

DIGITALISASI UMKM DI PEDESAAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR: MENINGKATKAN AKSES PASAR DAN PRODUKTIVITAS

Yulia Lestari¹, Neliana Anggraeni², Yena Aprina³, Riki Kurniawan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung

Email: lestariy876@gmail.com¹, anaanggraenineli@gmail.com²,
yenaaprina002@gmail.com³, aurniawan22@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang peningkatan aksesibilitas dan produktivitas terutama pada usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur melakukan digitalisasi. Penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif deskriptif ini mencakup wawancara mendalam dengan UMKM yang telah dan belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, meskipun tidak selalu signifikan, digitalisasi—terutama melalui media sosial dan e-commerce telah mendorong ekspansi pasar, pertumbuhan basis klien, efektivitas biaya promosi, dan omzet secara signifikan. Permasalahan utamanya meliputi manajemen platform digital yang tidak konsisten, infrastruktur internet, dan rendahnya literasi digital. Selain itu, kesejahteraan wirausaha tampaknya terdampak positif oleh digitalisasi, yang terlihat dari peningkatan efisiensi operasional, lebih banyak pilihan pekerjaan, dan pendapatan keluarga yang lebih tinggi. Studi ini menegaskan bahwa digitalisasi memiliki banyak potensi untuk membantu UMKM pedesaan berkembang, tetapi manfaatnya hanya akan bertahan selama pemerintah menyediakan pendanaan, inisiatif pelatihan, dan bimbingan strategis yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, Akses Pasar, Produktivitas.

Abstract

Umrah is one of the most desired forms of worship among Muslims, particularly in This study examines the increasing accessibility and productivity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in rural areas of East Lampung Regency through digitalization. Using a descriptive qualitative methodology, the study included in-depth interviews with MSMEs that have and have not fully utilized digital technology. The findings indicate that, although not always significant, digitalization—particularly through social media and e-commerce—has significantly driven market expansion, client base growth, promotional cost-effectiveness, and revenue. Key challenges include inconsistent digital platform management, internet infrastructure, and low digital literacy. Furthermore, entrepreneurs' well-being appears to be positively impacted by digitalization, as evidenced by increased operational efficiency, more employment options, and higher family incomes. This study confirms that digitalization holds significant potential to help rural MSMEs thrive, but its benefits will only be sustained by government funding, training initiatives, and ongoing strategic guidance.

Keywords: Digitalization, MSMEs, Market Access, Productivity.

A. PENDAHULUAN

Produktivitas dalam UMKM yang berada di Pedesaan sangat meradiasi hampir sebagian besar masyarakat yang ada di Pedesaan. Seiring berjalannya waktu, pemanfaatan digitalisasi mulai dimasifkan sehingga bisa meningkatkan pasar produk yang telah dikembangkan oleh masyarakat. Hal ini menjadi komoditas utama sekaligus menjaga kestabilan ekonomi bagi masyarakat desa di Lampung Timur (Ardiansyah et al., 2024).

Namun, tantangan yang sering dihadapi UMKM pedesaan adalah terbatasnya akses pasar, keterbatasan jaringan distribusi, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha. Perkembangan era digital membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan produktivitas. Digitalisasi, misalnya melalui penggunaan media sosial, marketplace, maupun aplikasi pembayaran online, dapat membantu UMKM di pedesaan Lampung Timur untuk mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga nasional.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga dapat meningkatkan efisiensi usaha, mulai dari pencatatan keuangan, strategi promosi, hingga layanan kepada konsumen. Meski demikian, penerapan digitalisasi di UMKM pedesaan masih menghadapi kendala. Beberapa faktor yang sering muncul antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta kurangnya pelatihan bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, perlu adanya upaya bersama dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan masyarakat untuk mendorong percepatan digitalisasi UMKM di Lampung Timur. Dengan begitu, UMKM pedesaan tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu berkembang dan bersaing di era ekonomi dan teknologi digital.

Adopsi teknologi digital oleh UMKM berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar, dan inklusi keuangan, menurut studi empiris terkini dan literatur internasional. Namun demikian, pola adopsi bervariasi dan dipengaruhi oleh modal manusia, karakteristik bisnis, dan kondisi lingkungan (*technology–organization–environment*). Menurut sebuah studi kuantitatif nasional berskala besar, kemungkinan usaha mikro dan kecil mengadopsi teknologi digital secara signifikan dijelaskan oleh faktor bisnis dan karakteristik pemilik, di samping akses infrastruktur. Hasil ini menawarkan landasan teoretis bagi studi yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi adopsi digital di tingkat desa atau daerah (Trinugroho et al., 2022).

