LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

Analisis Kendala Transformasi Digital pada UMKM Pedesaan: Studi Kasus di Desa Jenglungharjo, Kabupaten Tulungagung

Seli Septiana Pratiwi[1*], Neni Wahyuningtyas[2], Elya Kurniawati[3], Moh. Pebrianto[4], Vian Noer[5], Annisa Nur Cahyaningrum[6], Zulfa Meutia Putri[7], Syarifah Ambami[8], Fazhira Salsabilla[9], Sepvyolla Putri Agustina[10]
[1*,4,5,6,7,8,9,10]Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas Negeri Malang
[2]Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Malang
[3]Program Studi Pariwisata, Universitas Negeri Malang

Abstract
Digital transformation has become an important strategy for improving MSME competitiveness; however, its implementation in rural areas remains challenging. This study aims to analyze the barriers to digital transformation among local food-based MSMEs in Jenglungharjo Village, Tulungagung Regency, using Anthony Giddens' Structuration Theory. This research employed a qualitative case study approach. Data were collected through observations, in-depth interviews, and documentation involving MSME actors, village officials, and MSME administrators. The data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings reveal that rural MSME digital transformation barriers extend beyond technological limitations and are influenced by institutional support, business capacity, socio-economic conditions, and supporting environments. Five major barriers were identified: limited institutional support, low sustainability of MSME activities, infrastructure and distribution constraints, raw material limitations, and low adoption of digital platforms. The study demonstrates that successful digital transformation depends on the reciprocal relationship between supporting structures and the agency of business actors. The contribution of this research lies in applying Giddens' Structuration Theory to explain rural MSME digitalization as a social process shaped by the interaction between technology, individual capacity, and institutional structures.

Keywords:
Jenglungharjo Village; Digital; Digital Transformation; Rural MSMEs

Article History
Received 03 August 2026
Accepted 25 October 2026

***Corresponding Author:**
seli.pratiwi.fis@um.ac.id

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Berdasarkan pembaruan data Sistem Informasi Data Tunggal UMKM (SIDT-UMKM) tahun 2025, jumlah UMKM nonpertanian di Indonesia mencapai sekitar 30,21 juta unit usaha, dengan struktur usaha yang masih didominasi oleh usaha mikro (Kementerian Usaha Mikro dan Menengah Republik Indonesia, 2025). Kementerian Usaha Mikro dan Menengah Republik Indonesia, (2025) Selain itu, berbagai publikasi pemerintah menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi strategis terhadap perekonomian nasional, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 60%, penyerapan tenaga kerja sekitar 97%, serta kontribusi ekspor sekitar 15,7%. Kementrian Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, (2025) Meskipun memiliki peran besar dalam perekonomian domestik, kontribusi ekspor UMKM masih menunjukkan adanya tantangan dalam peningkatan daya saing global. Oleh karena itu, penguatan produktivitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi penting

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa dampak fundamental pada pola aktivitas ekonomi masyarakat. Digitalisasi tidak lagi dipandang sekadar sebagai inovasi teknologi, bahkan kini menjadi kebutuhan bagi pelaku usaha agar mempertahankan keberlangsungan bisnis (Rauf et al., 2024). Pemanfaatan marketplace, media sosial, pembayaran digital, sistem informasi akuntansi, hingga aplikasi manajemen usaha mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data (Aprillia et al., 2026; Purnomo et al., 2024). Transformasi tersebut mendorong lahirnya ekosistem ekonomi digital yang menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi terhadap pergeseran perilaku konsumen yang kian bergantung pada sarana teknologi (Putra & Solechan, 2023).

Menyadari pentingnya transformasi digital, pemerintah Indonesia terus mempercepat digitalisasi UMKM (Kementerian Usaha Mikro dan Menengah Republik Indonesia, 2025) melalui berbagai kebijakan dan program, seperti pendampingan usaha, pelatihan literasi digital, fasilitasi sertifikasi produk, *digital onboarding*, pemanfaatan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital berbasis kode QR yang memudahkan transaksi secara cepat, aman, dan efisien, hingga integrasi UMKM ke berbagai platform perdagangan elektronik (Sifwah et al., 2024). Berbagai upaya tersebut menunjukkan komitmen pemerintah dalam membangun UMKM yang lebih produktif, inovatif, dan berdaya saing. Namun demikian, tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM masih belum optimal. Mayoritas pelaku usaha mikro, khususnya di wilayah pedesaan, masih menghadapi berbagai kendala sehingga belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal untuk mendukung optimalisasi bisnisnya (Abdillah, 2024)

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah di Jawa Timur dengan aktivitas ekonomi yang didukung oleh sektor perdagangan, industri pengolahan, pertanian, serta aktivitas usaha mikro dan rumah tangga. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tulungagung, perekonomian Kabupaten Tulungagung tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 5,75%, yang menunjukkan adanya peningkatan aktivitas ekonomi daerah dan peluang pengembangan sektor usaha masyarakat, termasuk UMKM (Tulungagung, 2026). BPS Tulungagung Salah satu wilayah dengan potensi pengembangan UMKM tersebut adalah Desa Jenglungharjo, yang memiliki berbagai usaha berbasis pangan lokal seperti tiwul, gatot, jamu tradisional, dan aneka produk olahan makanan. Produk-produk tersebut memiliki nilai ekonomi dan peluang pasar yang lebih luas apabila didukung oleh peningkatan kapasitas usaha serta pemanfaatan teknologi digital dalam proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan bisnis (Fathoni & Asfiah, 2024).

Sejumlah studi mengindikasi bahwa digitalisasi memberikan pengaruh bagi kemajuan UMKM. Hasil riset Muhardono et al., (2023) membuktikan bahwa digitalisasi sistem informasi akuntansi memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan profitabilitas UMKM. Sementara itu, Julianto et al., Julianto et al., (2022) menunjukkan bahwa efisiensi meningkat berkat digitalisasi, mempercepat penyusunan laporan keuangan, serta memperluas pemasaran usaha. Selanjutnya, Hetami dan Aransyah (2021) menjelaskan bahwa sinergi antara masyarakat digital dan UMKM melalui pemanfaatan marketplace serta media sosial mampu memperluas akses pasar. Temuan tersebut diperkuat oleh Handini; dan Wahyuni Choiriyati, Handini & Choiriyati, (2021) yang menunjukkan bahwa proses digitalisasi UMKM dapat dipercepat melalui

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

inovasi sosial berupa pendampingan, pelatihan branding, copywriting, serta kolaborasi dengan platform digital.

