

FAKTOR PENGHAMBAT DIGITALISASI PEMASARAN DAN KEUANGAN UMKM DI KABUPATEN SITUBONDO

Ahmat Muniril Ihsan
ahmatmuniril1412@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Moch. Nabil Quraisy
nabil779nabil@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Donny Anugrah Putra
donnyputra657@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Inayatul Masruro
inayatulmasruro807@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

Digital transformation has become a crucial driver for strengthening the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. Nevertheless, the process of digitalizing marketing and financial management among MSMEs in Situbondo Regency continues to face multiple structural and behavioral challenges. This study aims to analyze the key factors hindering digitalization, focusing on five main aspects: human resources and digital literacy, infrastructure and technology, the development of online marketing, local government support, and barriers to financial digitalization. A qualitative descriptive method was employed, referring to the theoretical frameworks. Data were collected through document review, and an extensive literature study from academic journals, statistical reports, and government publications. The data analysis followed the stages of reduction, presentation, and interpretation to derive an in-depth understanding of MSME digitalization barriers within the local socio-economic context. The findings reveal that low levels of digital and financial literacy, limited internet infrastructure, outdated technological devices, and the absence of consistent government mentoring programs remain the dominant obstacles to digital transformation. Furthermore, online marketing practices are still basic, and financial digitalization is constrained by limited trust in data security and inadequate knowledge of digital payment systems. These results highlight that successful digital transformation requires more than technological readiness—it demands human-capital strengthening, equitable infrastructure, continuous capacity-building, and collaborative governance involving government, academia, private sectors, and communities to foster an inclusive and sustainable MSME digital ecosystem in Situbondo Regency.

Keyword: *Digitalization of MSMEs; Digital Literacy; Infrastructure and Technology; Online Marketing; Financial Digitalization; Local Government Support*

I.I. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi elemen krusial dalam perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, dengan literasi digital dan kualitas sumber daya manusia (SDM) sebagai fondasi utama. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa literasi digital

dan manajemen strategis saling melengkapi dalam memperkuat daya saing UMKM di wilayah terpencil (Avista, Sekar Langit & Mashudi, 2025). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM dan literasi digital menjadi prasyarat penting agar UMKM dapat memanfaatkan

teknologi dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan secara efektif.

Ketersediaan infrastruktur teknologi seperti konektivitas internet dan perangkat digital turut memainkan peran penting dalam digitalisasi UMKM. Penelitian terkini mengungkap bahwa keterbatasan akses terhadap infrastruktur dan rendahnya literasi digital menjadi hambatan utama bagi strategi digitalisasi UMKM (Maharani et al., 2025). Teori kesenjangan digital (*digital divide*) juga menegaskan bahwa ketimpangan akses teknologi antarwilayah dapat menghambat kemampuan usaha kecil untuk beradaptasi dengan ekonomi digital (Norris, 2001: 44 - 45). Oleh karena itu, pemerataan infrastruktur teknologi merupakan langkah strategis bagi inklusi digital UMKM di seluruh wilayah termasuk Kabupaten Situbondo.

Pemasaran daring (*online*) telah memberikan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Studi terbaru mencatat bahwa digitalisasi pemasaran di Indonesia berkembang pesat, namun penetrasi di wilayah tertentu masih rendah (Anisah, Friska & Hidayatullah, 2024). Di tingkat kabupaten seperti Situbondo, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa strategi digitalisasi pemasaran harus disesuaikan dengan karakteristik lokal dan tantangan spesifik di lapangan. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman kontekstual terhadap kondisi pemasaran online di Situbondo agar strategi digitalisasi yang diterapkan lebih sesuai.

Pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam mendorong digitalisasi UMKM melalui program pelatihan, pendampingan, dan regulasi pendukung. Penelitian terkini mengatakan bahwa meskipun program telah digulirkan, masih terdapat kesenjangan antara kebijakan dan implementasi di tingkat operasional (Hapiz et al., 2025). Dengan demikian, evaluasi atas dukungan pemerintah daerah menjadi aspek penting dalam percepatan digitalisasi UMKM secara inklusif. Tanpa sinergi yang memadai, potensi transformasi digital bisa terhambat oleh pelaksanaan yang tidak optimal.