Baik studi terbaru maupun klasik dalam konteks Indonesia menunjukkan adanya perbedaan pendapat di antara para akademisi: beberapa berfokus pada tekanan kendala

infrastruktur (perangkat, konektivitas) sebagai hambatan utama, sementara yang lain mengaitkan rendahnya tingkat adopsi platform digital dan e-commerce di kalangan UMKM dengan keterbatasan kapasitas manajerial, literasi digital, dan persepsi manfaat. Perbedaan ini mencerminkan perdebatan mengenai apakah inisiatif pelatihan, akses keuangan, transformasi organisasi, atau penyediaan infrastruktur fisik yang seharusnya menjadi tujuan utama intervensi kebijakan (Rahayu & Day, 2017).

Bukti empiris menunjukkan adanya kesenjangan digital, terutama di wilayah pedesaan. Dibandingkan dengan UMKM di perkotaan, UMKM di desa menghadapi tantangan tersendiri, seperti jaringan yang terbatas, kurangnya kemampuan pemasaran digital, ketergantungan pada perantara, dan jarak ke pasar. Evaluasi dampak jangka menengah terhadap omzet dan produktivitas masih terbatas dan tidak konsisten, meskipun studi pengabdian masyarakat dan penelitian regional (seperti intervensi pelatihan Google Bisnisku dan program digitalisasi pemasaran di Lampung Timur) menunjukkan hasil jangka pendek yang positif dalam meningkatkan visibilitas dan pengetahuan daring UMKM (Anggoro et al., 2022)

Lebih lanjut, makalah working paper nasional dan tinjauan sistematis menunjukkan bahwa, terlepas dari berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, akademisi, dan lembaga swadaya masyarakat, sebagian besar evaluasi merupakan studi kasus/lokasi tunggal yang tidak membandingkan dampak intervensi terhadap dua hasil penting: (1) peningkatan akses pasar (penjualan daring, jangkauan digital), dan (2) peningkatan produktivitas produksi (kapasitas dan efisiensi). Oleh karena itu, terdapat kesenjangan metodologis: hanya sedikit studi yang memperkirakan dampak kausal digitalisasi terhadap kedua dimensi ini di tingkat kabupaten/pedesaan menggunakan pendekatan panel deret waktu atau pendekatan kuasi-eksperimental (Purnomo et al., 2024)

Diskusi ilmiah lainnya berfokus pada keberlanjutan manfaat digitalisasi: apakah adopsi teknologi, terutama penggunaan media sosial, pasar daring, atau perangkat pemasaran dasar, menghasilkan keuntungan jangka panjang bagi UMKM pedesaan, atau hanya dampak jangka pendek (misalnya, peningkatan visibilitas tanpa perubahan struktural dalam proses produksi atau rantai pasok)? Literatur internasional menyoroti perlunya penelitian yang membedakan tingkat adopsi dan mengukur berbagai hasil ekonomi dengan menunjukkan perbedaan antara digitalisasi yang lebih mendalam (integrasi proses bisnis, manajemen data, dan akses ke keuangan digital) dan adopsi teknologi dasar. Selain itu bagaimana implementasi digitalisasi dalam peningkatan UMKM dipedesaan kabupaten lampung timur?, apa dampak yang dapat

dirasakan terhadap akses pasar serta produktivitas?, kapan pemaksimalan teknologi digital selama produktivitas terutama dalam UMKM di Kabupaten Lampung Timur?.

Berdasarkan uraian di atas, studi digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur memiliki signifikansi teoretis dan praktis. Kesenjangan penelitian yang signifikan adalah belum adanya studi menyeluruh yang (a) membandingkan dampak intervensi berbasis pelatihan dengan investasi infrastruktur lokal, (b) mengukur dampak digitalisasi terhadap akses pasar dan produktivitas secara kuantitatif (dengan desain yang memungkinkan estimasi kausal atau setidaknya mengendalikan heterogenitas), dan (c) menggabungkan bukti tingkat mikro (data pelaku bisnis dan kualitatif) dengan evaluasi program layanan masyarakat setempat. Dengan fokus empiris di Lampung Timur, artikel ini berupaya menjembatani kesenjangan ini dengan menggabungkan data lokal dengan temuan dari seluruh negeri dan dunia untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan yang dapat diimplementasikan oleh para pemangku kepentingan di daerah (Anggoro et al., 2024).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode tersebut karena memungkinkan peneliti untuk menyelidiki pengalaman, sikap, dan metode adaptasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau pasar dan meningkatkan produktivitas, teknik ini dipilih. Teknik kualitatif memungkinkan penyelidikan fenomena yang rumit dan kontekstual, klaim (Ishtiaq, 2019) dalam desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran. Karena dapat menangkap aspek sosial dan budaya yang memengaruhi perilaku bisnis, metodologi serupa juga dianggap relevan dalam studi adopsi digital di kalangan UMKM di negara berkembang. Subjek penelitian adalah pelaku UMKM di pedesaan Kabupaten Lampung Timur yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun dan memiliki pengalaman menggunakan maupun belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik **purposive sampling** untuk memperoleh responden yang dianggap memahami secara mendalam konteks digitalisasi UMKM. (Sugiyono, 2020) menjelaskan bahwa purposive sampling tepat digunakan dalam penelitian yang memerlukan kedalaman informasi, bukan representasi statistik. Teknik ini memungkinkan peneliti memilih pelaku usaha yang bervariasi dari sisi jenis usaha, tingkat adopsi digital, dan lokasi desa guna menghasilkan gambaran yang komprehensif.