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak membahas strategi peningkatan digitalisasi UMKM. Evangeulista et al. (2023) dalam penelitiannya menyarankan beberapa strategi utama transformasi digital, yaitu peningkatan literasi digital, pemanfaatan SEO, media sosial, teknologi keuangan, serta kolaborasi dengan pemerintah. Sitompul et al., (2025) membuktikan bahwa implementasi e-commerce, portal informasi, QRIS, dan Search Engine Optimization mampu meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan UMKM. Selanjutnya, Anatan, (2023) menjelaskan bahwa kesiapan transformasi digital dipengaruhi oleh persepsi manfaat teknologi, kompetensi sumber daya manusia, serta transfer pengetahuan dari pemerintah dan perguruan tinggi. Penelitian Fadlan et al. (2023) juga menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membuka peluang besar bagi UMKM meskipun dalam implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan. Sementara itu, Buci Morisson, (2025) dan Rasenda et al., (2025) menyimpulkan bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, dan akses teknologi menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital UMKM.

Meskipun berbagai penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan manfaat, strategi, dan faktor pendukung digitalisasi UMKM, kajian mengenai kendala transformasi digital masih memiliki keterbatasan. Penelitian terdahulu cenderung membahas aspek tertentu secara parsial, seperti literasi digital, pemasaran digital, kesiapan teknologi, atau pengaruh digitalisasi terhadap kinerja usaha. Belum banyak penelitian yang menganalisis hambatan transformasi digital UMKM pedesaan secara komprehensif dengan mengintegrasikan aspek teknologi, sumber daya manusia, tata kelola usaha, dan dukungan kelembagaan dalam satu kerangka analisis. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih melihat digitalisasi sebagai proses adopsi teknologi, sementara dimensi sosial yang berkaitan dengan hubungan antara kemampuan pelaku usaha (agency) dan struktur pendukung (structure) dalam membentuk keberhasilan transformasi digital masih belum banyak dikaji.

Dalam konteks wilayah Kabupaten Tulungagung, beberapa penelitian telah menunjukkan adanya upaya pengembangan UMKM melalui berbagai program pemberdayaan. Penelitian Asiyah et al. (2023) menunjukkan bahwa PLUT Kabupaten Tulungagung berperan dalam memberikan pendampingan kepada UMKM melalui fasilitasi perizinan usaha, Nomor Induk Berusaha (NIB), PIRT, sertifikasi halal, serta berbagai program pemberdayaan lainnya. Selanjutnya, Eni Widhajati dan Esti Wulandar (2024) menjelaskan bahwa strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Tulungagung dilakukan melalui penguatan pemasaran berbasis e-katalog, penyelenggaraan pameran, pelatihan kewirausahaan, dan program pemberdayaan usaha mikro. Penelitian Fathoni & Asfiah, (2024) juga menunjukkan bahwa potensi sumber daya lokal di Desa Jenglungharjo mendukung pengembangan ekonomi masyarakat, sehingga desa tersebut memiliki peluang besar dalam mengembangkan UMKM berbasis pangan lokal secara berkelanjutan.

Namun demikian, kondisi empiris di Desa Jenglungharjo menunjukkan bahwa peluang pengembangan UMKM tersebut belum sepenuhnya diikuti dengan optimalisasi pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan hasil observasi dan kegiatan pendampingan UMKM yang dilakukan peneliti pada tahun 2026, sebagian besar pelaku UMKM yang memproduksi tiwul, gatot, jamu tradisional, dan aneka kue masih mengandalkan pemasaran konvensional. Pemanfaatan marketplace, media sosial sebagai sarana promosi, pencatatan keuangan digital, maupun pembayaran digital masih sangat terbatas. Sebagian besar pelaku usaha sebenarnya telah memiliki telepon pintar dan akses internet, namun pemanfaatan teknologi tersebut belum

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

terintegrasi ke dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Kondisi ini menunjukkan bahwa hambatan transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan teknologi, tetapi juga berhubungan dengan kapasitas sumber daya manusia, pola pengelolaan usaha, dukungan kelembagaan, serta lingkungan sosial tempat UMKM berkembang.

Berdasarkan kesenjangan penelitian dan kondisi empiris tersebut, penelitian ini memilih Teori Strukturasi Anthony Giddens sebagai pisau analisis untuk memahami transformasi digital sebagai proses sosial yang melibatkan relasi timbal balik antara agensi pelaku UMKM dengan struktur yang membentuk perilaku mereka. Dalam perspektif strukturasi, keputusan pelaku UMKM untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi teknologi digital dipengaruhi oleh interaksi antara kemampuan individu, kebiasaan usaha, norma sosial, dukungan kelembagaan, kebijakan pemerintah, serta akses terhadap sumber daya. Sebaliknya, tindakan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi juga berpotensi membentuk struktur sosial dan ekonomi baru di lingkungan pedesaan. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya dipahami sebagai perubahan teknologi, tetapi juga sebagai proses perubahan sosial yang bersifat dinamis.

Novelty penelitian ini terletak pada analisis kendala transformasi digital UMKM pedesaan melalui pengintegrasian aspek literasi digital, kesiapan teknologi, pemasaran digital, tata kelola usaha, dan dukungan kelembagaan dengan menggunakan perspektif Teori Strukturasi Giddens (1984). Pendekatan ini memungkinkan penelitian tidak hanya mengidentifikasi bentuk hambatan transformasi digital, tetapi juga menjelaskan bagaimana interaksi antara agensi pelaku UMKM dan struktur sosial membentuk keberhasilan maupun kegagalan proses digitalisasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan faktor teknologi dan faktor sosial, penelitian ini menawarkan perspektif integratif dengan melihat keduanya sebagai aspek yang saling memengaruhi dalam proses transformasi digital UMKM pedesaan.

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan yang telah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Bagaimana kendala transformasi digital yang dihadapi UMKM di Desa Jenglungharjo ditinjau dari perspektif Teori Strukturasi Giddens? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai kendala transformasi digital yang dihadapi oleh UMKM di Desa Jenglungharjo serta menganalisis dinamika interaksi antara struktur dan agensi dalam proses digitalisasi tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi strategi digitalisasi yang kontekstual bagi pemerintah daerah, pemerintah desa, perguruan tinggi, serta pemangku kepentingan lainnya dalam merancang program pendampingan yang sesuai dengan karakteristik UMKM pedesaan.

Metode Penelitian

Dalam proses analisis, penelitian ini menggunakan Teori Strukturasi Giddens, (1984) sebagai pisau analisis untuk memahami hubungan antara agensi pelaku UMKM dan struktur sosial yang meliputi dukungan kelembagaan, kebijakan, akses teknologi, serta lingkungan sosial. Penerapan teori ini dilakukan dengan mengidentifikasi data temuan yang menunjukkan tindakan agensi (misalnya keputusan pelaku usaha dalam mengadopsi atau menolak teknologi) dan pengaruh struktur (misalnya kebijakan pemerintah, norma sosial, serta ketersediaan infrastruktur). Kedua aspek tersebut kemudian dianalisis secara dialektis untuk menjelaskan bagaimana interaksi antara agensi dan struktur membentuk keberhasilan maupun hambatan dalam proses transformasi digital UMKM pedesaan.

