

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Manajemen Kewirausahaan untuk Meningkatkan Efisiensi Operasional UMKM di Banyuwangi

Yosi Mulyana Pratiwi¹⁾, Shelomita Candra Artamevia²⁾

Akademi Kelautan Banyuwangi^{1,2)}

Email: mulyanayosi@gmail.com¹⁾

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kewirausahaan UMKM di Banyuwangi, khususnya dalam aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, operasional, serta layanan pelanggan. Dengan memanfaatkan berbagai *platform* digital seperti e-katalog lokal, *marketplace*, sistem *point of sale* (POS), serta aplikasi akuntansi berbasis *cloud*, UMKM di Banyuwangi mampu mengoptimalkan proses bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan transparansi dalam pengambilan keputusan. Hasil analisis menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi, produktivitas, dan kualitas layanan UMKM. Namun demikian, beberapa tantangan masih ditemui, seperti literasi digital yang belum merata dan keterbatasan sumber daya. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan pelatihan digital, kolaborasi dengan pemerintah daerah, serta penguatan ekosistem teknologi untuk mendukung keberlanjutan UMKM di era digital.

Kata Kunci

Teknologi Digital; Manajemen Kewirausahaan; Efisiensi Operasional; UMKM Banyuwangi

The development of digital technology offers significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve operational efficiency and business competitiveness. This study aims to analyze the use of digital technology in MSME entrepreneurship management in Banyuwangi, particularly in the areas of marketing, financial management, operations, and customer service. By utilizing various digital platforms such as the local e-catalog, marketplaces, point of sale (POS) systems, and cloud-based accounting applications, MSMEs in Banyuwangi are able to optimize business processes, expand market reach, and enhance transparency in decision-making. The results of the analysis show that the adoption of digital technology contributes significantly to improving MSME efficiency, productivity, and service quality. However, several challenges remain, such as uneven digital literacy and limited resources. This study recommends enhancing digital training, strengthening collaboration with local governments, and developing a more robust technological ecosystem to support the sustainability of MSMEs in the digital era.

Keywords

Digital Technology; Entrepreneurship Management; Operational Efficiency; Banyuwangi MSMEs

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan pada cara usaha direncanakan, dikelola, dan dikembangkan. Transformasi digital tidak hanya menjadi kebutuhan bagi perusahaan besar, tetapi juga menjadi komponen penting dalam manajemen kewirausahaan di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar. Secara teoritis, pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kewirausahaan memberikan landasan yang kuat untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi, efektivitas proses bisnis, serta kemampuan pengambilan keputusan berbasis data. Konsep-konsep seperti digital *entrepreneurship*, *e-business*, dan teori adopsi teknologi menjelaskan bahwa penggunaan teknologi yang tepat mampu mendorong peningkatan produktivitas dan keberlanjutan usaha.

Secara empiris, UMKM di berbagai daerah di Indonesia menunjukkan peningkatan kinerja setelah mengadopsi *platform* digital, baik dalam aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun hubungan pelanggan. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah yang cukup progresif dalam memfasilitasi pelaku UMKM melalui pengembangan ekosistem digital, salah satunya dengan hadirnya e-katalog lokal yang telah memuat ratusan produk UMKM untuk mendukung pengadaan barang dan jasa pemerintah. Kondisi ini mencerminkan adanya peluang nyata bagi pelaku UMKM untuk memperkuat posisi mereka dalam rantai pasok regional. Namun demikian, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan literasi digital, akses teknologi yang belum merata, serta keterampilan manajerial yang perlu ditingkatkan agar pemanfaatan teknologi dapat berjalan optimal.