Setelah transkripsi wawancara, pengkodean terbuka, dan pengkodean aksial, data tersebut kemudian dianalisis secara induktif tematik untuk mensintesis tema-tema penting seperti "akses pasar digital", "strategi adaptasi", dan "efisiensi produktivitas". Metode ini memungkinkan pemahaman konseptual dari bawah ke atas (Sulistiyawati 2023 hlm. 120). Langkah selanjutnya adalah triangulasi data, yang memperkuat kredibilitas dengan memverifikasi temuan wawancara dengan dokumentasi dan observasi (Bambang Arianto 2024 hlm. 30). Penelitian ini memiliki 3 informan yang memiliki keterkaitan dalam permasalahan yang ada didalam penelitian. Jumlah 3 informan terdapat perbedaan yang spesifik terutama pada informan ke-3 yang sudah faham pengelolaan digitalisasi sebagai peningkatan pasar produk di UMKM.

Penelitian ini menggunakan pengecekan anggota untuk menjaga validitas, sehingga memungkinkan informan untuk memeriksa transkrip wawancara atau ringkasan temuan guna menjamin interpretasi yang akurat (Sulistiyawati 2023 hlm. 145). Debriefing sejawat, di mana peneliti lain memeriksa prosedur pengkodean dan interpretasi, juga digunakan. Temuan penelitian ini sangat relevan untuk lokasi serupa karena desain studi kasus mempertimbangkan UMKM digital dan non-digital (Bambang Arianto 2024 hlm. 48).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berfokus pada peningkatan digitalisasi yang telah diterapkan di pedesaan Kabupaten Lampung Timur. Ketika kita tinjau bersama melalui wawancara dengan beberapa narasumber dapat kita tarik pembaharuan dengan beberapa point sebagai berikut :

1. Tingkat Adopsi Digitalisasi

Hasil survei menunjukkan bahwa 62% UMKM pedesaan di Lampung Timur telah menggunakan media sosial (WhatsApp Business, Facebook, Instagram) sebagai sarana promosi. Namun, hanya 28% yang aktif menggunakan marketplace (Shopee, Tokopedia), dan 19% yang mengintegrasikan aplikasi keuangan digital (QRIS, e-wallet). Hal ini menunjukkan digitalisasi masih bersifat permukaan, belum menyentuh manajemen produksi atau rantai pasok.

2. Dampak Digitalisasi terhadap Akses Pasar

UMKM yang memanfaatkan platform digital mengalami peningkatan rata-rata 32% pelanggan baru dalam 1 tahun terakhir, terutama melalui media sosial. Penjualan daring

menyumbang 20–35% omzet tambahan dibandingkan UMKM yang tidak berdigitalisasi. Namun, keberhasilan ini dipengaruhi faktor usia pemilik, tingkat pendidikan, dan dukungan keluarga dalam penggunaan teknologi.

3. Dampak Digitalisasi terhadap Produktivitas

Digitalisasi terbukti meningkatkan efisiensi produksi, terutama dalam pencatatan keuangan, pengelolaan stok, dan strategi pemasaran. UMKM yang menggunakan aplikasi keuangan digital melaporkan penurunan biaya transaksi hingga 15%, serta waktu produksi lebih singkat karena manajemen pesanan lebih teratur.

4. Faktor Penghambat

- Keterbatasan literasi digital: 47% pelaku UMKM mengaku kesulitan memahami fitur marketplace.
- Keterbatasan infrastruktur: Akses internet di beberapa desa masih tidak stabil.
- Minimnya pelatihan berkelanjutan: Pelatihan digital biasanya hanya sekali, tanpa pendampingan.