Meskipun potensi digitalisasi sangat besar, pelaku UMKM masih menghadapi beragam hambatan dalam aspek pemasaran dan keuangan. Penelitian Kurnia & Indriani (2025) mengidentifikasi bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan hambatan finansial menjadi faktor penghambat utama dalam transformasi digital UMKM di Indonesia. Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor faktor penghambat digitalisasi pemasaran dan keuangan UMKM di Kabupaten Situbondo, sebagai dasar rekomendasi strategi yang relevan dengan kondisi lokal.

II. TINJAUAN PUSTAKA SDM dan Literasi Digital

Sumber daya manusia (SDM) yang kompeten secara digital menjadi prasyarat mutlak bagi proses digitalisasi dalam konteks UMKM. Sebagaimana dikemukakan oleh (Van

Deursen dan Helsper, 2018:71-72), literasi digital mencakup kemampuan teknis, kognitif, dan evaluatif dalam memanfaatkan media serta teknologi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa pencapaian digitalisasi bukan hanya tentang kepemilikan perangkat, tetapi juga terkait dengan kualitas SDM dalam mengelola teknologi secara produktif. Dalam konteks UMKM Indonesia, penelitian terbaru menunjukkan bahwa literasi digital dan keuangan memiliki peran signifikan terhadap produktivitas dan intensitas pemasaran usaha mikro-kecil (Sakti, Azzahra, & Putri, 2025).

Literasi digital bagi pelaku UMKM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan individual, tetapi juga dengan orientasi organisasi dan lingkungan usaha. Sebuah studi mengungkap bahwa literasi digital pemimpin UMKM secara langsung berpengaruh terhadap tingkat adopsi teknologi digital dalam operasional bisnis mereka (Destrian & Sudarma, 2024). Hal ini sejalan dengan pandangan knowledge-based view (KBV) yang dikemukakan oleh (Grant dan Phene, 2022:113-114), bahwa pengetahuan dan keterampilan merupakan aset strategis organisasi yang dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Dengan demikian, peningkatan literasi digital SDM UMKM perlu diiringi dengan kesadaran strategis serta dukungan pelatihan terarah guna memperkuat kemampuan adaptasi terhadap teknologi.

Selain literasi digital, kompetensi keuangan digital juga merupakan dimensi penting dalam

peningkatan kapasitas SDM UMKM. Literasi keuangan memungkinkan pelaku usaha memahami serta menggunakan instrumen finansial digital secara efektif untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja usaha (Rahmawati, Suharto, & Nasir, 2023). Dengan demikian, program peningkatan SDM untuk UMKM harus mencakup pelatihan literasi digital dan finansial secara terpadu agar transformasi digital berjalan secara holistik. SDM yang unggul bukan hanya mampu mengoperasikan aplikasi digital, tetapi juga mengelola transaksi dan data keuangan secara bijaksana serta berorientasi jangka panjang.

Ketimpangan kemampuan digital antarwilayah dan antarpelaku UMKM masih menjadi hambatan nyata dalam proses digitalisasi. Konsep digital divide yang diperkenalkan oleh (Van Dijk, 2005:33-34) dan diperluas oleh (Van Deursen & Helsper, 2017:298-299) menjelaskan bahwa walaupun akses teknologi semakin luas, perbedaan dalam keterampilan dan hasil tetap terjadi. Penelitian literatur oleh Purnomo, Nurmalitasari, dan Nurchim (2024) juga menegaskan bahwa meskipun infrastruktur berkembang, literasi digital SDM masih menjadi faktor penghambat utama dalam adaptasi teknologi UMKM. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang berfokus pada peningkatan kapasitas SDM dan literasi digital sebagai langkah strategis menjembatani kesenjangan tersebut.

Dalam konteks transformasi digital, literasi digital dan kualitas

SDM berperan sebagai determinan factors yang menentukan keberhasilan adopsi teknologi. (Porter, 1985: 71-72) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu entitas sangat ditentukan oleh kemampuan internal dalam memanfaatkan sumber daya strategis. Dalam hal ini, kemampuan SDM untuk memahami, mengadaptasi, dan mengoptimalkan teknologi digital menjadi fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM. Penelitian oleh (Sakti et al. 2025) menegaskan bahwa literasi digital tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperluas peluang inovasi dan akses pasar. Namun demikian, ketimpangan literasi dan keterbatasan pelatihan di tingkat lokal masih memperlihatkan kesenjangan adaptasi di daerah seperti Kabupaten Situbondo. Oleh karena itu, analisis mengenai SDM dan literasi digital dalam konteks lokal menjadi relevan untuk menemukan pola penguatan kapasitas yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan nyata pelaku UMKM.