Kebutuhan untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat diintegrasikan secara efektif dalam manajemen kewirausahaan menjadi semakin mendesak, terutama bagi UMKM di Banyuwangi yang merupakan salah satu penopang ekonomi daerah. Penelitian dan pembahasan mengenai topik ini menjadi penting untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai sejauh mana digitalisasi berkontribusi pada efisiensi operasional, kendala apa saja yang dihadapi, serta strategi yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi teknologi. Oleh karena itu, tulisan ini disusun untuk menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kewirausahaan sebagai upaya meningkatkan efisiensi operasional UMKM di Banyuwangi, serta memberikan dasar teoritis dan empiris yang dapat digunakan sebagai rujukan dalam pengembangan kebijakan dan praktik bisnis di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam pemanfaatan teknologi digital dalam manajemen kewirausahaan UMKM di Banyuwangi serta dampaknya terhadap efisiensi operasional. Rancangan penelitian ini difokuskan pada analisis fenomena yang terjadi di lapangan dengan mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan praktik para pelaku UMKM yang telah atau sedang mengadopsi teknologi digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman kontekstual dan komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun kendala digitalisasi dalam operasional UMKM.

Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Banyuwangi yang memanfaatkan teknologi digital dalam proses bisnisnya, baik pada aspek pemasaran, pengelolaan keuangan, maupun operasional. Adapun sampel penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti UMKM yang telah terdaftar dalam e-katalog lokal, menggunakan *marketplace* atau media sosial sebagai sarana pemasaran, dan mengimplementasikan aplikasi digital seperti POS atau akuntansi berbasis *cloud*. Jumlah informan disesuaikan dengan kebutuhan data hingga mencapai titik saturasi, yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh dianggap cukup dan tidak ditemukan temuan baru.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik atau pengelola UMKM, observasi langsung terhadap proses operasional yang memanfaatkan teknologi digital, serta dokumentasi lapangan. Data sekunder diperoleh dari laporan resmi pemerintah daerah, publikasi akademik, artikel terkait digitalisasi UMKM, dan dokumen pendukung lain yang relevan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi informasi, observasi partisipatif untuk mengidentifikasi praktik nyata di lapangan, dan studi dokumentasi untuk memperkuat analisis.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap reduksi data, informasi yang diperoleh diseleksi, dikategorikan, dan difokuskan sesuai kebutuhan penelitian. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif untuk memudahkan pembaca memahami pola, hubungan, dan temuan utama. Tahap akhir dilakukan dengan menarik kesimpulan secara sistematis berdasarkan data yang telah dianalisis, sehingga menghasilkan gambaran komprehensif mengenai

pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM di Banyuwangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil sampel dan tingkat adopsi teknologi digital

Sampel penelitian terdiri atas pemilik/pengelola UMKM di Banyuwangi yang dipilih secara purposive terutama yang sudah terdaftar di e-katalog lokal, menggunakan *marketplace*, atau menerapkan aplikasi POS/akuntansi *cloud*. Dari dokumen resmi dan laporan daerah, terlihat bahwa e-katalog lokal Banyuwangi telah berhasil mendaftarkan ribuan penyedia; laporan Pemerintah Kabupaten melaporkan ada 1.036 UMKM terlibat dengan total transaksi mencapai Rp581 miliar (laporan transaksi e-katalog 2023/2024). Temuan lapangan konsisten: adopsi awal paling kuat pada usaha kuliner, souvenir, dan produk olahan pangan.

2. Dampak terhadap efisiensi operasional

Berdasarkan wawancara dan observasi, UMKM yang memanfaatkan *platform* digital melaporkan beberapa perbaikan operasional berikut: (a) proses pemasaran dan penerimaan pesanan menjadi lebih cepat karena integrasi dengan *marketplace*/medsos; (b) pencatatan transaksi dan pembukuan menjadi lebih rapi ketika menggunakan aplikasi akuntansi sederhana; (c) proses penawaran ke pemerintah (pengadaan) menjadi lebih terstruktur lewat e-katalog sehingga mengurangi waktu administrasi dan meningkatkan peluang kontrak. Perbaikan ini sejalan dengan data transaksi e-katalog yang menandakan peningkatan penetrasi pasar pemerintah terhadap produk lokal. Namun, efek numerik (mis. persentase pengurangan waktu proses atau kenaikan margin) bervariasi antar usaha dan bergantung pada tingkat integrasi teknologi serta kapasitas manajerial.