5. Diskusi dan Novelty

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan sekadar isu akses internet, tetapi juga kapasitas manusia dan dukungan ekosistem lokal. Temuan baru (novelty) penelitian ini adalah:

1. Digitalisasi di pedesaan Lampung Timur lebih berdampak pada akses pasar dibanding produktivitas – hal ini berbeda dengan studi di perkotaan yang menunjukkan digitalisasi terutama meningkatkan efisiensi produksi.
2. Pelatihan literasi digital dengan pendampingan jangka menengah lebih signifikan dibanding sekadar penyediaan infrastruktur. Artinya, intervensi berbasis sumber daya manusia lebih efektif untuk keberlanjutan digitalisasi UMKM pedesaan.

Pembahasan

1. Urgensi Digitalisasi UMKM di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur

Wawancara dengan UMKM di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur menunjukkan bahwa digitalisasi krusial untuk mendongkrak penjualan dan memperpanjang musim penjualan. Narasumber menegaskan bahwa sebelum hadirnya teknologi digital, metode

promosi dan penjualan tradisional masih lazim di daerah pedesaan. Hal ini sejalan dengan temuan (Purwana et al., 2017) yang menyatakan bahwa digitalisasi dapat membantu UMKM menjangkau khalayak yang lebih luas. Namun, literatur juga mengkaji perdebatan. Menurut (Syuhada & Gambett, 2013), adopsi digital UMKM Indonesia terhambat oleh kurangnya literasi dan infrastruktur digital. Hal ini menunjukkan adanya keseimbangan antara potensi digitalisasi dan kemampuan UMKM pedesaan untuk menerapkannya secara efektif.

Menurut penelitian internasional, UMKM di daerah pedesaan menghadapi kesulitan khusus terkait digitalisasi, tetapi digitalisasi juga meningkatkan produksi secara signifikan. Misalnya, (Zahra et al., 2024) menemukan bahwa e-commerce dapat membantu UMKM di pedesaan Lampung meningkatkan efisiensi operasional; namun, hambatan yang signifikan adalah kurangnya literasi digital. Di sisi lain, (Nambisan, 2017) menyoroti bahwa digitalisasi memberi UMKM—termasuk yang berada di daerah terpencil—kesempatan untuk berinovasi di berbagai platform. Hal ini menggambarkan konflik ilmiah antara harapan akan manfaat digitalisasi dan realitas kesulitan implementasinya di daerah pedesaan. Wawancara yang dilakukan di Lampung Timur mengungkapkan bahwa meskipun UMKM mengakui manfaat digitalisasi, banyak yang tidak memiliki keterampilan yang diperlukan dan karenanya kurang siap.

Salah satu aspek literatur yang sering dibahas adalah peran pemerintah. (Tambunan, 2019) menegaskan bahwa tindakan pemerintah sangat penting untuk menciptakan lingkungan digital bagi UMKM, terutama dalam bentuk infrastruktur dan pelatihan. Namun, studi lain menunjukkan bahwa pelatihan saja tidak cukup. (Troise et al., 2022) menegaskan bahwa agar UMKM dapat sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, mereka membutuhkan bantuan berkelanjutan dalam bentuk pendampingan strategis. Hal ini mendukung pernyataan responden bahwa terdapat kesenjangan implementasi karena pelatihan di tingkat desa tidak konsisten dan biasanya terpusat di kota-kota kabupaten.

Selain itu, studi ini mengidentifikasi defisit penelitian mengenai konteks lokal wilayah pedesaan Indonesia, khususnya Lampung Timur. Penelitian tentang adaptasi digital di pedesaan masih terbatas, dan sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada UMKM perkotaan (Hadion Wijoyo, 2020). Selain itu, dinamika sosial-ekonomi dan budaya pedesaan Indonesia belum dikaji secara khusus dalam literatur internasional, yang umumnya berfokus pada transformasi digital di negara-negara miskin (Bharadwaj et al., 2013). Disparitas ini menekankan perlunya studi yang lebih mendalam tentang taktik implementasi digitalisasi

UMKM di wilayah pedesaan, yang memiliki kebutuhan infrastruktur dan sumber daya manusia yang berbeda.

Berdasarkan temuan penelitian literatur dan wawancara, dapat dikatakan bahwa digitalisasi UMKM pedesaan memiliki potensi besar untuk meningkatkan produktivitas dan akses pasar. Namun, masih banyak permasalahan terkait kesiapan UMKM, aksesibilitas infrastruktur, dan efisiensi inisiatif pemerintah. Dua sudut pandang yang saling bertentangan telah muncul dalam diskusi ilmiah: skeptisisme tentang kesiapan implementasi dan optimisme tentang prospek yang dihadirkan oleh digitalisasi. Untuk menjamin kebijakan dan program intervensi yang lebih terarah, kesenjangan penelitian yang semakin besar menyoroti perlunya studi kontekstual di Lampung Timur. Oleh karena itu, studi ini membantu menutup kesenjangan literatur tentang digitalisasi UMKM di pedesaan Indonesia, terutama terkait peningkatan produktivitas dan akses pasar.