Infrastruktur dan Teknologi

Infrastruktur dan teknologi merupakan fondasi utama yang menentukan keberhasilan proses digitalisasi pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut (Norris, 2001:44-45), kesenjangan digital tidak hanya disebabkan oleh perbedaan akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh kemampuan suatu wilayah dalam menyediakan sarana pendukung teknologi informasi dan komunikasi. Ketersediaan jaringan internet, perangkat digital, serta biaya akses

menjadi faktor esensial dalam mempercepat atau memperlambat proses transformasi digital. Penelitian Maharani, (Sugiarto, dan Permana 2025) menunjukkan bahwa keterbatasan infrastruktur digital berimplikasi langsung terhadap lambatnya adopsi teknologi di kalangan pelaku UMKM di daerah rural Indonesia. Oleh karena itu, infrastruktur yang inklusif dan merata menjadi keharusan agar potensi digitalisasi dapat diakses secara setara oleh seluruh pelaku usaha.

Pembangunan infrastruktur digital juga harus diiringi dengan kesiapan teknologi yang relevan dengan kebutuhan UMKM. (Rogers, 2003:43-44) dalam teori Diffusion of Innovation menegaskan bahwa keberhasilan adopsi teknologi bergantung pada tingkat kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) oleh pengguna. Dalam konteks UMKM, infrastruktur teknologi bukan sekadar soal ketersediaan jaringan, tetapi juga mencakup ekosistem aplikasi, platform, dan dukungan teknis yang mampu memfasilitasi kegiatan bisnis digital secara efisien. Studi oleh (Rahardjo dan Lestari 2024) menegaskan bahwa kualitas infrastruktur yang berorientasi pada kebutuhan pelaku usaha akan mempercepat penetrasi pasar digital di tingkat lokal.

Lebih jauh, pembangunan infrastruktur digital yang tidak merata berpotensi memperdalam kesenjangan ekonomi dan sosial antarwilayah. Menurut (Porter, 1990:77-78), daya saing suatu wilayah ditentukan oleh

kemampuan untuk menyediakan faktor-faktor produksi yang efisien dan adaptif terhadap perubahan teknologi. Jika infrastruktur tidak mendukung, maka pelaku UMKM akan sulit berinovasi dan bersaing di pasar digital yang semakin dinamis. Penelitian oleh (Handini dan Choiriyati 2024) juga menunjukkan bahwa daerah dengan tingkat konektivitas rendah cenderung memiliki indeks kinerja UMKM yang stagnan, terutama dalam hal pemasaran online dan integrasi sistem keuangan digital. Dengan demikian, investasi infrastruktur digital perlu diprioritaskan sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing daerah.

Selain aspek fisik, kesiapan teknologi juga mencakup kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi perangkat lunak dan sistem digital yang sesuai dengan skala usahanya. Menurut (Schumpeter, 1934:88-89), inovasi tidak hanya muncul dari penemuan teknologi baru, tetapi juga dari kemampuan menggabungkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan efisiensi dan nilai tambah. Dalam konteks ini, UMKM memerlukan dukungan berupa pelatihan teknologi, pendampingan teknis, dan akses terhadap aplikasi digital yang relevan. Studi terbaru oleh Pranitasari, (Suriawinata, dan Adyarini 2025) memperkuat pandangan ini dengan menegaskan bahwa teknologi yang sesuai kebutuhan akan meningkatkan produktivitas sekaligus menekan biaya operasional pelaku usaha kecil.

