visual yang menarik, seperti penggunaan Instagram *Stories* dan *Reels*, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi muda. TikTok, dengan pendekatan konten video kreatif, telah menjadi sarana yang efektif bagi UMKM untuk meningkatkan kesadaran merek sekaligus membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan.² Berbagai studi pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan langsung terhadap pemanfaatan media digital, sistem pembayaran non-tunai seperti QRIS, serta strategi pemasaran *online* terbukti memberikan peningkatan pemahaman dan kemampuan digital bagi pelaku UMKM di desa. Misalnya, program sosialisasi digitalisasi UMKM di Desa Pangpong menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap penggunaan media digital dan QRIS untuk memperkuat citra produk serta daya saing ekonomi lokal.³ Demikian pula pengabdian di Desa Batu Rusa menunjukkan bahwa pelatihan interaktif terkait pemasaran digital mampu meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi pasar.⁴

² Morisson, 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), hlm., 293.

³ Nuraini, D., Camelia, F., Kiswandari, M. A., Kulsum, U., Nugroho, N. F., Irmanda, S. A., & Atika, M. (2025). Sosialisasi Digitalisasi Ukm Untuk Meningkatkan Citra Produk Dan Daya Saing Ekonomi Lokal Masyarakat Desa Pangpong. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12).

⁴ Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2025). Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(6), hlm., 100-104.

Meski demikian, hambatan seperti kurangnya literasi digital, keterbatasan modal, dan dukungan infrastruktur masih sering dijumpai dalam proses implementasi digitalisasi UMKM di desa. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi yang lebih terstruktur dan berkelanjutan sangat dibutuhkan, khususnya yang melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, mahasiswa KKN, sektor swasta, dan masyarakat setempat.⁵ Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada implementasi digitalisasi UMKM di Desa Roomo, Gresik, untuk menganalisis sejauh mana teknologi digital telah diadopsi oleh UMKM setempat, faktor-faktor pendukung dan penghambat proses tersebut, serta solusi terhadap pengembangan usaha. Studi ini diharapkan mampu memberi rekomendasi strategis dalam merumuskan program pendampingan digitalisasi UMKM yang lebih efektif di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses implementasi digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Roomo, Kabupaten Gresik. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman fenomena sosial yang terjadi di lapangan, khususnya terkait penerapan teknologi digital dalam aktivitas usaha UMKM serta respons dan pengalaman pelaku usaha terhadap proses tersebut. Penelitian dilaksanakan di Desa Roomo, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik, yang merupakan lokasi pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberadaan UMKM aktif yang masih menjalankan usaha secara konvensional dan memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital. Subjek penelitian terdiri dari pelaku UMKM di Desa Roomo yang terlibat dalam kegiatan pendampingan digitalisasi, pelaku UMKM, serta mahasiswa KKN yang berperan sebagai fasilitator kegiatan. Sementara itu, objek penelitian adalah proses implementasi digitalisasi UMKM yang meliputi pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, penggunaan *platform* digital untuk pembuatan akun bisnis, promosi produk, penerapan sistem pembayaran digital, serta pembuatan katalog.

⁵ Rochmansyah, B. N., Riyadi, R. S., Farida, I., Asikin, M. Z., & Mijoyo, M. (2025). Upaya Peningkatan Digitalisasi Pelayanan Desa Dan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Buntet Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(5), hlm., 1376-1390.

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Pendukung Digitalisasi UMKM di Desa Roomo

Keberhasilan implementasi digitalisasi UMKM di Desa Roomo tidak terlepas dari adanya faktor-faktor pendukung yang saling berkesinambungan. Faktor tersebut menjadi landasan penting dalam meningkatkan efektivitas penerapan teknologi digital pada aktivitas usaha UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga pelaku UMKM di Desa Roomo, diperoleh gambaran bahwa faktor pendukung digitalisasi usaha memiliki karakteristik yang berbeda pada setiap pelaku UMKM, meskipun terdapat beberapa kesamaan secara umum. Menurut Ibu Suwandari selaku pelaku UMKM di Desa Roomo, diketahui bahwa keberhasilan penerapan digitalisasi usaha didukung oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Secara internal, faktor utama yang mendorong penggunaan teknologi digital berasal dari inisiatif pribadi pelaku usaha yang disertai dengan dukungan keluarga, khususnya saran dari suami, dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan usaha. Inisiatif tersebut mendorong Ibu Suwandari untuk mulai menggunakan berbagai *platform* digital seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, serta layanan pesan antar daring seperti Gojek dan Grab.⁶