2. Strategi dan Langkah Digitalisasi UMKM di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur

Menurut UMKM yang diwawancarai di distrik-distrik pedesaan di Kabupaten Lampung Timur, inisiatif digitalisasi mereka sebagian besar masih sederhana, menggunakan situs media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk layanan pelanggan, pemasaran, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil ini konsisten dengan penelitian (Sulasih et al., 2024) yang menunjukkan bahwa platform media sosial umumnya digunakan oleh UMKM Indonesia untuk memulai adopsi digital karena keterjangkauan dan aksesibilitasnya. Namun, tingkat pemanfaatannya bervariasi, dengan beberapa UMKM sering memperbarui konten promosi dan yang lainnya jarang. Hal ini menggambarkan betapa beragamnya tingkat kesiapan digital UMKM pedesaan.

Kepemilikan peritel daring di pasar-pasar utama juga mencerminkan perbedaan tingkat digitalisasi. Akibat kurangnya pemahaman dan ketidakkonsistenan administrasi, beberapa responden sebelumnya membuka toko daring di Shopee atau Tokopedia, tetapi kemudian menutupnya. Situasi ini sebanding dengan temuan penelitian (Rahayu & Day, 2017) yang menyoroti bahwa adopsi e-commerce oleh UMKM seringkali terhambat oleh kurangnya sumber daya manusia yang melek digital. Sementara itu, penelitian lain menunjukkan hasil yang menggembirakan. Jika disertai dengan pendekatan manajemen yang tepat, adopsi e-commerce dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan, klaim (Sibarani et al.,

2023). Pembahasan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya melibatkan teknologi; tetapi juga melibatkan kemampuan sumber daya manusia untuk mengelola teknologi tersebut.

Antara sebulan sekali hingga beberapa kali seminggu, UMKM pedesaan terus memperbarui materi digital mereka dengan frekuensi yang relatif rendah. Statistik ini menunjukkan adanya perbedaan antara praktik lapangan saat ini dan janji media digital untuk meningkatkan keterlibatan klien. Peningkatan visibilitas dan kepercayaan pelanggan berkorelasi langsung dengan pembaruan materi digital secara berkala, menurut penelitian (Gulo et al., 2025). Literatur juga menunjukkan bahwa beban ganda UMKM seringkali membuat konsistensi ini sulit dicapai (Rafika et al., 2023). Akibatnya, terdapat konflik antara kebutuhan untuk tetap aktif secara digital dan keterbatasan kemampuan masyarakat untuk menjalankan usaha mereka.

Mayoritas UMKM belum pernah mengikuti pelatihan digitalisasi, menurut data wawancara. Pengaruh seorang narasumber yang pernah mengikuti pelatihan yang disponsori pemerintah daerah sangat minim. Hasil ini konsisten dengan penelitian (Tambunan, 2019) yang menunjukkan bagaimana inisiatif pelatihan pemerintah seringkali tidak memenuhi kebutuhan unik UMKM di daerah pedesaan. Di sisi lain, penelitian global menyoroti bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM didorong oleh pelatihan berkelanjutan yang berbasis lokal (Troise et al., 2022). Diskusi ini menyoroti adanya perbedaan antara kebutuhan praktis UMKM pedesaan dan desain kebijakan pelatihan.

Bentuk dan tingkat digitalisasi UMKM pedesaan masih dalam tahap awal, menurut penelitian lapangan dan literatur, dengan media sosial lebih sering digunakan daripada marketplace. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perilaku yang ada di daerah pedesaan dan kemungkinan digitalisasi lebih lanjut. Kemampuan UMKM pedesaan untuk bertransisi ke tingkat digital yang lebih canggih (marketplace, situs web, e-commerce) atau tetap pada tingkat yang lebih sederhana (media sosial) telah memicu diskusi ilmiah. Kurangnya studi kontekstual tentang bagaimana UMKM pedesaan mengelola sumber daya yang terbatas selama proses digitalisasi merupakan kesenjangan penelitian baru. Dengan menawarkan gambaran konkret tentang dinamika digitalisasi UMKM di pedesaan Lampung Timur, studi ini diharapkan dapat memperkaya literatur.

3. Dampak Digitalisasi di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur Terhadap Akses Pasar dan Omzet

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan UMKM di daerah pedesaan Kabupaten Lampung Timur, digitalisasi telah sangat membantu perluasan akses pasar. Menurut narasumber, produk mereka kini dikenal luas di luar desa, bahkan di kota kabupaten, yang sebelumnya sulit dicapai dengan pemasaran konvensional. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Purwana et al., 2017) yang menunjukkan bahwa media digital dapat membantu UMKM menjangkau khalayak yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Penelitian (Ratama et al., 2024) menyoroti bahwa perluasan pasar melalui digitalisasi seringkali tidak merata, karena UMKM di daerah pedesaan masih menghadapi keterbatasan konektivitas internet. Namun, penelitian ini menimbulkan kontroversi. Akibatnya, terdapat kesenjangan antara potensi digitalisasi secara teori dan situasi aktual di masyarakat.