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan, penulis berpendapat

bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur fisik dan teknologi digital semata, tetapi juga oleh sejauh mana pelaku usaha mampu mengintegrasikan infrastruktur tersebut dalam aktivitas bisnis mereka secara berkelanjutan. Infrastruktur yang merata akan kehilangan makna apabila tidak disertai dengan kesiapan sosial dan budaya digital di kalangan pelaku UMKM. Dalam konteks Kabupaten Situbondo, keterbatasan jaringan dan fasilitas teknologi sering kali bukan sekadar masalah teknis, melainkan cerminan dari kurangnya ekosistem kolaboratif antara pemerintah daerah, penyedia teknologi, dan komunitas pelaku usaha. Dengan demikian, infrastruktur dan teknologi seharusnya dipahami bukan hanya sebagai alat pendukung, tetapi sebagai sistem adaptif yang menuntut sinergi antarpemangku kepentingan agar transformasi digital UMKM dapat terwujud secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Dukungan Pemerintah Daerah

Peran pemerintah daerah dalam mendukung digitalisasi UMKM memiliki posisi strategis sebagai fasilitator, regulator, dan akselerator kebijakan ekonomi digital. Menurut Hapiz, (Septia, dan Aprilianti 2025), kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM digital berfokus pada tiga aspek utama, yakni peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur teknologi, dan penyediaan pelatihan berbasis kebutuhan pelaku usaha. Pemerintah daerah yang aktif menjalankan fungsi koordinatif dan adaptif terbukti

mampu meningkatkan tingkat adopsi teknologi digital di sektor UMKM hingga 35 persen dalam dua tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan kebijakan yang terarah dapat mempercepat proses transformasi digital secara signifikan.

Selain peran strategis, efektivitas dukungan pemerintah daerah juga ditentukan oleh keberhasilan implementasi program di lapangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Arbani 2025) menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pemerintah daerah telah meluncurkan program “UMKM Go Digital”, masih terdapat kesenjangan antara perencanaan dan pelaksanaan. Keterbatasan sumber daya manusia, lemahnya mekanisme evaluasi, serta kurangnya sinergi antarinstansi menjadi faktor penghambat dalam optimalisasi kebijakan. Sejalan dengan temuan tersebut, (Mutiara dan Rahmadani 2024) menegaskan bahwa pelaksanaan kebijakan digitalisasi UMKM sering kali terhambat oleh koordinasi yang lemah antara pemerintah daerah dan pelaku usaha, sehingga dampaknya belum sepenuhnya terasa di sektor mikro dan pedesaan.

Lebih lanjut, dukungan pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan pendampingan digital terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan literasi teknologi pelaku UMKM. Sebuah studi oleh (Restuning 2024) menyatakan bahwa program pelatihan digital yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah berpengaruh langsung terhadap kemampuan pelaku

usaha dalam menggunakan platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan digital. Penelitian tersebut memperlihatkan adanya peningkatan hingga 40 persen dalam kemampuan digital pelaku UMKM pascapelatihan. Sementara itu, penelitian (Kurniawan dan Siregar 2025) menambahkan bahwa keberhasilan pelatihan digital sangat bergantung pada kesesuaian materi dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM di wilayah masing-masing.

Dalam konteks penguatan daya saing, dukungan pemerintah daerah juga mencakup kebijakan insentif dan kemitraan strategis dengan sektor swasta untuk memperluas akses pasar digital. Hasil riset yang dilakukan oleh (Prasetyo dan Handayani 2025) menunjukkan bahwa pemerintah daerah yang menerapkan model kolaboratif antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta berhasil meningkatkan adopsi teknologi hingga 52 persen di kalangan UMKM binaan. Model ini dikenal sebagai pendekatan quadruple helix, yang menekankan pentingnya sinergi lintas sektor untuk memperkuat ekosistem digital daerah. Dengan demikian, studi-studi tersebut menegaskan bahwa kebijakan daerah yang bersifat inklusif dan adaptif menjadi faktor penting dalam mempercepat transformasi digital UMKM di Indonesia.

Hambatan Digitalisasi dan Keuangan UMKM

Digitalisasi pemasaran dan keuangan pada UMKM menghadapi hambatan yang bersifat struktural dan sistemik. Sebagaimana diungkapkan melalui kajian sistematis oleh

(Krismajayanti, Darma, Mahyuni, & Martini 2024), hambatan utama bagi transformasi digital UMKM meliputi kendala individual (seperti literasi dan motivasi), teknis (kemampuan digital, infrastruktur), serta organisasi dan budaya (budaya digital, manajemen perubahan). Kajian tersebut menunjukkan bahwa faktor-internal dan eksternal saling terkait sehingga memperlambat proses adopsi teknologi digital dalam skala UMKM. Dalam konteks pemasaran digital, tinjauan oleh (Irrjems 2024) mengemukakan bahwa banyak UMKM di Indonesia yang belum memanfaatkan secara optimal media sosial, e-commerce, atau aplikasi keuangan digital karena keterbatasan kapasitas internal dan orientasi strategis yang belum terbentuk.

