

**ANALISIS DAMPAK DIGITALISASI
UMKM TERHADAP KINERJA USAHA
MIKRO : STUDI PADA USAHA
PRODUKSI TEMPE ARDIN DI DESA
KENDALBULUR KECAMATAN
BOYOLANGU KABUPATEN
TULUNGAGUNG**

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of digitalization on the performance of micro-enterprises, specifically the production of Ardin tempeh, located in Tulungagung Regency. Digitalization encompasses the use of digital technologies such as social media and e-commerce platforms to support production, marketing, and distribution. The research method employed was descriptive qualitative with a case study approach. Information was obtained through direct interviews with business owners and field observations. The findings indicate that digitalization has had a positive impact on operational efficiency, market expansion, and increased sales. By utilizing social media platforms such as Facebook and WhatsApp Business, the Ardin tempeh business has successfully expanded its customer base and strengthened the image of local products. However, the study also identified challenges such as a lack of digital literacy and difficulties adapting to changing consumer behavior. Despite these challenges, overall, digitalization has proven to be a key element in supporting the increased competitiveness and sustainability of micro-enterprises in the digital economy. Therefore, ongoing training and support from local governments and relevant institutions are needed to enable MSMEs to utilize digital technology effectively and sustainably.

Keywords: *Digitalization, MSME (UMKM), Business performance, Micro-enterprises, Ardin tempeh*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digitalisasi terhadap performa usaha mikro, khususnya dalam produksi tempe Ardin yang terletak di Kabupaten Tulungagung. Dalam hal ini, digitalisasi mencakup penggunaan teknologi digital seperti media sosial dan platform e-commerce untuk mendukung kegiatan produksi, pemasaran, dan distribusi barang. Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informasi diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha serta observasi di lapangan. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan digitalisasi berdampak positif pada peningkatan efisiensi operasional, perluasan pasar, dan peningkatan angka penjualan. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook

dan WhatsApp Business, usaha tempe Ardin berhasil memperluas basis pelanggan dan memperkuat citra produk lokal. Di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan berupa kurangnya pengetahuan digital serta kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Meskipun terdapat hambatan, secara keseluruhan, digitalisasi terbukti menjadi elemen utama yang mendukung peningkatan daya saing dan keberlangsungan usaha mikro di tengah ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah dan lembaga terkait agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital dengan baik dan berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi, UMKM, Kinerja usaha, Usaha mikro, Tempe Ardin

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi ekonomi Indonesia karena bisa menyerap banyak tenaga kerja dan menjadi dasar pertumbuhan ekonomi. Dikatakan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Di tengah kompetisi global yang semakin ketat dan kemajuan di era digital, UMKM diharuskan untuk melakukan perubahan agar tetap survive dan maju. Salah satu bentuk perubahan yang diperlukan adalah digitalisasi, yakni penerapan teknologi digital dalam segala aspek operasional usaha, mulai dari produksi, promosi, manajemen, hingga layanan pelanggan.

Kabupaten Tulungagung, yang terkenal sebagai salah satu pusat produksi makanan tradisional di Jawa Timur, memiliki sejumlah pelaku UMKM yang beroperasi di sektor agroindustri, salah satunya adalah usaha pembuatan tempe Ardin. Tempe, yang merupakan produk olahan dari kedelai secara tradisional, menawarkan peluang pasar yang besar, baik secara lokal maupun secara nasional. Namun, di tengah kemajuan teknologi yang cepat, banyak pelaku usaha tradisional masih mengandalkan metode konvensional dalam menjalankan bisnis mereka. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam mencapai pasar yang lebih luas, efisiensi operasional yang rendah, serta kesulitan dalam beradaptasi dengan perilaku konsumen yang kini lebih mengarah ke arah digital.

Digitalisasi menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha. Melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produknya secara luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Selain itu, penggunaan e-commerce dan sistem pembayaran

digital seperti QRIS juga memudahkan transaksi antara produsen dan konsumen. Dalam konteks usaha tempe Ardin, digitalisasi tidak hanya dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi produksi, tetapi juga memperkuat citra produk lokal Tulungagung di tengah arus modernisasi.

Namun, perubahan ke digital tidak terlepas dari berbagai rintangan. Terbatasnya kemampuan dalam literasi digital, minimnya pemahaman mengenai teknologi, dan ketidakpahaman terhadap perubahan merupakan penghalang utama dalam implementasi digitalisasi pada usaha mikro. Oleh sebab itu, sangat penting untuk melakukan studi yang mendalam guna menganalisis sejauh mana digitalisasi memengaruhi kinerja usaha mikro, khususnya dalam konteks usaha tradisional seperti pembuatan tempe Ardin. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan nyata tentang bagaimana inovasi teknologi mampu meningkatkan kinerja, efisiensi, dan keberlanjutan UMKM lokal di zaman ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Usaha Tempe Ardin yang terletak di Dusun Genting, RT.001/RW.002, Desa Kendalbulur, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur, pada bulan November 2025.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap kinerja usaha kecil Tempe Ardin yang berada di desa Kendalbulur. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan penekanan pada analisis konsekuensi dari kebijakan digitalisasi. Pendekatan studi kasus dipilih agar peneliti bisa menggali lebih dalam tentang penerapan digitalisasi.

Untuk mengumpulkan informasi, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan pemilik bisnis,

mengamati langsung di tempat usaha, dan juga menganalisis laporan penjualan produk. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis tematik agar dapat menemukan hubungan antara digitalisasi dan prestasi usaha mikro.

Hasil penelitian ini membantu mengidentifikasi dampak positif dan tantangan yang dihadapi dalam proses transformasi digital. Dengan menggunakan triangulasi sumber data, peneliti memastikan validitas dan keandalan data yang diperoleh.