Untuk memperjelas penerapan Teori Strukturasi Anthony Giddens dalam penelitian ini, konsep-konsep utama teori tersebut dioperasionalkan ke dalam beberapa aspek analisis

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep Teori Strukturasi Anthony Giddens dalam Analisis Transformasi Digital UMKM

Konsep Teori Strukturasi Giddens	**Definisi Konseptual**	**Operasionalisasi dalam Penelitian**	**Indikator/Aspek yang Dianalisis**	**Sumber Data**
Struktur (*structure*)	Struktur merupakan aturan (*rules*) dan sumber daya (*resources*) yang membentuk sekaligus membatasi tindakan individu dalam kehidupan sosial (Giddens, 1984).	Mengidentifikasi berbagai faktor eksternal yang memengaruhi kemampuan UMKM dalam melakukan transformasi digital.	1. Dukungan pemerintah desa dan lembaga terkait 2. Program pendampingan dan pelatihan digital 3. Ketersediaan infrastruktur teknologi 4. Akses terhadap sumber daya usaha 5. Kebijakan yang mendukung digitalisasi UMKM	Wawancara perangkat desa, pendamping UMKM, observasi, dan dokumentasi program
Agensi (*agency*)	Agensi merujuk pada kemampuan aktor sosial untuk melakukan tindakan, mengambil keputusan, serta memanfaatkan peluang dalam kondisi tertentu.	Mengidentifikasi kemampuan dan tindakan aktif pelaku UMKM dalam merespons perkembangan teknologi digital.	1. Kemampuan menggunakan teknologi digital 2. Kemauan mengikuti pelatihan 3. Keputusan menggunakan atau menolak platform digital 4. Inisiatif melakukan inovasi usaha 5. Strategi pemasaran digital yang dilakukan	Wawancara pelaku UMKM dan observasi aktivitas usaha
Dualitas Struktur	Struktur dan agensi memiliki hubungan	Menganalisis hubungan antara	1. Pengaruh bantuan dan	Integrasi data wawancara,

(***duality of structure***)	timbal balik; struktur memengaruhi tindakan aktor, tetapi tindakan aktor juga dapat mempertahankan atau mengubah struktur tersebut.	dukungan struktur dengan tindakan pelaku UMKM dalam proses transformasi digital.	pendampingan terhadap perubahan perilaku usaha 2. Respons UMKM terhadap fasilitas digital yang tersedia 3. Hambatan interaksi antara kebijakan, kelembagaan, dan kapasitas pelaku usaha 4. Proses perubahan pola usaha dari konvensional menuju digital	observasi, dan dokumentasi melalui analisis tematik

Sumber: Diadaptasi dari konsep Strukturasi Giddens (1984) dan hasil analisis penelitian.

Berdasarkan operasionalisasi tersebut, analisis penelitian tidak hanya berfokus pada identifikasi bentuk kendala transformasi digital, tetapi juga menjelaskan bagaimana hubungan timbal balik antara struktur pendukung dan kapasitas agensi pelaku UMKM membentuk keberhasilan maupun hambatan proses digitalisasi. Pendekatan ini memungkinkan penelitian memahami transformasi digital UMKM pedesaan sebagai proses sosial yang tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga melibatkan aspek kelembagaan, budaya usaha, dan lingkungan sosial.

Penelitian memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kendala transformasi digital pada Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Jenglungharjo, Kabupaten Tulungagung. melalui pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan tersebut ingin peneliti fokus pada fenomena konteks nyata, agar dapat mengeksplorasi berbagai faktor yang memengaruhi proses transformasi digital secara komprehensif (Sugiyono, 2019, 2021).

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari hingga Juni 2026 di Desa Jenglungharjo, Kabupaten Tulungagung. Tahap pra-penelitian meliputi studi pendahuluan melalui observasi awal dan koordinasi dengan perangkat desa untuk memperoleh izin serta mengidentifikasi karakteristik UMKM berbasis pangan lokal di desa tersebut. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pelaku UMKM yang menjalankan usaha berbasis pangan lokal, seperti tiwul, gatot, jamu tradisional, dan aneka kue, dengan kriteria masa usaha minimal dua tahun, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan UMKM, seperti perangkat desa dan pendamping UMKM (Creswell, 2021).

Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 12 orang, terdiri dari 8 pelaku UMKM, 2 perangkat desa, dan 2 pendamping UMKM. Pemilihan informan dilakukan secara bertahap hingga mencapai data jenuh. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

dokumentasi (Sugiyono, 2021). Observasi dilakukan sebanyak tiga kali pada bulan Februari hingga Maret 2026 untuk mengidentifikasi praktik digitalisasi dalam aktivitas usaha, sedangkan wawancara dilaksanakan secara tatap muka dengan durasi 60-90 menit per informan pada bulan Maret hingga April 2026 digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan hambatan yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Dokumentasi dilakukan sepanjang periode penelitian dengan mengumpulkan data pendukung berupa foto kegiatan usaha, catatan transaksi, dokumen perizinan usaha, serta arsip program pendampingan UMKM digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

Analisis data menggunakan model interaktif yang mencakup proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan (Miles et al., 2018). Pada tahap kondensasi data, seluruh hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumen diseleksi dan disederhanakan sesuai dengan fokus penelitian. Hasil kondensasi data kemudian disajikan melalui teks naratif dan matriks tematik yang berguna untuk memudahkan identifikasi pola kendala transformasi digital. Selanjutnya, kesimpulan ditarik secara induktif dan diverifikasi melalui penelusuran ulang data serta diskusi dengan informan kunci. Validitas data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari berbagai informan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak UMKM, perangkat desa, dan pendamping UMKM, adapun triangulasi teknik dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam proses analisis, penelitian ini menggunakan Teori Strukturasi Giddens, (1984) sebagai pisau analisis untuk memahami hubungan antara agensi pelaku UMKM dan struktur sosial yang meliputi dukungan kelembagaan, kebijakan, akses teknologi, serta lingkungan sosial. Penerapan teori ini dilakukan dengan mengidentifikasi data temuan yang menunjukkan tindakan agensi (misalnya keputusan pelaku usaha dalam mengadopsi atau menolak teknologi) dan pengaruh struktur (misalnya kebijakan pemerintah, norma sosial, dan ketersediaan infrastruktur). Kedua aspek tersebut kemudian dianalisis secara dialektis untuk menjelaskan bagaimana interaksi antara agensi dan struktur membentuk keberhasilan maupun hambatan dalam proses transformasi digital UMKM pedesaan. Pendekatan ini memungkinkan penelitian tidak hanya mengidentifikasi berbagai kendala transformasi digital, tetapi juga menjelaskan bagaimana interaksi antara pelaku usaha dan struktur sosial memengaruhi keberhasilan maupun hambatan dalam proses digitalisasi UMKM pedesaan.