Lebih khusus, dalam aspek keuangan digital, penelitian terbaru oleh (Gunawan & Tasrim 2025) menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan dan rendahnya keterhubungan antara literasi finansial dan transformasi digital menjadi hambatan signifikan bagi keberlanjutan UMKM. Mereka mencatat bahwa banyak pelaku usaha mikro yang belum memiliki catatan keuangan digital, belum mengenal aplikasi keuangan dengan baik, atau ragu terhadap keamanan transaksi digital. Fenomena ini konsisten dengan studi yang menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital pada UKM dipengaruhi oleh persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan nilai tambah yang dirasakan (Barriers to digital payment adoption, 2024). Hal-hal tersebut menggambarkan bahwa

hambatan finansial bukan hanya soal modal, tetapi juga soal akses, kapabilitas, dan kepercayaan terhadap teknologi serta sistem keuangan digital.

Kendala lainnya muncul dalam aspek pemasaran digital, di mana UMKM sering menghadapi persaingan global dan perubahan pola konsumen yang cepat tanpa dukungan internal yang memadai. Studi Loso Judijanto, (Suwandana & Paramita 2024) menyoroti bahwa hambatan bagi transformasi digital UMKM termasuk pula model bisnis yang belum diperbarui, kurangnya integrasi data, dan proses bisnis yang masih manual. Mereka menemukan bahwa hingga saat ini, banyak UMKM masih mengandalkan metode tradisional dan belum sepenuhnya mengintegrasikan teknologi digital ke dalam aktivitas pemasaran dan keuangan. Dalam kerangka teori inovasi, (Rogers 2003: 43-44) menyebut bahwa adopsi inovasi terjadi melalui tahapan yang memerlukan kesadaran, minat, keputusan, implementasi, dan konfirmasi, sehingga bila proses tersebut terhambat di salah satu tahap maka adopsi tidak akan berhasil.

Secara mendalam, hambatan eksternal seperti regulasi, dukungan kebijakan, serta ekosistem digital juga memegang peranan penting. Menurut penelitian Extended IBCDE Framework oleh (Matar, et.al 2025) yang mengkaji adopsi digital pada UKM, ditemukan bahwa hambatan monetisasi data, kerangka regulasi yang belum mendukung, dan keterbatasan kemitraan teknologi menjadi hambatan signifikan bagi

digitalisasi. Faktor kebijakan, biaya adopsi, dan peran mitra dagang termasuk dalam variabel kunci yang menentukan keterlambatan digitalisasi (Abdullah, et. all 2024). Dalam konteks keuangan digital, hambatan dari lingkungan eksternal seperti regulasi pembayaran, keamanan data, dan infrastruktur sistem keuangan digital turut membatasi kemampuan UMKM untuk bertransaksi secara digital secara optimal.

Berdasarkan rangkaian teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis menyimpulkan bahwa hambatan digitalisasi pemasaran dan keuangan UMKM bersifat multidimensi dan saling terkait, meliputi aspek individual (literasi, kapabilitas), organisasi (model bisnis, proses), teknologi (infrastruktur, sistem), dan lingkungan eksternal (kebijakan, kemitraan). Dalam konteks lokal seperti Kabupaten Situbondo, hambatan-hambatan ini kemungkinan besar berwujud dalam bentuk gap literasi digital, koneksi yang belum optimal, dan sistem keuangan digital yang belum terintegrasi penuh. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis tidak hanya jenis hambatan yang ada, tetapi juga bagaimana interaksi antar hambatan tersebut mempengaruhi tingkat adopsi digital secara keseluruhan, sehingga dapat merumuskan strategi intervensi yang tepat dan terarah bagi UMKM di Situbondo.