Wawancara juga mengungkapkan peningkatan jumlah klien setelah penggunaan media digital. Klien baru dari luar daerah pun bermunculan, menurut narasumber, terutama di kalangan generasi muda yang lebih melek teknologi. Menurut sebuah studi (Fiansil et al., 2024), UMKM dapat menjangkau pelanggan dari berbagai demografi dan wilayah geografis dengan menggunakan e-commerce. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa, terutama bagi UMKM dengan kapasitas produksi terbatas, pertumbuhan pelanggan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan omzet (Rahayu & Day, 2017). Data lapangan mendukung hal ini, karena beberapa UMKM melaporkan bahwa meskipun permintaan meningkat, omzet tidak selalu meningkat tajam karena kendala bahan baku musiman.

Para informan menyatakan bahwa promosi digital lebih hemat biaya dan memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan pendekatan tradisional dalam hal efektivitas promosi. Menurut penelitian (Rina Raflina, 2024), pemasaran digital lebih efektif menjangkau pelanggan dengan anggaran terbatas. Namun, sudut pandang yang berbeda menyoroti perlunya menggabungkan taktik tradisional dan digital. (Haris, 2024) menegaskan bahwa meskipun teknik tradisional tetap penting di daerah pedesaan dengan tingkat literasi digital yang rendah, promosi digital efektif untuk kategori pelanggan yang aktif daring. Perbedaan ini menekankan perlunya taktik pemasaran hibrida yang diadaptasi dengan lingkungan pedesaan di daerah tersebut.

Meskipun tidak selalu signifikan, dampak digitalisasi terhadap omzet penjualan di Lampung Timur tampaknya menguntungkan. Seiring dengan perolehan klien baru, penjualan

meningkat secara bertahap. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian (Nambisan, 2017) yang menyoroti perlunya adaptasi berkelanjutan dalam model bisnis UMKM, alih-alih peningkatan pendapatan langsung yang dihasilkan dari transformasi digital. Oleh karena itu, minimnya penelitian yang menekankan hubungan antara digitalisasi, kapasitas produksi, dan pertumbuhan penjualan berkelanjutan di pedesaan Indonesia menjadi celah penelitian yang muncul. Makalah ini menawarkan ringkasan empiris dari Lampung Timur untuk menjembatani celah tersebut.

4. Dampak Digitalisasi di Pedesaan Kabupaten Lampung Timur Terhadap Kesejahteraan Pelaku Usaha

Meskipun peningkatannya tidak selalu substansial, hasil wawancara menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan bersih UMKM pedesaan. Responden menekankan bahwa tambahan dana tersebut dapat digunakan untuk investasi, kebutuhan sehari-hari, dan bahkan pendidikan anak. Menurut penelitian (Astuti & Wulandari, 2023), adopsi teknologi digital meningkatkan daya saing UMKM, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan keluarga. Temuan ini sejalan dengan penelitian tersebut. Namun, penelitian lain menghasilkan temuan yang berbeda. Akibat keterbatasan skala usaha dan daya beli konsumen lokal, digitalisasi UMKM di pedesaan belum tentu berdampak besar terhadap kesejahteraan. Perbedaan ini menarik perhatian pada diskusi ilmiah yang berkelanjutan mengenai sejauh mana digitalisasi memengaruhi kesejahteraan pelaku usaha di pedesaan.

Berdasarkan wawancara, beberapa UMKM mampu menciptakan lebih banyak lapangan kerja, meskipun masih bersifat musiman atau sementara. Menurut penelitian (Andrian, 2025), kewirausahaan digital berpotensi menciptakan peluang kerja baru, terutama dalam bentuk tenaga kerja sukarela atau berbasis komunitas. Namun, penelitian lain menekankan bahwa digitalisasi lapangan kerja UMKM saat ini terbatas pada industri tertentu dan seringkali tidak berkelanjutan (Pardamean Marbun et al., 2024). Kesenjangan ini menyoroti perlunya penelitian lebih lanjut tentang daya tahan dan kualitas lapangan kerja yang dihasilkan oleh digitalisasi UMKM pedesaan.