Hasil dan Pembahasan

Dukungan Pemerintah Desa dalam Mendorong Transformasi Digital UMKM

Keberhasilan transformasi digital UMKM pedesaan tidak hanya bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan struktur kelembagaan yang tersedia. Pemerintah desa memiliki peran penting sebagai penghubung antara program pemberdayaan, pelatihan, bantuan sarana produksi, serta kebutuhan pengembangan usaha pelaku UMKM. Dukungan kelembagaan tersebut menjadi salah satu faktor yang menentukan kesiapan UMKM dalam melakukan perubahan menuju proses bisnis yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Desa Jenglungharjo telah memberikan berbagai bentuk dukungan kepada pelaku UMKM melalui bantuan peralatan produksi, pelatihan kewirausahaan, dan pendampingan usaha. Bantuan peralatan produksi tersebut diberikan

LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

kepada pelaku UMKM berbasis pangan lokal, seperti pengolah tiwul, gatot, dan produk olahan pangan lainnya, dengan tujuan meningkatkan kapasitas produksi serta membantu pelaku usaha memperbaiki proses pengolahan produk. Sebelum memperoleh bantuan alat produksi, sebagian pelaku UMKM masih menggunakan peralatan sederhana yang menyebabkan proses produksi berjalan lambat, kapasitas produksi terbatas, serta kurang efisien dalam memenuhi permintaan konsumen. Kondisi tersebut menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan usaha karena keterbatasan alat produksi berdampak pada kemampuan UMKM untuk meningkatkan skala usaha.



Gambar 1. Bantuan Alat dari Dinas dan Pemerintah Desa
Sumber : Data Primer, 2026

Berdasarkan Gambar 1, bantuan alat produksi dari dinas terkait dan pemerintah desa menunjukkan adanya intervensi struktur kelembagaan dalam mendukung penguatan kapasitas UMKM. Setelah memperoleh bantuan tersebut, beberapa pelaku usaha mengalami perubahan dalam proses produksi, terutama pada peningkatan efisiensi kerja, pengurangan waktu produksi, dan kemampuan menghasilkan produk dalam jumlah yang lebih besar. Meskipun demikian, keberadaan bantuan fisik tersebut belum secara otomatis mendorong terjadinya transformasi digital karena pemanfaatan teknologi tetap membutuhkan kesiapan sumber daya manusia dan kemauan pelaku usaha untuk melakukan perubahan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan Kepala Desa Jenglungharjo:

> *"Pemerintah desa sudah berusaha membantu UMKM melalui bantuan alat dan pelatihan. Harapannya masyarakat tidak hanya menerima bantuan, tetapi juga bisa mengembangkan usaha supaya lebih maju."*
> *(Wawancara Kepala Desa Jenglungharjo, 2026)*

Data penelitian di atas menunjukkan bahwa dukungan pemerintah desa telah menjadi bentuk penyediaan struktur yang memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk berkembang. Akan tetapi, efektivitas bantuan tersebut masih dipengaruhi oleh kesiapan dan komitmen pelaku usaha dalam memanfaatkan fasilitas yang tersedia. Beberapa UMKM penerima bantuan belum mampu mempertahankan peningkatan produktivitas maupun mengembangkan usahanya secara berkelanjutan Salah satu pengurus UMKM Desa Jenglungharjo menyampaikan:

> *"Ada beberapa yang sudah diberi bantuan, tetapi setelah itu tidak berjalan lagi. Akhirnya bantuan berikutnya lebih selektif diberikan kepada yang benar-benar aktif."*
> *(Wawancara Pengurus UMKM Desa Jenglungharjo, 2026)*

Temuan tersebut menunjukkan bahwa bantuan pemerintah tidak cukup hanya diberikan dalam bentuk fasilitas produksi, tetapi perlu disertai dengan pendampingan yang berkelanjutan

LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

untuk membangun kesadaran, kemampuan, dan motivasi pelaku usaha. Dalam konteks transformasi digital, ketersediaan teknologi atau sarana pendukung harus diikuti dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, kondisi tersebut menggambarkan hubungan antara struktur dan agensi dalam proses transformasi digital UMKM. Struktur berupa bantuan pemerintah, program pelatihan, dan dukungan kelembagaan telah tersedia sebagai sumber daya yang memungkinkan pelaku UMKM melakukan perubahan. Akan tetapi, struktur tersebut tidak dapat berjalan secara otomatis tanpa adanya agensi dari pelaku usaha melalui tindakan aktif dalam memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh keberadaan fasilitas, tetapi juga oleh kemampuan pelaku UMKM dalam mengubah sumber daya tersebut menjadi praktik usaha yang lebih inovatif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Asiyah et al., (2023) yang menunjukkan bahwa dukungan pemerintah berperan penting dalam meningkatkan kapasitas UMKM melalui pendampingan, fasilitasi legalitas usaha, dan pembinaan kewirausahaan. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas dukungan pemerintah, tetapi juga oleh kesiapan penerima manfaat dalam melakukan perubahan perilaku usaha. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung Handini dan Wahyuni Choiriyati (2021) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM membutuhkan pendampingan berkelanjutan agar pelaku usaha mampu mempertahankan proses transformasi. Dengan demikian, dukungan pemerintah desa dalam transformasi digital UMKM Desa Jenglungharjo dapat dipahami sebagai hubungan timbal balik antara struktur dan agensi. Pemerintah menyediakan sumber daya pendukung, sedangkan pelaku UMKM menentukan sejauh mana sumber daya tersebut digunakan untuk menghasilkan perubahan dalam aktivitas usaha.

Rendahnya Keaktifan UMKM sebagai Hambatan Transformasi Digital

Transformasi digital UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh keberlanjutan aktivitas usaha. Pelaku UMKM yang aktif menjalankan kegiatan produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha memiliki peluang lebih besar untuk mengadopsi teknologi digital dibandingkan usaha yang tidak berjalan secara konsisten.



Gambar 2. UMKM yang Aktif Di Desa Jenglungharjo
Sumber : Data Primer, 2026

Gambar 2 menunjukkan kondisi aktivitas UMKM di Desa Jenglungharjo yang sebagian masih berjalan secara terbatas. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat sekitar 25 UMKM berbasis pangan lokal di desa tersebut, meliputi usaha tiwul, gatot, jamu tradisional, dan aneka makanan

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

olahan. Dari jumlah tersebut, hanya sekitar 8 UMKM yang masih aktif menjalankan kegiatan produksi secara rutin. Sebelum mengalami penurunan aktivitas, sebagian UMKM memiliki potensi pengembangan usaha karena didukung oleh produk berbasis pangan lokal yang memiliki nilai ekonomi dan karakteristik khas daerah. Akan tetapi, keterbatasan pasar, pendapatan yang belum stabil, serta rendahnya kepastian permintaan menyebabkan sebagian pelaku usaha tidak menjadikan UMKM sebagai sumber penghasilan utama. Setelah dilakukan berbagai program pendampingan dan pemberian fasilitas usaha, sebagian UMKM mulai menunjukkan perkembangan melalui peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran. Akan tetapi, sebagian lainnya masih mengalami kesulitan mempertahankan keberlanjutan usaha karena rendahnya motivasi dan keterbatasan kemampuan mengelola usaha secara berkelanjutan. Salah satu pelaku UMKM menjelaskan:

> *"Usaha ini sebenarnya masih berjalan, tetapi tidak setiap hari. Kalau ada pesanan baru produksi, karena hasilnya belum pasti seperti pekerjaan utama."*
> *(Wawancara Pelaku UMKM Jenglungharjo, 2026)*

Berdasarkan temuan tersebut, hambatan transformasi digital tidak hanya berasal dari keterbatasan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kesiapan individu dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM yang belum aktif akan mengalami kesulitan dalam mengintegrasikan teknologi digital karena proses digitalisasi membutuhkan aktivitas bisnis yang berjalan secara konsisten. Temuan penelitian ini sejalan dengan Anatan, (2023) yang menjelaskan bahwa kesiapan transformasi digital dipengaruhi oleh kompetensi sumber daya manusia dan kemampuan menerima perubahan teknologi. Selain itu, Rasenda et al., (2025) juga menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital dan kapasitas sumber daya manusia menjadi hambatan dalam proses digitalisasi UMKM. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa pada konteks UMKM pedesaan, hambatan digitalisasi juga berkaitan dengan keberlanjutan usaha dan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, strategi transformasi digital UMKM tidak cukup hanya menyediakan teknologi, tetapi perlu diarahkan pada penguatan motivasi usaha, peningkatan kapasitas manajemen, dan pembentukan budaya kewirausahaan yang berkelanjutan.

Keterbatasan Infrastruktur, Aksesibilitas, dan Distribusi Produk dalam Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi. Akan tetapi, keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam menggunakan media digital, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur pendukung, khususnya aksesibilitas wilayah dan sistem distribusi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi geografis Desa Jenglungharjo yang berada di wilayah perbukitan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM. Keterbatasan akses transportasi menyebabkan proses distribusi produk masih menghadapi kendala, terutama bagi UMKM yang menghasilkan produk pangan dengan karakteristik mudah mengalami kerusakan selama perjalanan.

LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529



Gambar 3. Proses Penjemuran Gatot dan Tiwul
Sumber : Data Primer, 2026

Gambar 3 menggambarkan kondisi wilayah dan aktivitas distribusi produk UMKM Desa Jenglungharjo. Sebelum memanfaatkan teknologi digital, sebagian besar pemasaran UMKM masih dilakukan secara langsung melalui pelanggan sekitar desa dan jaringan masyarakat lokal. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar terbatas karena bergantung pada kedekatan lokasi antara produsen dan konsumen. Setelah mulai memanfaatkan media digital seperti WhatsApp dan media sosial, pelaku UMKM memiliki peluang untuk menerima pesanan dari wilayah yang lebih luas. Akan tetapi, peningkatan akses pasar tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak maksimal karena masih terdapat hambatan dalam proses pengiriman produk. Kondisi jalan yang berkelok, jarak menuju pusat ekonomi, serta keterbatasan sarana distribusi menyebabkan biaya pengiriman meningkat dan waktu pengantaran menjadi lebih lama. Salah satu pelaku UMKM menjelaskan:

> *"Kalau mengirim produk ke luar desa kendalanya jalan, apalagi untuk makanan seperti kue. Kalau perjalanan jauh dan jalannya kurang bagus, produk bisa rusak sebelum sampai."*
> *(Wawancara Pelaku UMKM Jenglungharjo, 2026)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah membuka peluang pemasaran yang lebih luas, tetapi kemampuan memenuhi permintaan konsumen masih dipengaruhi oleh kondisi infrastruktur fisik. Dengan demikian, digitalisasi pemasaran tidak dapat berjalan secara optimal apabila tidak didukung oleh sistem distribusi yang memadai. Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, kondisi geografis dan infrastruktur wilayah merupakan bagian dari struktur yang dapat memberikan peluang sekaligus batasan terhadap tindakan pelaku UMKM. Infrastruktur jalan, transportasi, dan akses distribusi menjadi sumber daya yang memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam memperluas pasar. Pada sisi lain, pelaku UMKM menunjukkan bentuk agensi melalui upaya memanfaatkan media digital untuk mengenalkan produk dan menerima pesanan dari konsumen. Akan tetapi, kemampuan tersebut masih menghadapi keterbatasan akibat struktur lingkungan yang belum sepenuhnya mendukung aktivitas ekonomi digital. Salah satu perangkat desa menyampaikan:

> *"Sekarang promosi sudah bisa lewat WhatsApp atau media sosial, tetapi kendalanya tetap bagaimana produk bisa sampai ke pembeli dengan cepat dan aman."*
> *(Wawancara Perangkat Desa Jenglungharjo, 2026)*

Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM pedesaan merupakan proses yang melibatkan hubungan timbal balik antara kemampuan individu dan kondisi lingkungan.

LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

Teknologi digital dapat membantu memperluas akses pasar, tetapi keberhasilannya tetap membutuhkan dukungan infrastruktur fisik yang memungkinkan produk sampai kepada konsumen. Temuan penelitian ini selaras dengan Fadlan et al., (2023) yang menjelaskan bahwa digitalisasi memberikan peluang pengembangan pasar baru bagi UMKM, tetapi implementasinya tetap dipengaruhi oleh karakteristik wilayah. Selain itu, Rasenda et al., (2025) menunjukkan bahwa keterbatasan infrastruktur menjadi salah satu hambatan dalam proses transformasi digital UMKM. Penelitian ini memperluas kajian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa hambatan infrastruktur pada UMKM pedesaan tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan jaringan teknologi digital, tetapi juga mencakup aspek transportasi dan distribusi produk. Oleh karena itu, pengembangan transformasi digital UMKM perlu dilakukan secara menyeluruh melalui peningkatan literasi digital sekaligus penguatan sistem distribusi dan aksesibilitas wilayah.

Keterbatasan Bahan Baku sebagai Hambatan Keberlanjutan Transformasi Digital UMKM

Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan UMKM dalam memperluas pemasaran melalui teknologi, tetapi juga membutuhkan kesiapan kapasitas produksi dalam memenuhi peningkatan permintaan pasar. Digitalisasi dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, tetapi peluang tersebut tidak akan memberikan dampak optimal apabila pelaku usaha belum memiliki sistem produksi yang mampu mendukung keberlanjutan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama UMKM di Desa Jenglungharjo adalah keterbatasan bahan baku, khususnya bagi UMKM yang bergerak dalam pengolahan pangan lokal berbasis singkong seperti tiwul, empok, dan gatot. Produk-produk tersebut memiliki nilai ekonomi karena mengangkat potensi pangan tradisional desa, tetapi keberlanjutan produksinya masih dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku lokal.