Selain faktor internal, dukungan eksternal juga turut berperan penting dalam mendukung digitalisasi UMKM. Ibu Suwandari menyampaikan bahwa dukungan dari pemerintah desa dalam bentuk kemitraan usaha, seperti kerja sama penyediaan produk snack dengan pihak tertentu, termasuk mitra industri, menjadi salah satu faktor yang memperkuat keberlanjutan usaha berbasis digital. Dukungan ini tidak hanya membuka peluang pasar yang lebih luas, tetapi juga meningkatkan kepercayaan terhadap produk UMKM lokal. Faktor pendukung lainnya adalah peran pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital. Menurut Ibu Suwandari, kegiatan pendampingan sangat membantu karena mampu mengubah pelaku usaha yang sebelumnya belum memahami pemasaran digital menjadi lebih mengetahui dan mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung, terutama jaringan internet, menjadi faktor penting dalam menunjang kelancaran aktivitas digitalisasi UMKM, khususnya dalam pemasaran dan pelayanan konsumen secara daring.

⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Suwandari selaku ketua UMKM dan pelaku UMKM Desa Roomo. Tanggal 12 Januari 2026.

Pelatihan dan pendampingan memiliki peran yang sangat besar dalam membantu memahami pemasaran digital. Ia menilai bahwa pelatihan sangat berperan karena mampu meningkatkan pengetahuan pelaku usaha yang sebelumnya belum memahami pemasaran digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM yang awalnya tidak mengetahui cara memanfaatkan media digital menjadi lebih paham dan mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berfungsi sebagai sarana peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Fasilitas yang paling mendukung dalam penerapan digitalisasi UMKM WMK adalah ketersediaan jaringan internet. Jaringan internet dinilai sebagai faktor utama yang menunjang kelancaran penggunaan teknologi digital dalam usaha makanan dan minuman, mulai dari komunikasi dengan konsumen hingga promosi produk secara *online*. Dengan adanya jaringan internet yang memadai, aktivitas digitalisasi usaha dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.⁷

Gambar 1. Wawancara dengan ibu Suwandari sebagai ketua UMKM dan pelaku UMKM Desa Roomo



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ma'rifatul Hasanah selaku pelaku UMKM Tahu Walik dan Gorengan, faktor pendukung digitalisasi usaha dapat dijelaskan melalui beberapa aspek utama, yaitu persepsi manfaat media sosial, inisiatif pribadi, peran pelatihan, serta ketersediaan fasilitas pendukung. Menurut Bu Ma'rifatul Hasanah, faktor yang paling membantu dalam mulai menggunakan teknologi digital untuk usaha adalah manfaat media sosial dalam memperluas pengenalan produk. Bu Ma'rifatul

⁷ *Ibid.*

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

Hasanah menyampaikan bahwa penggunaan media sosial membuat produk tahu walik dan gorengan yang dijual menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Melalui promosi di media sosial, informasi mengenai produk dapat tersebar lebih luas dibandingkan dengan pemasaran secara konvensional. Hal ini mendorong Bu Ma'rifatul Hasanah untuk mulai memanfaatkan teknologi digital karena dirasakan mampu meningkatkan visibilitas usaha dan menarik perhatian konsumen baru. Bu Ma'rifatul Hasanah menyatakan tidak terdapat bantuan atau dukungan langsung dari pihak lain dalam proses digitalisasi usaha, sehingga inisiatif sepenuhnya berasal dari diri sendiri. Keputusan untuk menggunakan media digital dilakukan secara mandiri tanpa adanya dukungan dari keluarga, komunitas, maupun pemerintah desa. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor internal berupa kesadaran dan kemauan pribadi menjadi faktor pendukung utama dalam memulai digitalisasi UMKM, meskipun tanpa adanya dukungan eksternal yang signifikan.⁸