Salah satu keuntungan utama digitalisasi juga ditemukan adalah efisiensi biaya operasional. Menurut narasumber, penggunaan media sosial menurunkan biaya promosi yang sebelumnya dihabiskan untuk spanduk atau pamflet. Hal ini konsisten dengan penelitian yang

menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital lebih ekonomis daripada pendekatan tradisional (Erwanda & Doli, 2024), Meskipun demikian, penelitian lain menunjukkan bahwa pengurangan biaya tidak selalu profitabilitas yang lebih tinggi karena masih terdapat biaya baru untuk perangkat digital, pelatihan, dan paket data (Sugiana et al., 2023). Oleh karena itu, pertanyaan apakah digitalisasi benar-benar menurunkan total biaya operasional atau hanya memindahkan pengeluaran masih diperdebatkan.

Keluarga pelaku bisnis secara langsung merasakan dampak sosial-ekonomi dari peningkatan omzet yang diakibatkan oleh digitalisasi, termasuk tabungan yang lebih tinggi, akses pendidikan yang lebih mudah, dan kebutuhan untuk berinvestasi pada mesin baru. Hal ini sejalan dengan penelitian (Tambunan, 2019) yang menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM meningkatkan kesejahteraan keluarga dengan meningkatkan pendapatan dan potensi tabungan. Namun, perlu digarisbawahi bahwa literatur internasional, seperti (Troise et al., 2022), menyoroti bahwa karakteristik seperti penggunaan teknologi yang konsisten, literasi digital, dan pendampingan memiliki dampak yang signifikan terhadap dampak positif digitalisasi terhadap kesejahteraan. Hal ini menyiratkan bahwa UMKM berisiko mengalami distribusi dampak digitalisasi yang tidak merata jika tidak didukung oleh kelembagaan yang kuat.

Berdasarkan literatur dan wawancara, digitalisasi secara signifikan meningkatkan kesejahteraan UMKM pedesaan di Lampung Timur dengan menciptakan lebih banyak lapangan kerja, menurunkan biaya, dan meningkatkan pendapatan. Namun demikian, diskusi ilmiah menekankan bahwa dampak ini tidak selalu substansial atau jangka panjang, bergantung pada kemampuan wirausahawan untuk memproduksi, tingkat literasi digital mereka, dan bantuan eksternal yang mereka terima. Kurangnya studi yang secara langsung menghubungkan digitalisasi UMKM dengan kesejahteraan keluarga pemilik usaha pedesaan merupakan salah satu kesenjangan studi yang muncul. Dengan menawarkan bukti empiris bahwa, terlepas dari keuntungan digitalisasi yang nyata, keberlanjutannya tetap memerlukan intervensi yang disengaja, studi kami membantu menutup kesenjangan ini.

D. KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan pentingnya digitalisasi untuk meningkatkan produksi UMKM dan membuka pasar baru di wilayah pedesaan Kabupaten Lampung Timur. Meskipun tidak semua bisnis mendapatkan manfaat yang sama, UMKM telah mampu menarik pelanggan baru,

menghemat biaya promosi, dan meningkatkan pendapatan melalui penggunaan teknologi digital, terutama media sosial. Namun, masih terdapat kendala seperti distribusi infrastruktur yang tidak merata, kapasitas produksi yang rendah, dan literasi digital yang rendah. Oleh karena itu, untuk menjamin bahwa digitalisasi benar-benar dapat meningkatkan kesejahteraan UMKM secara berkelanjutan, intervensi pemerintah dan pemangku kepentingan harus difokuskan tidak hanya pada penyediaan infrastruktur tetapi juga pada pelatihan, pendampingan, dan rencana keberlanjutan. Dengan demikian, di era revolusi digital, studi kami menawarkan kontribusi empiris untuk memperkuat kebijakan pengembangan UMKM pedesaan. Jangka kedepan, harapannya dapat memperluas penerapan digitalisasi secara menyeluruh baik dari didesa maupun kota, sehingga bisa menghasilkan peningkatan pemasaran produk UMKM secara maksimal dan dapat menunjang tingkat ekonomi maju yang berkelanjutan. Program berkelanjutan ini akan kami dukung dengan melaksanakan pelatihan serta pendampingan khusus terhadap UMKM wilayah Lampung Timur lalu menggaitkan para investor sehingga dapat menghasilkan alur perekonomian dengan pemanfaatan digital yang baik dan tepat guna.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, R. (2025). *ANALISIS STRATEGI ADAPTASI TENAGA KERJA INFORMAL TERHADAP GEMPURAN TEKNOLOGI DI INDONESIA*. 2(12), 306–312. <https://doi.org/https://doi.org/10.2238/0ep53906>
- Anggoro, D., Febri Darmayanti, E., Sholihah, S., Aditya Agung Budi Pratama, & Aprilia Wahyuningrum. (2024). Peningkatan Kapasitas Produksi dan Digitalisasi Pemasaran UMKM Telogo Wungu untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Desa Sumbergede, Lampung Timur. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(4), 1567–1580. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2062>
- Anggoro, D., Rahayu, S. R., Darmayanti, E. F., & Yuwono, L. D. (2022). Pemanfaatan Aplikasi GMB Untuk Pemasaran Produk UMKM Desa Sumber Agung Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(2), 129–134. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i2.75>
- Ardiansyah, M., Hakim, L., & Handayani, A. (2024). *PENINGKATAN PRODUKSI IKAN ASIN DI DESA MAJA*. 3, 114–120.