Gambar 4. Produk UMKM
Sumber : Data Primer, 2026

Gambar 4 menunjukkan produk UMKM berbasis olahan singkong yang menjadi salah satu produk unggulan Desa Jenglungharjo. Sebelum menghadapi kendala bahan baku, produk tersebut memiliki peluang pengembangan pasar karena telah dikenal oleh masyarakat dan memiliki karakteristik khas sebagai produk pangan tradisional. Akan tetapi, keterbatasan jumlah petani yang masih membudidayakan singkong menyebabkan pasokan bahan baku menjadi tidak stabil. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM tidak selalu dapat melakukan produksi secara rutin, terutama ketika terjadi peningkatan permintaan dari konsumen. Setelah adanya pengembangan pemasaran melalui jaringan pelanggan dan media digital, beberapa UMKM mulai memperoleh permintaan dari wilayah yang lebih luas. Akan tetapi, peningkatan peluang pasar tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan karena kapasitas produksi masih bergantung pada ketersediaan bahan baku. Salah satu pelaku UMKM menjelaskan:

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

> *"Sekarang mencari singkong semakin sulit karena tidak banyak yang menanam. Kalau bahan baku tidak ada, produksi juga harus berhenti sementara meskipun ada pesanan."*
> *(Wawancara Pelaku UMKM Tiwul Jenglungharjo, 2026)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tantangan transformasi digital tidak hanya berada pada aspek pemasaran, tetapi juga pada kemampuan UMKM dalam menjaga keberlanjutan rantai produksi. Ketika teknologi digital mampu meningkatkan akses pasar, peningkatan permintaan harus didukung oleh kemampuan produksi yang stabil agar kepuasan konsumen tetap terjaga. Menariknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa produk UMKM berbasis singkong sebenarnya memiliki daya saing yang cukup baik. Produk seperti tiwul, empok, dan gatot tidak hanya dipasarkan di wilayah sekitar Tulungagung, tetapi juga telah menjangkau daerah lain melalui jaringan distribusi yang dimiliki pelaku usaha. Salah satu pengelola UMKM menyampaikan:

> *"Produk kita sebenarnya sudah banyak yang mengenal, tetapi kendalanya produksi belum bisa besar karena bahan bakunya terbatas."*
> *(Wawancara Pengelola UMKM Jenglungharjo, 2026)*

Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, keterbatasan bahan baku merupakan bagian dari struktur yang memengaruhi kemampuan pelaku UMKM dalam menjalankan tindakan ekonomi. Struktur berupa ketersediaan sumber daya produksi dapat menjadi faktor pendukung apabila tersedia secara memadai, tetapi dapat menjadi hambatan ketika mengalami keterbatasan. Sementara itu, sisi agensi terlihat dari upaya pelaku UMKM dalam mempertahankan kualitas produk, membangun jaringan pemasaran, serta mencari peluang pasar yang lebih luas. Akan tetapi, kemampuan tersebut masih dibatasi oleh kondisi struktural berupa ketidakstabilan pasokan bahan baku. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM perlu dipahami sebagai proses yang mencakup seluruh ekosistem usaha, bukan hanya penggunaan teknologi pemasaran. Digitalisasi yang meningkatkan permintaan pasar harus diikuti dengan penguatan sistem produksi dan rantai pasok agar perkembangan usaha dapat berlangsung secara berkelanjutan. Temuan ini memperkuat penelitian Rasenda et al., (2025) yang menjelaskan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya usaha. Selain itu, penelitian Buci Morisson, (2025) menekankan bahwa transformasi digital membutuhkan ekosistem pendukung yang mencakup teknologi, sumber daya manusia, dan lingkungan usaha. Penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menunjukkan bahwa pada UMKM pangan tradisional pedesaan, keberhasilan transformasi digital juga sangat dipengaruhi oleh keberadaan bahan baku lokal. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM Desa Jenglungharjo tidak cukup hanya melalui pemasaran digital, tetapi perlu memperkuat hubungan antara pelaku UMKM, kelompok petani, dan pemerintah desa untuk menjamin keberlanjutan produksi.

Rendahnya Kesadaran Masyarakat dan Budaya Kewirausahaan sebagai Hambatan Transformasi Digital

Transformasi digital UMKM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga membutuhkan perubahan pola pikir, motivasi, dan budaya kewirausahaan. Teknologi digital akan memberikan manfaat apabila pelaku usaha memiliki

LENVARI: Jurnal of Social Science
P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

kesadaran untuk belajar, beradaptasi, serta menjadikan usaha sebagai aktivitas ekonomi yang dikembangkan secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama transformasi digital UMKM di Desa Jenglungharjo adalah rendahnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan usaha. Sebagian pelaku UMKM masih memandang kegiatan usaha sebagai pekerjaan tambahan, bukan sebagai sumber pendapatan utama yang perlu dikelola secara profesional.



Gambar 5. Proses Pembuatan Tiwul
Sumber : Data Primer, 2026

Gambar 5 menunjukkan aktivitas produksi UMKM pangan lokal Desa Jenglungharjo. Produk seperti tiwul, gatot, dan olahan singkong memiliki potensi ekonomi karena memiliki ciri khas daerah dan nilai budaya. Sebelum adanya program pemberdayaan dan pendampingan, sebagian pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara sederhana dengan orientasi produksi berdasarkan pesanan, tanpa perencanaan pengembangan usaha jangka panjang. Setelah memperoleh pendampingan, bantuan peralatan, dan akses terhadap program pemberdayaan, beberapa pelaku UMKM mulai mengalami peningkatan kemampuan dalam produksi dan pemasaran. Akan tetapi, perubahan tersebut belum terjadi secara merata karena sebagian masyarakat masih memiliki pola pikir bahwa usaha membutuhkan waktu lama untuk berkembang dan memiliki risiko yang lebih besar dibandingkan pekerjaan lain. Salah satu pelaku UMKM menjelaskan:

> "*Kadang masyarakat ingin usaha cepat berkembang, tetapi ketika hasilnya belum terlihat mereka kurang semangat melanjutkan. Apalagi bertani dianggap lebih pasti karena sudah menjadi pekerjaan sehari-hari."*
> *(Wawancara Pelaku UMKM Jenglungharjo, 2026)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hambatan transformasi digital tidak hanya berasal dari keterbatasan kemampuan teknis, tetapi juga berkaitan dengan orientasi masyarakat terhadap keberlanjutan usaha. Ketika UMKM belum dipandang sebagai pilihan ekonomi jangka panjang, motivasi untuk mempelajari teknologi baru dan melakukan inovasi bisnis menjadi lebih rendah.

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

Kondisi tersebut menyebabkan berbagai program bantuan, pelatihan, dan pendampingan belum sepenuhnya menghasilkan perubahan perilaku usaha. Sebagian masyarakat masih memilih pekerjaan pertanian karena dianggap memberikan kepastian pendapatan dibandingkan menjalankan usaha yang memiliki tingkat ketidakpastian lebih tinggi.

Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, kondisi tersebut menggambarkan hubungan antara struktur sosial dan agensi individu yang belum berjalan secara seimbang. Struktur sosial berupa kebiasaan masyarakat, pengalaman kerja, nilai ekonomi lokal, serta pola pekerjaan yang telah berlangsung lama membentuk cara pandang masyarakat terhadap pilihan usaha. Di sisi lain, agensi pelaku UMKM terlihat melalui kemampuan individu dalam mengambil keputusan, berinovasi, dan melakukan adaptasi terhadap perubahan. Akan tetapi, rendahnya motivasi, keberanian mengambil risiko, serta orientasi pengembangan usaha yang masih terbatas menyebabkan kemampuan agensi belum mampu mengoptimalkan peluang yang tersedia. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat bukan menolak keberadaan teknologi digital, tetapi sebagian belum melihat digitalisasi sebagai kebutuhan strategis untuk pengembangan usaha. Teknologi masih dipandang sebagai alat tambahan, bukan sebagai instrumen untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Anatan, (2023) yang menjelaskan bahwa kesiapan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam menerima perubahan teknologi. Selain itu, Evangeulista et al., (2023) menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital membutuhkan dukungan pendampingan yang berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Penelitian ini memperluas hasil penelitian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa pada konteks UMKM pedesaan, transformasi digital juga dipengaruhi oleh faktor sosial budaya masyarakat. Rendahnya budaya kewirausahaan, kuatnya orientasi terhadap pekerjaan tradisional, dan rendahnya motivasi pengembangan usaha menjadi faktor yang menghambat proses digitalisasi. Oleh karena itu, strategi transformasi digital UMKM tidak cukup hanya dilakukan melalui pemberian fasilitas teknologi, tetapi perlu diarahkan pada pembentukan budaya kewirausahaan melalui peningkatan motivasi, pendampingan berkelanjutan, penguatan kapasitas manajemen usaha, dan perubahan pola pikir masyarakat terhadap pengembangan bisnis.

Rendahnya Penerapan Platform Digital sebagai Hambatan Transformasi Digital UMKM

Pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi pendukung usaha menjadi salah satu strategi penting dalam memperluas akses pasar UMKM. Melalui teknologi digital, pelaku usaha memiliki peluang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta membangun hubungan dengan pelanggan secara lebih cepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan platform digital pada UMKM Desa Jenglungharjo masih belum optimal. Sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan metode pemasaran konvensional melalui pelanggan tetap, rekomendasi masyarakat sekitar, dan komunikasi sederhana menggunakan aplikasi WhatsApp. Sebelum mengenal pemanfaatan platform digital, pemasaran produk UMKM sebagian besar hanya bergantung pada pasar lokal dan pelanggan yang sudah dikenal. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran masih terbatas dan perkembangan usaha sangat bergantung pada permintaan dari lingkungan sekitar. Setelah memperoleh pendampingan mengenai pemanfaatan teknologi digital, sebagian pelaku UMKM mulai menggunakan media komunikasi digital untuk

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

menerima pesanan dan memperkenalkan produk. Akan tetapi, pemanfaatan tersebut masih berada pada tahap awal dan belum berkembang menjadi strategi pemasaran digital yang terintegrasi. Salah satu pelaku UMKM menjelaskan:

> *"Kalau WhatsApp masih bisa digunakan karena mudah, tetapi kalau marketplace belum paham cara mengunggah produk, mengatur pesanan, dan pengiriman."*
> *(Wawancara Pelaku UMKM Jenglungharjo, 2026)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan perangkat digital belum secara otomatis menghasilkan transformasi digital. Sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki telepon pintar dan akses internet, tetapi teknologi tersebut masih lebih banyak digunakan sebagai alat komunikasi dibandingkan sebagai sarana pengembangan bisnis. Rendahnya pemanfaatan platform digital dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan literasi digital, kurangnya pengalaman menggunakan marketplace, keterbatasan waktu untuk membuat konten promosi, serta pola pengelolaan usaha yang masih bersifat keluarga. Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, kondisi tersebut menunjukkan adanya hubungan antara struktur dan agensi yang belum berjalan optimal. Struktur berupa keberadaan teknologi digital, jaringan internet, program pelatihan, dan fasilitas pendukung sebenarnya telah tersedia sebagai sumber daya bagi pelaku UMKM. Akan tetapi, struktur tersebut belum sepenuhnya menghasilkan perubahan karena dipengaruhi oleh kapasitas agensi pelaku usaha. Agensi terlihat melalui kemampuan individu dalam memahami manfaat teknologi, kemauan belajar, serta keputusan untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas bisnis.

Pada konteks UMKM Desa Jenglungharjo, keterbatasan bukan hanya terletak pada akses teknologi, tetapi juga pada kemampuan mengubah teknologi tersebut menjadi strategi usaha. Pelaku UMKM masih membutuhkan pendampingan praktis agar mampu menggunakan platform digital untuk pengelolaan katalog produk, promosi, transaksi, dan hubungan pelanggan. Temuan penelitian ini selaras dengan Wahyuningsih dan Transistari (2026) yang menjelaskan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu hambatan utama dalam optimalisasi teknologi UMKM. Selain itu, Rasenda et al., (2025) juga menunjukkan bahwa kesiapan sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan transformasi digital. Penelitian ini memperluas penelitian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa rendahnya adopsi platform digital pada UMKM pedesaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik usaha yang masih berskala kecil, dikelola keluarga, dan belum memiliki pembagian kerja yang jelas. Oleh karena itu, strategi transformasi digital UMKM perlu diarahkan pada peningkatan literasi digital praktis, pendampingan penggunaan marketplace secara langsung, serta penguatan manajemen usaha agar teknologi dapat memberikan dampak nyata terhadap perkembangan bisnis.

Kendala Transformasi Digital UMKM Pedesaan dalam Perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM Desa Jenglungharjo merupakan proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Hambatan digitalisasi tidak hanya berasal dari aspek teknologi, tetapi juga mencakup aspek kelembagaan, ekonomi, sosial budaya, infrastruktur, dan kapasitas pelaku usaha. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan lima kelompok kendala utama transformasi digital UMKM, yaitu:

P-ISSN: 2988-5353 | E-ISSN: 2988-5361
Vol 4 No 2 (2026) | Page 114-132
DOI: https://doi.org/10.61105/jss.v4i2.529

Tabel 2. Dimensi Kendala

Dimensi Kendala	Bentuk Kendala	Hubungan dengan Struktur dan Agensi
Kelembagaan	Bantuan, pelatihan, dan pendampingan belum dimanfaatkan secara optimal	Struktur tersedia, tetapi agensi pelaku usaha belum sepenuhnya mampu memanfaatkannya
Ekonomi dan produksi	Rendahnya UMKM aktif dan keterbatasan bahan baku	Struktur ekonomi lokal membatasi kemampuan usaha berkembang
Infrastruktur	Keterbatasan akses distribusi dan kondisi geografis	Struktur wilayah memengaruhi peluang pengembangan pasar
Sosial budaya	Rendahnya motivasi usaha dan kuatnya orientasi pekerjaan tradisional	Struktur sosial membentuk pola pikir masyarakat
Digital	Rendahnya penggunaan marketplace dan media sosial	Agensi pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi masih terbatas