3. Peran infrastruktur dan inisiatif lokal (ekosistem pendukung)

Pemerintah kabupaten dan institusi pendidikan/mitra lokal aktif memfasilitasi digitalisasi, misalnya pendampingan untuk registrasi e-katalog, pelatihan digital marketing, dan kolaborasi akademik untuk mengembangkan *platform* e-catalog/web *marketplace* lokal. Inisiatif baru termasuk pengembangan *website* e-katalog/*marketplace* berbasis lokal dan program edukasi berbasis teknologi (termasuk pilot penggunaan aplikasi AI dalam pemberdayaan UMKM di desa), yang menunjukkan adanya dukungan institusional kuat untuk mempercepat adopsi.

4. Kendala utama yang ditemui

Dari hasil wawancara dan observasi, kendala yang paling sering muncul adalah: (a) literasi digital yang belum merata—banyak pelaku usaha masih bergantung pada perantara untuk mengelola toko *online*; (b) keterbatasan akses modal untuk berinvestasi pada perangkat keras/perangkat lunak yang lebih baik; (c)

hambatan administratif/sertifikasi produk untuk memenuhi syarat pengadaan (meskipun telah disederhanakan oleh kebijakan LKPP); dan (d) kapasitas manajerial terbatas untuk memanfaatkan data analitik atau fitur lanjutan aplikasi. Beberapa program pelatihan telah dilaksanakan, tetapi cakupan dan kualitas pelatihan masih perlu ditingkatkan agar efeknya merata.

5. Temuan khusus tentang integrasi teknologi lanjutan (AI dan edukasi digital)

Studi kasus implementasi aplikasi edukasi berbasis AI dan integrasi dengan *website* e-katalog pada tingkat desa (contoh: program PASEBAN KAWIS di Desa Kalibaru Manis) menunjukkan bahwa teknologi edukasi dapat mempercepat kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola listing produk, fotografi produk, dan strategi pemasaran digital. Hasil awal menandakan peningkatan keterampilan pemasaran digital sekaligus kemampuan pemilik usaha untuk mengelola katalog *online* secara mandiri. Temuan ini mendukung rekomendasi penggunaan teknologi pembelajaran (edtech) untuk mempercepat literasi digital UMKM.

6. Analisis temuan (sintesis kualitatif-kuantitatif)

- a. Secara kuantitatif, bukti peningkatan transaksi melalui e-katalog (Rp581 miliar) menunjukkan kontribusi nyata digitalisasi pada penetrasi pasar pemerintah ke produk lokal; ini merupakan indikator ekonomi yang mendukung klaim peningkatan efisiensi pemasaran dan permintaan.
- b. Secara kualitatif, narasi pelaku usaha menggambarkan pengurangan beban administrasi, percepatan order-to-delivery pada segmen tertentu, dan peningkatan keterlihatan produk sebagai dampak adopsi digital. Namun, perbedaan kapasitas antar UMKM menyebabkan hasil tidak homogen—yang terintegrasi penuh merasakan manfaat jauh lebih besar dibanding yang hanya menggunakan *platform* dasar.

7. Implikasi praktis dan rekomendasi berbasis temuan

Berdasarkan temuan, rekomendasi yang muncul antara lain:

- a. Perluasan program pelatihan terstruktur (termasuk modul praktis pengelolaan e-katalog, akuntansi digital, dan pemasaran media sosial) dengan indikator capaian yang jelas.
- b. Subsidi atau skema hibah mikro untuk membantu UMKM berinvestasi pada perangkat/layanan digital dasar (POS, kamera untuk foto produk, koneksi internet stabil).
- c. Pemberdayaan agen digital lokal (digital champion) yang menjadi perantara teknis sekaligus mentor bagi kelompok UMKM di tingkat desa/kelurahan.
- d. Penguatan integrasi antara e-katalog lokal dan *marketplace* sehingga UMKM bisa menjangkau pembeli retail sekaligus pembeli institusional.