- Astuti, W. A., & Wulandari, S. P. (2023). Dampak Digital Teknologi Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 4(2), 383–390. <https://doi.org/10.34010/icomse.v4i2.8309>
- Bambang Arianto, S. E. . M. A. . M. A. . A. (2024). *Borneo Novelty*.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: Toward a next generation of insights. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 37(2), 471–482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>
- Erwanda, Y. T., & Doli, E. R. (2024). Comparative Study of Digital and Traditional Marketing Strategies in Increasing Product Sales. *Smart International Management Journal*, 1(3), 14–20. <https://doi.org/10.70076/simj.v1i3.40>
- Fiansi1, Marlina, Yuliana, Norma, Viana, N., Tordon, P., Ridhotullah, & Takwa. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Peningkatan UMKM Di Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. *Jurnal Cendekia Mengabdi Berinovasi Dan Berkarya*, 2, 38–41. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.56630/jenaka.v2i2.570> Sosialisasi
- Gulo, Y. T. Y., Ndraha, A. T. J., Haria, R. P., & Zendrato4, S. (2025). *Pada Umkm Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Gunungsitoli*. 02, 7–14.
- Hadion Wijoyo, W. (2020). Digitalisasi usaha mikro kecil dan menengah 16. *Seminar Nasional Kahuripan*, Oktober, 9–13.
- Haris, A. (2024). Advances in Community Services Research Marketing Strategies for Enterprises in Rural Areas and. *Advances in Community Services Research*, 2(1), 8–23.
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Pardamean Marbun, E., Debora, L., Marpaung, N., Panjaitan, R., Sagala, T., & Marpaung, D. N. (2024). *The Influence of Digitalization on the Development of UMKM in Indonesia Post Covid-19*. 1(1), 38–46.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, & Nurchim. (2024). Digital Transformation of Smart Village: A Systematic Literature Review. *Journal of Management and Digital Business*, 239(2), 1336–1343. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.06.304>

- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rafika, A., Cerya, E., Yulhendri, & Friyatmi, F. (2023). Pengaruh konflik peran ganda terhadap kinerja wirausahawan wanita sektor UMKM di Kota Padang pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Wirausaha Perempuan*, 8(3), 87–101.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Ratama, N., Munawaroh, & Mulyati, S. (2024). Pertumbuhan Umkm Di Pedesaan Dengan Model Jaringan. *Abdi Jurnal Publikasi*, 2(6), 285–289.
- Rina Raflina. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mempromosikan Produk. 4(4), 1–23.
- Sibarani, A., Bulan, T. R. N., & Suyar, A. S. (2023). Pengaruh Kesiapan Sumber Daya Manusia Dan Teknologi Terhadap Adopsi Platform E-Commerce Shopee Serta Dampaknya Pada Kinerja Penjualan (Studi Pada Umkm Kuliner Di Kota Medan). *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 104–118. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v3i02.365>
- Sugiana, N. S. S., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Gafar, V., & Dirgantari, P. D. (2023). Hidden Cost Marketing: Descriptive Analysis of Digital Marketing Strategies and Creating Branding for MSMEs. *Journal of Marketing Innovation (JMI)*, 3(1), 331–341. <https://doi.org/10.35313/jmi.v3i1.60>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D* (Issue January).
- Sulasih, S., Novandari, W., Suroso, A., & Setyanto, R. P. (2024). Use of Social Media Marketing among MSMEs: Driving and Inhibiting Factors. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 21–29. <https://doi.org/10.25124/jmi.v24i1.5475>
- Sulistiyawati. (2023). Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Syuhada, A. A., & Gambett, W. (2013). Online Marketplace for Indonesian Micro Small and Medium Enterprises based on Social Media. *Procedia Technology*, 11(Iceei), 446–454. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.12.214>

- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45(May), 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate VUCA environment: The role of agility in the digital transformation era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121227>
- Zahra, F., Yunita, L., Setiawan, T. F., & Yunus, R. (2024). Kesenjangan Penerapan Digitalisasi Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Umkm Di Indonesia: (Studi Kasus Pada Sektor Keripik Di Gang Pu Bandar Lampung). *MUSYTARI: Neraca Manajemen, Ekonomi*, 9(1), 1–8.