II.III. METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk

menelaah faktor-faktor yang menghambat digitalisasi pemasaran dan keuangan pada UMKM di Kabupaten Situbondo. Pendekatan ini dipilih karena mampu menyajikan pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial yang tidak dapat direduksi hanya dalam bentuk angka. (Ferdinand, 2006:24-25) menjelaskan bahwa metode kualitatif deskriptif bertujuan menggambarkan fenomena secara sistematis dengan mengutamakan pemaknaan, konteks, serta karakteristik subjek penelitian. Berdasarkan pandangan tersebut, pendekatan ini memberikan ruang bagi peneliti untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai hambatan digitalisasi yang dialami pelaku UMKM berdasarkan kondisi empiris di lapangan.

Data penelitian dihimpun melalui observasi, penelaahan dokumen, dan kajian literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta teori-teori relevan. Observasi dilakukan untuk melihat langsung bagaimana proses digitalisasi berlangsung pada UMKM, sementara analisis dokumen ditujukan untuk menelaah laporan serta temuan penelitian sebelumnya. (Ghozali, 2018:4-5) menyatakan bahwa data kualitatif bersifat naturalistik dan tidak mengandalkan analisis statistik, sehingga pengumpulan data melalui observasi lapangan dan studi dokumen menjadi penting untuk memperoleh pemahaman faktual terhadap fenomena yang diteliti. Selain itu, kajian literatur digunakan untuk memperkuat analisis dengan dukungan teori dan penelitian terkini sehingga

data yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan valid.

Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan mengikuti model analisis kualitatif. Prosedur ini selaras dengan pandangan (Ferdinand,2006:55-56) yang menyebutkan bahwa analisis kualitatif merupakan upaya mengorganisir data secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna. Setiap temuan yang diperoleh dari observasi dan dokumen diseleksi, dikategorikan, dan dianalisis hingga menghasilkan pemahaman mendalam mengenai hambatan digitalisasi yang muncul pada UMKM. Tahap interpretasi dilakukan secara cermat dengan merujuk pada (Ghozali,2018:12), yang menekankan bahwa analisis kualitatif harus mempertimbangkan konteks dan keterhubungan antar data agar menghasilkan kesimpulan yang logis, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, metode ini menjadi fondasi metodologis yang kuat untuk menjelaskan fenomena hambatan digitalisasi yang menjadi fokus penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN SDM dan Literasi Digital

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa tingkat literasi digital pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Situbondo masih tergolong menengah ke bawah. Observasi lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha hanya menggunakan aplikasi digital dasar,

seperti WhatsApp dan Facebook, tanpa menerapkan strategi pemasaran digital yang terstruktur. Temuan ini selaras dengan laporan Google-Temasek-Bain (2024) yang menyatakan bahwa 57% UMKM di Indonesia belum memiliki kompetensi digital dasar. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) memperkuat hal tersebut dengan mencatat bahwa tingkat adopsi keterampilan digital lanjutan pada UMKM nasional hanya mencapai 23,4%.

Keterbatasan tersebut semakin nyata ketika pelaku UMKM belum mampu mengoptimalkan platform digital, seperti marketplace, aplikasi pencatatan keuangan, serta layanan pembayaran digital. Rendahnya literasi digital menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur lanjutan, termasuk promosi digital, analitik pemasaran, dan manajemen keuangan berbasis aplikasi. Kondisi serupa juga ditemukan di wilayah rural lain di Indonesia, yang mengindikasikan adanya kesenjangan kemampuan digital yang signifikan antara kawasan urban dan non-urban.

Temuan ini konsisten dengan teori literasi digital yang dikemukakan Van Deursen dan Helsper (2018), yang menekankan bahwa literasi digital meliputi dimensi teknis, evaluatif, serta kemampuan pemecahan masalah digital. Selain itu, fenomena ini mencerminkan konsep “third-level digital divide” sebagaimana diuraikan Van Dijk (2005), di mana pelaku usaha telah memiliki akses terhadap teknologi namun belum mampu

memanfaatkannya untuk meningkatkan nilai ekonomi. Oleh karena itu, sumber daya manusia dan literasi digital merupakan faktor fundamental yang menghambat optimalisasi digitalisasi UMKM di Situbondo.

Infrastruktur dan Teknologi

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa infrastruktur digital di Kabupaten Situbondo belum terdistribusi secara merata dan masih menghadapi hambatan yang cukup berat. Beberapa kecamatan mencatat koneksi internet yang tidak stabil dengan kecepatan rata-rata berkisar 13–18 Mbps, sebagaimana didokumentasikan dalam laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) untuk kawasan rural Jawa Timur. Di samping itu, sebagian besar pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih mengandalkan perangkat yang tidak mendukung aplikasi digital terkini, yang pada akhirnya menghalangi proses digitalisasi secara keseluruhan.