Sebagai hasilnya, studi ini menawarkan pengetahuan yang mendalam mengenai dampak digitalisasi terhadap performa usaha mikro, sekaligus memberikan perspektif penting bagi Tempe Ardin dan usaha mikro lainnya untuk menghadapi era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelumnya usaha tempe Ardin ini penjualannya dilakukan secara langsung di pasar tradisional, dengan kemajuan teknologi ini tempe Ardin mulai memasarkan tempenya menggunakan media sosial bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil kajian ini mengungkap bahwa penerapan teknologi digital memberikan pengaruh yang besar terhadap kinerja usaha kecil, terutama dalam bidang pemasaran dan operasional. Penerapan digital tidak sekadar berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga memfasilitasi perubahan total dalam model bisnis. Perubahan yang dialami oleh Tempe Ardin, khususnya dalam penggunaan platform media sosial. Terutama yang digunakan tempe Ardin dalam penjualannya menggunakan media sosial Facebook.

Contoh akun media sosial yang digunakan tempe Ardin untuk memasarkan produknya :



Pasar daring, dan menunjukkan bahwa digitalisasi bisa meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas area pasar. Hal ini memperkuat temuan dari (Sedyastuti et al., 2021) yang menyatakan bahwa pelatihan dan peningkatan keterampilan digital berperan penting dalam mendorong UMKM menuju perekonomian berbasis digital. Sejalan dengan itu, (Rupeika-Apoga et al., 2022) juga menambahkan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara strategis dapat membantu pengelolaan usaha menjadi lebih efisien dan terukur. Penggunaan Facebook dan WhatsApp Business sebagai media promosi telah meningkatkan interaksi dengan konsumen secara signifikan, yang berdampak langsung pada peningkatan permintaan produk. Di sisi lain, kehadiran mereka di marketplace turut mempermudah proses transaksi, serta memperluas akses pasar.

Temuan ini selaras dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan e-commerce bisa meningkatkan efektivitas promosi serta memperluas kelompok penonton secara signifikan (Rachmad, 2022). Selain itu, sesuai dengan paparan (Jayadatta, 2023), integrasi teknologi juga memungkinkan pelaku UMKM menjangkau segmen pasar secara lebih spesifik dan terarah, memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan. Penelitian ini juga turut mengafirmasi temuan (Feranita, 2020) yang menyebut bahwa digitalisasi mendorong efisiensi

biaya dan mempercepat pengambilan keputusan berbasis data.

Harapan dari pelaku usaha terhadap keberlanjutan program digitalisasi menunjukkan perlunya dukungan pemerintah yang lebih merata, terutama dalam hal akses pelatihan dan infrastruktur digital. Ini sesuai dengan temuan Angraini et al. (2024), yang menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah yang mendapatkan dukungan berupa perangkat teknologi dan akses internet memiliki kinerja digital yang lebih optimal. Dukungan semacam ini sangat penting, terlebih di kota kecil seperti Tulungagung. Meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai pelatihan, pelaku UMKM di daerah kecil sering kali tidak dapat berpartisipasi karena keterbatasan waktu dan sumber daya (Suartini et al., 2023). Oleh karena itu, strategi digitalisasi UMKM perlu dirancang secara kontekstual, memperhatikan kondisi sosial, ekonomi, dan geografis dari masing-masing wilayah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mempelajari pengaruh kebijakan digitalisasi terhadap perkembangan usaha mikro, dengan mengambil contoh usaha tempe Ardin di desa Kendalbulur. Hasil studi mengindikasikan bahwa transformasi digital memberikan kontribusi yang menguntungkan terhadap perbaikan kinerja bisnis, khususnya dalam aspek promosi, kegiatan operasional, dan luasnya akses pasar. Namun, secara keseluruhan, transformasi digital telah terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha kecil di era ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan bimbingan dan pelatihan yang terus-menerus dari pemerintah daerah dan institusi terkait agar para pelaku UMKM dapat secara efektif dan berkelanjutan memanfaatkan teknologi digital.

Saran

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan, termasuk jumlah partisipan yang sedikit, yang dapat menghambat penerapan hasil penelitian ini ke UMKM lainnya, serta penekanan yang hanya pada satu kategori bisnis, yaitu perusahaan yang memproduksi minuman sehat. Maka dari itu, disarankan agar penelitian mendatang melibatkan lebih banyak partisipan dari berbagai sektor UMKM atau melakukan analisis perbandingan antar sektor usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, D., Riady, Y., Putimasurai, P., Pratama, A., Sadria, A., & Rosmiati, R. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis. *Eklektik: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 132–142.
- Feranita, N. V. (2020). Pemberdayaan Usaha Mikro Tape Menuju Digitalisasi. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 3(2), 113–133.
- Jayadatta, S. (2023). A Study on Significant Opportunities in Digitalisation for Marketing Rural Enterprise Produces: Current Context Analysis. *Journal of Rural and Industrial Development*, 11(2), 11.
- Rachmad, Y. E. (2022). Perception Of Social Media Pemasaran By Users Of E-Commerce Marketplace And Online Food Delivery. *Proceeding of The International Conference on Economics and Business* 1 (1), 121, 134.
- Rupeika-Apoga, R., Bule, L., & Petrovska, K. (2022). Digital transformation of small and medium enterprises: Aspects of public support. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 45.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021).

Human resources competency at micro, small and medium enterprises in Palembang Songket industry. *2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 248–251.

Suartini, S., Sulistiyo, H., Hasanuh, N., & Sugiharti, H. (2023). Sosialisasi Peningkatan Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital E Commerce pada UMKM di Desa Sindangsari Kabupaten Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 127–132.