Menurut Bu Ma'rifatul Hasanah, pelatihan dan pendampingan tetap memiliki peran dalam menambah pengetahuan terkait pemasaran digital. Meskipun digitalisasi usaha dilakukan secara mandiri, Bu Ma'rifatul Hasanah menilai bahwa pelatihan dan pendampingan dapat menambah wawasan serta ilmu baru yang berguna dalam mengelola pemasaran secara *online*. Pelatihan dipandang sebagai sarana untuk memperluas pemahaman, khususnya dalam mengembangkan strategi promosi dan memanfaatkan media digital secara lebih efektif. Fasilitas yang mendukung digitalisasi UMKM saling berkaitan satu sama lain. *Handphone*, jaringan internet, dan aplikasi digital dianggap sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam menunjang aktivitas usaha. Dengan adanya fasilitas tersebut, Bu Ma'rifatul Hasanah dapat melakukan promosi, berkomunikasi dengan konsumen, serta mengelola usaha secara digital. Ketersediaan fasilitas yang memadai menjadi faktor penting agar digitalisasi usaha tahu walik dan gorengan dapat berjalan dengan baik.⁹

⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Ma'rifatul Hasanah selaku pelaku UMKM Desa Roomo. Tanggal 12 Januari 2026.

⁹ *Ibid.*

Gambar 2. Wawancara dengan Ibu Ma'rifatul Hasanah sebagai pelaku UMKM Desa Roomo



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Nur Syafaah sebagai pelaku UMKM aksesoris, diperoleh gambaran bahwa faktor pendukung digitalisasi usaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor lingkungan, dukungan sosial, peningkatan kapasitas melalui pelatihan, serta ketersediaan fasilitas pendukung. Menurut Bu Nur Syafaah, faktor yang paling membantu dalam mulai menggunakan teknologi digital untuk usaha adalah pengaruh lingkungan industri. Bu Nur Syafaah menyampaikan bahwa digitalisasi usaha dilakukan karena melihat banyak pelaku usaha sejenis telah lebih dahulu memanfaatkan media digital dalam kegiatan pemasaran. Lingkungan industri yang sudah terbiasa menggunakan *platform* digital mendorong Bu Nur Syafaah untuk ikut menyesuaikan diri agar usahanya tetap mampu bersaing, terutama dalam menjangkau konsumen kalangan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan dan contoh dari lingkungan usaha menjadi faktor eksternal yang berperan penting dalam mendorong adopsi teknologi digital pada UMKM aksesoris.¹⁰

Menurut Bu Nur Syafaah, dukungan dari pihak lain juga menjadi faktor pendukung, meskipun masih terbatas. Dukungan yang dirasakan terutama berasal dari keluarga, baik dalam bentuk motivasi maupun bantuan dalam menjalankan usaha sehari-hari. Sementara itu, dukungan dari pemerintah desa dinilai masih kurang optimal dalam mendukung digitalisasi UMKM aksesoris. Kondisi ini menunjukkan bahwa peran keluarga menjadi sumber dukungan sosial utama, sedangkan dukungan kelembagaan

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Ibu Nur Syafaah selaku pelaku UMKM Desa Roomo. Tanggal 12 Januari 2026.

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

masih perlu ditingkatkan agar proses digitalisasi dapat berjalan lebih maksimal. Pelatihan dan pendampingan memiliki peran yang sangat besar dalam membantu memahami pemasaran digital. Bu Nur Syafaah menilai bahwa pelatihan sangat membantu dalam meningkatkan pemahaman mengenai cara memanfaatkan media digital, terutama dalam hal promosi produk dan penggunaan *platform online*.

Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri dalam mengoperasikan teknologi digital untuk mendukung usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berfungsi sebagai sarana peningkatan kapasitas dan literasi digital bagi pelaku UMKM aksesoris. Fasilitas yang paling mendukung dalam penerapan digitalisasi UMKM adalah handphone dan jaringan internet yang saling berkaitan. Kedua fasilitas tersebut menjadi sarana utama dalam menjalankan aktivitas pemasaran digital, mulai dari mengunggah konten, berkomunikasi dengan konsumen, hingga melakukan transaksi melalui *marketplace*. Tanpa dukungan perangkat dan jaringan internet yang memadai, proses digitalisasi akan sulit berjalan secara optimal. Oleh karena itu, ketersediaan handphone dan akses internet yang baik menjadi faktor pendukung penting bagi keberlanjutan digitalisasi UMKM aksesoris.¹¹

Gambar 3. Wawancara dengan Ibu Nur Syafaah sebagai pelaku UMKM Desa Roomo



Sumber: Dokumentasi Pribadi

¹¹ *Ibid.*

Faktor Penghambat Digitalisasi UMKM di Desa Roomo

Meskipun upaya digitalisasi UMKM dinilai mampu memberikan berbagai manfaat, seperti peningkatan efisiensi usaha, perluasan jangkauan pemasaran, serta peningkatan daya saing produk, implementasi digitalisasi UMKM di Desa Roomo pada kenyataannya masih menghadapi sejumlah faktor penghambat. Faktor-faktor penghambat tersebut tidak hanya bersumber dari keterbatasan internal pelaku UMKM, seperti rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan sumber daya manusia, serta keterbatasan modal usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, antara lain belum optimalnya pendampingan, akses teknologi yang belum merata, serta kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan *platform* digital secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menyebabkan proses adaptasi digital di kalangan UMKM Desa Roomo belum dapat berjalan secara maksimal, sehingga pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha masih bersifat terbatas dan belum sepenuhnya terintegrasi dengan strategi pengembangan usaha jangka panjang.

Proses digitalisasi pelaku UMKM di Desa Roomo menunjukkan bahwa masih menghadapi sejumlah hambatan yang bersumber dari empat aspek utama, yaitu infrastruktur jaringan, keterbatasan perangkat teknologi, pengelolaan waktu usaha, serta kemampuan dalam pembuatan konten promosi digital. Dari aspek infrastruktur, permasalahan jaringan internet masih menjadi kendala dalam menjalankan pemasaran digital, khususnya dalam hal komunikasi dengan konsumen dan pengelolaan *platform* daring. Ketidakstabilan jaringan menyebabkan keterlambatan respons, kesulitan mengunggah konten, serta kurang optimalnya pemanfaatan media digital secara berkelanjutan. Selain infrastruktur, keterbatasan perangkat teknologi juga menjadi hambatan yang cukup signifikan dalam penerapan digitalisasi UMKM. Kondisi perangkat yang lemot serta keterbatasan kapasitas memori menghambat proses pembuatan, pengeditan, dan pengunggahan konten promosi. Keterbatasan ini berdampak pada rendahnya intensitas promosi digital dan menyebabkan pemanfaatan media digital belum dapat dilakukan secara maksimal. Dalam beberapa kasus, keterbatasan perangkat juga berkaitan dengan keterbatasan modal untuk melakukan pembaruan perangkat yang lebih memadai.

Hambatan lainnya berkaitan dengan pengelolaan waktu usaha. Aktivitas produksi dan penjualan yang dilakukan setiap hari menyita sebagian besar waktu pelaku UMKM,

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

sehingga pengelolaan pemasaran digital belum dapat dilakukan secara konsisten dan terjadwal. Kondisi ini menyebabkan pemasaran digital sering kali dilakukan secara sporadis dan belum menjadi bagian yang terintegrasi dalam pengelolaan usaha. Meskipun pelaku UMKM menyadari pentingnya digitalisasi, keterbatasan waktu menjadi tantangan dalam penerapannya secara berkelanjutan. Selain itu, kemampuan dalam pembuatan konten promosi digital juga menjadi faktor penghambat dalam proses digitalisasi UMKM.

Pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam menghasilkan konten yang menarik dan kreatif, baik dari segi visual, konsep promosi, maupun penyampaian pesan kepada konsumen. Keterbatasan pengalaman dan keterampilan dalam pemasaran digital menyebabkan konten yang dihasilkan belum mampu menarik perhatian konsumen secara optimal, sehingga dampak digitalisasi terhadap peningkatan penjualan belum sepenuhnya dirasakan. Secara keseluruhan, hambatan digitalisasi UMKM di Desa Roomo menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan media digital, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur, perangkat, waktu pengelolaan usaha, serta kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan konten digital. Keempat aspek tersebut saling berkaitan dan perlu diatasi secara bertahap melalui pendampingan yang berkelanjutan agar digitalisasi UMKM dapat berjalan lebih efektif dan memberikan dampak nyata terhadap pengembangan usaha.

Harapan Digitalisasi UMKM di Desa Roomo

Semua pelaku UMKM menyadari pentingnya transformasi digital dan memanfaatkannya secara optimal, terutama saat mengadopsi teknologi digital baru seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), *big data*, dan *internet of Things (IoT)*. Banyak pelaku usaha masih mempertahankan metode konvensional dalam produksi dan pemasaran. Padahal, transformasi digital dapat membantu UMKM menembus pasar global dan meningkatkan daya saing melalui inovasi produk serta layanan yang lebih baik.¹² Digitalisasi UMKM menjadi agenda penting dalam meningkatkan daya saing usaha, memperluas pasar, serta mendorong efisiensi dalam operasional bisnis. Pemerintah telah meluncurkan berbagai program digitalisasi, mulai dari pelatihan literasi digital,

¹² Permadi, R. N. (2025). Tantangan dan Hambatan UMKM dalam melakukan Digitalisasi: Studi Kasus di Kabupaten Jayapura, Kabupaten Muaro Jambi, Kabupaten Kulon Progo, & Kota Surabaya. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10(2), hlm., 176.

fasilitasi *e-commerce*, hingga integrasi sistem pembayaran digital. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa tidak semua UMKM mampu serta-merta mengadopsi teknologi tersebut, terlebih bagi UMKM yang berada di wilayah perdesaan.¹³ Pelaku UMKM di Desa Roomo memiliki harapan besar terhadap keberlanjutan proses digitalisasi usaha yang sedang dijalankan. Salah satu harapan utama adalah adanya pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan dan tidak bersifat sementara. Pendampingan dinilai penting untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami pemasaran digital secara lebih mendalam, meningkatkan kemampuan pembuatan konten promosi, serta menjaga konsistensi dalam pengelolaan media digital. Sosialisasi dan pengarahan secara rutin juga diharapkan dapat membantu pelaku usaha mengikuti perkembangan teknologi serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan karakter produk yang dijual.

Selain itu, pelaku UMKM juga berharap adanya dukungan yang lebih nyata dari pemerintah desa, koperasi desa, maupun pihak pendamping UMKM. Dukungan tersebut diharapkan tidak hanya dalam bentuk pelatihan, tetapi juga pendampingan langsung, kemitraan usaha, serta pemberian kepercayaan terhadap produk UMKM lokal. Sinergi antar pihak dinilai penting agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap perekonomian desa. Pelaku UMKM juga berharap agar potensi UMKM lokal dapat lebih dirangkul secara merata tanpa adanya perlakuan yang tidak adil, sehingga seluruh pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang di era digital. Secara keseluruhan, harapan pelaku UMKM di Desa Roomo menekankan pentingnya kolaborasi, pendampingan berkelanjutan, serta kepercayaan terhadap produk lokal sebagai kunci utama dalam mengoptimalkan digitalisasi UMKM. Dengan adanya dukungan yang konsisten dan terarah, digitalisasi diharapkan tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM di tingkat desa.

Pelaku UMKM di Desa Roomo memiliki harapan yang cukup besar terhadap keberlanjutan proses digitalisasi usaha yang sedang dan akan terus mereka jalankan. Digitalisasi tidak lagi dipandang hanya sebagai tren sesaat, melainkan sebagai kebutuhan jangka panjang agar usaha tetap mampu bertahan dan bersaing. Oleh karena itu, salah

¹³ Meinarto, D. P. (2025). analisis Analisis Tantangan Dan Strategi Digitalisasi Umkm Di Daerah Perdesaan: Studi Pada Umkm Di Kabupaten Malang: Analisis Tantangan Dan Strategi Digitalisasi Umkm Di Daerah Perdesaan: Studi Pada Umkm Di Kabupaten Malang. *Transparan*, 17(1), hlm., 105.