Keterbatasan jaringan dan perangkat tersebut memberikan dampak langsung terhadap kemampuan UMKM dalam mengakses berbagai layanan digital, termasuk platform e-commerce, sistem pembayaran digital, serta aplikasi pengelolaan usaha. Kondisi infrastruktur yang belum memadai menyebabkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi operasional berbasis digital, khususnya pada saat volume transaksi mengalami peningkatan. Akibatnya, UMKM

cenderung mempertahankan metode konvensional yang dinilai lebih dapat diandalkan, meskipun kurang efisien dalam jangka panjang.

Temuan ini sejalan dengan teori digital divide yang diuraikan Norris (2001), yang menyatakan bahwa kesenjangan teknologi timbul karena perbedaan akses dan kualitas infrastruktur antarwilayah. Penelitian Maharani et al. (2025) turut memperkuat argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa keterbatasan jaringan serta biaya akses internet merupakan penghalang utama bagi UMKM di wilayah rural. Dari sudut pandang teori difusi inovasi Rogers (2003), infrastruktur yang belum memadai mengurangi persepsi mengenai kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan (*perceived usefulness and ease of use*), sehingga tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM di Situbondo tetap berada pada level rendah.

Perkembangan Pemasaran Online di Kabupaten Situbondo

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran online oleh pelaku UMKM di Kabupaten Situbondo masih berada pada tahap awal. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan media sosial dasar seperti WhatsApp Business dan Facebook untuk menjangkau pembeli, sementara penggunaan marketplace seperti Shopee maupun Tokopedia relatif sedikit. Kondisi ini sejalan dengan laporan Asosiasi E-Commerce Indonesia (2024), yang menyatakan bahwa kontribusi UMKM pedesaan terhadap transaksi marketplace

nasional baru mencapai 14%, menunjukkan rendahnya tingkat penetrasi digital di wilayah rural.

Keterbatasan adopsi pemasaran online tersebut turut dipengaruhi oleh minimnya literasi digital, terutama dalam hal strategi pemasaran, pemanfaatan fitur promosi, serta pengelolaan konten yang menarik. Observasi juga memperlihatkan bahwa sebagian UMKM belum memahami cara mengelola akun bisnis secara konsisten atau memanfaatkan fitur analitik yang tersedia pada platform digital. Akibatnya, aktivitas pemasaran online sering kali tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil studi Anisah et al. (2024), yang menegaskan bahwa perkembangan pemasaran digital UMKM dipengaruhi oleh kapasitas pelaku dalam menguasai teknologi dan mengikuti pelatihan yang relevan. Kondisi tersebut juga searah dengan perspektif Knowledge-Based View (Grant & Phene, 2022), yang menyatakan bahwa keunggulan bisnis bergantung pada kemampuan mengelola dan menerapkan pengetahuan. Dengan demikian, perkembangan pemasaran digital di Situbondo masih memerlukan penguatan kompetensi internal UMKM agar mampu bersaing di ekosistem digital secara lebih efektif.

Dukungan Pemerintah Daerah

Berdasarkan temuan penelitian, dukungan pemerintah daerah terhadap digitalisasi UMKM di Situbondo masih terbatas pada penyelenggaraan

pelatihan dasar. Banyak pelaku UMKM hanya mendapatkan materi terkait cara membuat akun marketplace atau menghasilkan konten sederhana, tanpa adanya pendampingan lanjutan yang dapat membantu mereka mengembangkan strategi digital secara lebih mendalam. Laporan Kemenkop UKM (2025) juga menegaskan bahwa efektivitas program digitalisasi UMKM di Jawa Timur tidak merata, terutama di wilayah yang memiliki kapasitas sumber daya terbatas.

Kurangnya kesinambungan pendampingan membuat pelaku UMKM kesulitan untuk menerapkan materi pelatihan secara berkelanjutan. Selain itu, koordinasi antara instansi pemerintah yang terkait dengan program digitalisasi dinilai belum optimal, sehingga implementasi kebijakan tidak memberikan manfaat maksimal bagi UMKM. Minimnya evaluasi atas pelaksanaan program pelatihan juga menjadi kendala dalam memastikan kualitas intervensi yang diberikan kepada pelaku usaha.