Sumber : Analisis Peneliti, 2026

Dalam perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, transformasi digital UMKM terjadi melalui hubungan timbal balik antara struktur dan agensi. Struktur dalam penelitian ini meliputi: 1) kebijakan pemerintah; 2) bantuan sarana produksi; 3)program pelatihan; 4)kondisi geografis; 5)ketersediaan bahan baku; 6) akses teknologi. Sementara itu, agensi meliputi: 1) motivasi usaha; 2) kemampuan beradaptasi, 3)literasi digital; 3)kemauan belajar; 4) kemampuan mengelola usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pendukung sebenarnya telah tersedia, tetapi belum sepenuhnya menghasilkan transformasi digital karena sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan peluang tersebut. Sebaliknya, kemampuan individu juga tidak dapat berkembang secara optimal apabila tidak didukung oleh lingkungan usaha yang memadai. Dengan demikian, keberhasilan transformasi digital UMKM pedesaan tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi oleh keseimbangan antara dukungan struktur dan kemampuan agensi. Temuan penelitian ini memperkuat konsep Giddens bahwa struktur dan agensi tidak dapat dipisahkan karena keduanya saling membentuk dalam praktik sosial. Struktur menyediakan peluang dan batasan, sedangkan tindakan individu menentukan bagaimana peluang tersebut dimanfaatkan. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM pedesaan merupakan proses multidimensi. Digitalisasi tidak hanya membutuhkan perangkat teknologi, tetapi juga membutuhkan perubahan budaya usaha, penguatan kapasitas manusia, dukungan kelembagaan, serta ekosistem ekonomi lokal yang mendukung keberlanjutan UMKM.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa transformasi digital UMKM di Desa Jenglungharjo belum berjalan secara optimal karena dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Hambatan utama meliputi belum optimalnya pemanfaatan dukungan pemerintah desa, rendahnya keaktifan UMKM, keterbatasan bahan baku, kondisi infrastruktur dan aksesibilitas wilayah, rendahnya kesadaran masyarakat dan budaya kewirausahaan, serta rendahnya adopsi platform digital akibat keterbatasan literasi digital dan kemampuan pengelolaan teknologi.

Berdasarkan perspektif Teori Strukturasi Anthony Giddens, peneliti menyimpukan bahwa keberhasilan transformasi digital ditentukan oleh keseimbangan antara struktur, seperti dukungan kelembagaan, infrastruktur, dan akses sumber daya, dengan agensi pelaku UMKM yang mencakup motivasi, kemampuan adaptasi, dan literasi digital. Oleh karena itu, pengembangan UMKM pedesaan perlu dilakukan melalui pendekatan strategi yang tidak hanya pada penyediaan teknologi, tetapi juga mencakup penguatan kapasitas pelaku usaha, pendampingan berkelanjutan, serta kolaborasi multipihak antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan ekosistem digital yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, *2*(1), 27–35. https://doi.org/10.37985/benefit.v2i1.335

Anatan, L. (2023). *Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia*.

Aprillia, D. D., Sianturi, A. P., & Rizal, M. (2026). Transformasi E-Business terhadap Peningkatan Pendapatan Digital melalui Sistem Informasi Manajemen pada UMKM Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, *4*(2), 62–68. https://ejournal.pkmpi.org/index.php/ijess/article/view/361

Asiyah, B. N., Astuti, D., Nurhayati, W., & Oktavia, N. T. (2023). *Peran PLUT-UMKM dalam Proses Pendampingan dan Kerjasama*. *5*(1), 116–122.

Buci Morisson, A. A. H. S. F. (2025). *Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital*. *18*(1), 289–299.

Creswell, J. W. (2021). *Quantitative Inquiry and Research Design*. Sage Publications.

Evangeulista, G., Agustin, A., Pramana, G., Putra, E., Pramesti, T., & Madiistriyatno, H. (2023). *Strategi UMKM dalam Menghadapi Digitalisasi*. *16*.

Fadlan, A., Lubis, R. P., & Sinulingga, K. A. (2023). *The Digitalization of MSMEs in Pelawi Utara District, Langkat Regency: Opportunities and Challenges*. *2*(2), 64–70.

Fathoni, I., & Asfiah, N. (2024). Transformasi Digital Bisnis UMKM di Indonesia Setelah Masa Pandemi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(3), 10219–10236. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11354

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press.

Handini, V. A., & Choiriyati, W. (2021). *Digitalisasi UMKM sebagai Hasil Inovasi dalam Komunikasi Pemasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi COVID-19*.

Hetami, A. A., & Aransyah, M. F. (2021). *Development of Synergistic Between Digitalization MSMEs and Digital Society in Indonesia*. *11*(2), 18–30. https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.econ.en.11.2.1934.2021

Julianto, I. P., Nandra, I. G., Wiguna, H., & Yasa, I. N. P. (2022). *Analysis of the Digitalization of Accounting Information Systems in Supporting the Sustainability of MSMEs During the Pandemic*. *13*, 1277–1284.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia

Kementerian Usaha Mikro dan Menengah Republik Indonesia, K. (2025). Perkembangan Data UMKM Non Pertanian Tahun 2024-2025. In *Sistem Informasi Data Tunggal UMKM (SIDT-UMKM)*. Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. https://satudata.umkm.go.id/

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.

Muhardono, R., Mahmudah, D. A., Tsamara, & Baqo, M. (2023). *Penerapan Digitalisasi UMKM melalui E-Commerce dan Portal Informasi sebagai Strategi Pemasaran Produk*. *4*.

Purnomo, S., Nurmalitasari, N., Nurchim, N., Kurniawati, E., Idris, Osman, S., Wirdiyanti, R., Yusgiantoro, I., Sugiarto, A., Harjanti, A. D., Mambea, I. Y., Soekarno, S., Damayanti, S., Gonzalez-Varona, J. M., Lopez-Paredes, A., Poza, D., Acebes, F., Lokuge, S., Duan, S. X., … Sihwinarti, D. (2024). Digital Transformation of MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review. *Journal of Management and Digital Business*, *4*(2), 301–312. https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121

Putra, A. W. T., & Solechan, A. (2023). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, *9*(1).

Rasenda, M. R., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). *Digitalisasi UMKM: Strategi dan Model Bisnis Berbasis*. *1*(1), 52–59.

Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal for Research in Management*, *7*(1), 95–102. https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Manajemen Accounting, Tax and Production*, *2*(1), 109–118. https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592

Sitompul, P. S., Sari, M. M., Lumban Gaol, C. M. B., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, *2*(2), 9–18. https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i2.487

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tulungagung, B. P. S. K. (2026). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tulungagung 2025*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. https://tulungagungkab.bps.go.id

Wahyuningsih, T. H., & Transistari, R. (2026). *Strategi Digitalisasi dan Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kreatif Perempuan di Kabupaten Sleman Yogyakarta*. *6*, 71–84.

Widhajati, E., & Wulandar, E. (2024). *Strategi Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Tulungagung*.