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

satu harapan utama pelaku UMKM adalah adanya pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan, tidak hanya bersifat sementara atau terbatas pada satu kegiatan saja. Pendampingan yang konsisten dinilai sangat penting untuk membantu pelaku UMKM memahami proses pemasaran digital secara lebih mendalam, mulai dari pengelolaan media sosial, pemanfaatan *marketplace*, hingga strategi komunikasi dengan konsumen secara *online*. Pelaku UMKM juga berharap pendampingan tersebut tidak hanya bersifat teoritis, tetapi lebih menekankan pada praktik langsung yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan masing-masing pelaku usaha. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik, memahami cara menentukan target pasar yang tepat, serta menjaga konsistensi dalam mengelola media digital. Konsistensi ini dianggap sebagai salah satu tantangan utama, sehingga adanya pendampingan yang dapat memberikan arahan, evaluasi, dan motivasi secara berkala menjadi kebutuhan yang sangat diharapkan.

Selain pendampingan, pelaku UMKM di Desa Roomo juga berharap adanya sosialisasi dan pengarahan yang dilakukan secara rutin terkait perkembangan teknologi digital dan strategi pemasaran yang relevan dengan usaha kecil. Sosialisasi tersebut diharapkan mampu membantu pelaku UMKM agar tidak tertinggal oleh perubahan teknologi serta dapat menyesuaikan strategi pemasaran dengan karakteristik produk yang dijual. Dengan adanya informasi yang berkelanjutan, pelaku UMKM dapat lebih percaya diri dalam mengambil keputusan terkait penggunaan teknologi digital dalam usahanya. Di sisi lain, pelaku UMKM juga menaruh harapan besar terhadap dukungan yang lebih nyata dari pemerintah desa, koperasi desa, maupun pihak pendamping UMKM lainnya. Dukungan tersebut diharapkan tidak hanya terbatas pada kegiatan pelatihan, tetapi juga diwujudkan dalam bentuk pendampingan langsung, pembukaan akses kemitraan usaha, serta pemberian kepercayaan terhadap produk UMKM lokal. Kemitraan dengan berbagai pihak dinilai mampu membuka peluang pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan keberlanjutan usaha.

Pelaku UMKM juga berharap agar potensi UMKM lokal dapat lebih dirangkul secara merata tanpa adanya perlakuan yang tidak adil atau kecenderungan memilih pihak tertentu saja. Kesempatan yang sama bagi seluruh pelaku UMKM dianggap penting agar proses digitalisasi dapat berjalan secara inklusif dan merata. Dengan demikian, setiap pelaku usaha, baik yang sudah lama berjalan maupun yang baru berkembang, memiliki

peluang yang sama untuk meningkatkan kapasitas dan daya saingnya. Secara keseluruhan, harapan pelaku UMKM di Desa Roomo menekankan pentingnya kolaborasi antar pihak, pendampingan yang berkelanjutan, serta kepercayaan terhadap produk lokal sebagai kunci utama dalam mengoptimalkan digitalisasi UMKM. Dengan adanya dukungan yang konsisten, terarah, dan berkesinambungan, digitalisasi diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar, tetapi juga memperkuat daya saing, kemandirian, serta keberlanjutan UMKM sebagai penggerak perekonomian desa.