- e. Pengembangan modul edukasi berbasis AI untuk skala pelatihan mandiri dan kustomisasi materi sesuai sektor usaha karena bukti awal menunjukkan efektivitas model ini pada peningkatan keterampilan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM di Banyuwangi, terutama melalui penggunaan e-katalog lokal, *marketplace*, aplikasi *point of sale*, serta sistem akuntansi berbasis *cloud*. Adopsi teknologi tersebut terbukti membantu UMKM mempercepat proses administrasi, mempermudah pemasaran, meningkatkan akurasi pencatatan keuangan, serta memperluas akses pasar, termasuk pada pengadaan barang dan jasa pemerintah daerah. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi secara lebih komprehensif merasakan manfaat yang lebih signifikan dibandingkan pelaku usaha yang hanya menggunakan fitur digital dasar. Meskipun demikian, tantangan yang muncul seperti keterbatasan literasi digital, akses teknologi yang belum optimal, dan kapasitas manajerial yang berbeda-beda membuat hasil pemanfaatan teknologi belum merata di seluruh sektor UMKM.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada ekosistem pendukung seperti pelatihan, pendampingan teknis, dan kebijakan pemerintah daerah yang konsisten. Penguatan kapasitas digital, penyederhanaan proses administrasi, serta fasilitasi pengembangan kompetensi manajerial merupakan langkah penting untuk memastikan penerapan teknologi dapat berjalan berkelanjutan. Ke depan, penelitian lanjutan dapat dikembangkan melalui pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak digitalisasi secara lebih terukur, misalnya melalui analisis perubahan efisiensi biaya, waktu operasional, atau peningkatan penjualan sebelum dan sesudah adopsi teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya menjawab kebutuhan pemahaman mengenai peran teknologi digital dalam manajemen kewirausahaan, tetapi juga memberikan dasar bagi perumusan strategi penguatan UMKM di era transformasi digital.

REFERENSI

- Daulani, A. (2025). *Digital entrepreneurship sebagai strategi peningkatan UMKM*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Inovasi, (volume belum disebut).
- Dwiputri, I. N., Permana, Y. H., & Prastiwi, L. F. (2025). Driving digital adoption within small business: A study case of Indonesia Micro-Small-Medium

-
- Enterprises. *Jurnal Economia*, 21(2), 304-315.
<https://doi.org/10.21831/economia.v21i2.67494>
- Fachrurazi, F. (2024). Pengaruh penerapan digital *entrepreneurship* pada pelaku UMKM terhadap peningkatan penjualan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 908-919. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1400>
- Maimuna, F. F. (2024). Transformasi digital dalam kewirausahaan: Analisis faktor-faktor yang mendorong dan menghambat pada sektor UMKM. *Simetris: Jurnal Teknik Informatika*.
- Ramadhani, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing di era ekonomi digital. *Journal of Contemporary Accounts*.
- Rusti, N. (2023). Digitalisasi pemasaran dan pencatatan keuangan pada UMKM. *PPM: Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*.
- Yulianto, R., & Anam, C. (2022, Agustus). Perancangan user interface e-katalog produk UMKM di Banyuwangi berbasis mobile. In *Seminar Nasional CORISINDO, 11 Agustus 2022*. Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Banyuwangi.
- Libatkan 1.036 UMKM dengan transaksi capai Rp 581 miliar di e-katalog Banyuwangi raih Procurement Award 2024". (2024). Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. <https://banyuwangikab.go.id/berita/libatkan-1036-umkm-dengan-transaksi-capai-rp581-miliar-di-e-katalog-banyuwangi-raih-procurement-award-2024>
- Katalog Elektronik Lokal Kabupaten Banyuwangi". (2023). Bagian Pengadaan Barang dan Jasa Sekretariat Daerah Kabupaten Banyuwangi. https://ukpbj.banyuwangikab.go.id/berita_detail/katalog-elektronik-lokal-kabupaten-banyuwangi.html