KESIMPULAN

Implementasi digitalisasi UMKM di Desa Roomo, Kabupaten Gresik, telah mulai berjalan namun belum sepenuhnya optimal. Digitalisasi usaha telah diterapkan oleh sebagian pelaku UMKM melalui pemanfaatan media sosial, *platform* digital pemasaran, serta sistem pembayaran non-tunai. Penerapan ini terbukti memberikan manfaat dalam meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta membuka peluang peningkatan penjualan. Kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi sebagai strategi bertahan dan bersaing di era transformasi digital juga mulai terbentuk dengan baik. Keberhasilan awal digitalisasi UMKM di Desa Roomo didukung oleh beberapa faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi inisiatif dan motivasi pelaku usaha, dukungan keluarga, serta persepsi positif terhadap manfaat media digital. Sementara itu, faktor eksternal meliputi adanya pelatihan dan pendampingan, dukungan terbatas dari pemerintah desa, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti handphone dan jaringan internet. Pelatihan dan pendampingan terbukti berperan penting dalam meningkatkan literasi digital serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha sehari-hari.

Namun demikian, proses digitalisasi UMKM di Desa Roomo masih menghadapi berbagai hambatan yang cukup signifikan. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan infrastruktur jaringan internet, keterbatasan perangkat teknologi, keterbatasan waktu dalam mengelola pemasaran digital, serta rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam membuat konten promosi yang menarik dan konsisten. Hambatan-hambatan ini menyebabkan pemanfaatan teknologi digital belum terintegrasi secara menyeluruh dalam strategi pengembangan usaha jangka panjang, sehingga dampak digitalisasi terhadap

IMPLEMENTASI DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA ROOMO GRESIK

peningkatan kinerja usaha belum dirasakan secara maksimal oleh seluruh pelaku UMKM. Selain itu, pelaku UMKM di Desa Roomo memiliki harapan besar terhadap keberlanjutan proses digitalisasi usaha. Harapan tersebut mencakup adanya pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan dan aplikatif, sosialisasi rutin terkait perkembangan teknologi digital, serta dukungan yang lebih nyata dari pemerintah desa dan pihak pendamping UMKM. Pelaku UMKM juga menekankan pentingnya kolaborasi antar pihak, pemberian kesempatan yang setara bagi seluruh pelaku usaha, serta peningkatan kepercayaan terhadap produk UMKM lokal agar digitalisasi dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan

Secara keseluruhan, digitalisasi UMKM di Desa Roomo memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha apabila didukung dengan pendampingan yang konsisten, infrastruktur yang memadai, serta sinergi yang kuat antara pelaku UMKM, pemerintah desa, akademisi, dan pihak terkait lainnya. Dengan dukungan yang terarah dan berkesinambungan, digitalisasi UMKM diharapkan mampu berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Fildzah'Izzati, H. (2025). Digitalisasi UKM di Indonesia: Pendekatan strategis untuk mendorong adopsi teknologi berkelanjutan dalam perubahan bisnis modern. *Journal of Applied Digital Business Research*, 1(1).
- Fitari, T., Herlissha, N., & Bahri, A. (2025). Digitalisasi UMKM: Pemanfaatan Media Digital pada UMKM Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 2(6).
- Meinarto, D. P. (2025). analisis Analisis Tantangan Dan Strategi Digitalisasi Umkm Di Daerah Perdesaan: Studi Pada Umkm Di Kabupaten Malang: Analisis Tantangan Dan Strategi Digitalisasi Umkm Di Daerah Perdesaan: Studi Pada Umkm Di Kabupaten Malang. *Transparan*, 17(1).
- Morisson, 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).
- Nuraini, D., Camelia, F., Kiswandari, M. A., Kulsum, U., Nugroho, N. F., Irmada, S. A., & Atika, M. (2025). Sosialisasi Digitalisasi Umkm Untuk Meningkatkan Citra Produk Dan Daya Saing Ekonomi Lokal Masyarakat Desa Pangpong. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12).
- Permadi, R. N. (2025). Tantangan dan Hambatan UMKM dalam melakukan Digitalisasi: Studi Kasus di Kabupaten Jayapura, Kabupaten Muaro Jambi, Kabupaten Kulon Progo, & Kota Surabaya. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10(2), hlm., 176.
- Rochmansyah, B. N., Riyadi, R. S., Farida, I., Asikin, M. Z., & Mijoyo, M. (2025). Upaya Peningkatan Digitalisasi Pelayanan Desa Dan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Buntet Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon. *Jurnal Impresi Indonesia*, 4(5).