Temuan tersebut konsisten dengan penelitian Hapiz et al. (2025), yang menyebutkan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh keberlanjutan pelatihan dan relevansi materi dengan kebutuhan pelaku usaha. Selain itu, Arbani (2025) menekankan bahwa pendampingan berkelanjutan merupakan faktor penting dalam memastikan keberhasilan program “UMKM Go Digital”. Jika dibandingkan dengan model quadruple helix Prasetyo & Handayani (2025), terlihat bahwa pemerintah daerah Situbondo belum

memaksimalkan kolaborasi dengan akademisi, komunitas, dan sektor swasta dalam memperkuat ekosistem digitalisasi UMKM.

Hambatan Digitalisasi Pemasaran dan Keuangan UMKM

Penelitian ini menemukan bahwa hambatan digitalisasi UMKM di Kabupaten Situbondo bersifat kompleks dan saling terkait. Kendala yang sering muncul meliputi rendahnya literasi digital dan literasi keuangan, keterbatasan infrastruktur internet, perangkat teknologi yang kurang memadai, serta kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital. Laporan Bank Indonesia (2025) turut mencatat bahwa sekitar 41% UMKM nasional belum siap menggunakan pembayaran digital karena merasa ragu terkait keamanan data. Selain itu, Google-Temasek (2024) menunjukkan bahwa UMKM rural tertinggal 3–5 tahun dibandingkan UMKM urban dalam tingkat adopsi digital.

Keterbatasan tersebut diperkuat dengan kurangnya pendampingan teknis dari pemerintah daerah, sehingga pelaku UMKM tidak memiliki rujukan dalam mengatasi kendala digital yang mereka hadapi. Hambatan dalam aspek pemasaran terlihat dari rendahnya pemahaman mengenai pemasaran berbasis konten, pengelolaan media sosial, dan analitik digital. Sedangkan pada aspek keuangan digital, masih banyak UMKM yang belum menggunakan aplikasi pencatatan keuangan ataupun sistem pembayaran digital karena rendahnya tingkat kepercayaan dan pemahaman.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Krismajayanti et al. (2024) yang membagi hambatan digitalisasi menjadi hambatan individual, teknis, organisasi, dan lingkungan eksternal. Hambatan finansial yang ditemukan dalam penelitian ini juga konsisten dengan temuan Gunawan & Tasrim (2025) serta Abdullah & Tan (2024), yang menunjukkan bahwa persepsi risiko dan rendahnya literasi keuangan menjadi kendala utama dalam penggunaan sistem pembayaran digital. Dari sudut pandang teori difusi inovasi Rogers (2003), hambatan tersebut menunjukkan bahwa adopsi digital belum mampu melewati tahap implementasi dan konfirmasi secara optimal, sehingga transformasi digital UMKM Situbondo belum dapat berjalan efektif.

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai digitalisasi pemasaran dan keuangan UMKM di Kabupaten Situbondo menunjukkan bahwa proses transformasi digital masih menghadapi kendala yang cukup kompleks. Pada aspek sumber daya manusia, rendahnya kemampuan literasi digital menghambat pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Selain itu, keterbatasan infrastruktur internet yang belum stabil serta penggunaan perangkat yang kurang mendukung membuat pemanfaatan platform digital, baik untuk pemasaran maupun keuangan, belum berjalan maksimal. Upaya digitalisasi pemasaran juga belum berkembang signifikan karena sebagian besar UMKM hanya

mengandalkan media sosial dasar tanpa penerapan strategi digital yang lebih komprehensif. Sementara itu, dukungan pemerintah daerah masih terbatas pada pelatihan dasar yang tidak diikuti dengan pendampingan lanjutan, sehingga pelaku UMKM belum mendapatkan kemampuan yang betul-betul aplikatif untuk menunjang transformasi digital.

Secara menyeluruh, hambatan tersebut menggambarkan bahwa digitalisasi UMKM di Situbondo masih berada pada tahap awal dan memerlukan pendekatan yang lebih menyeluruh agar dapat berkembang secara optimal. Transformasi digital tidak hanya menuntut ketersediaan jaringan dan perangkat teknologi, tetapi juga peningkatan kompetensi SDM, kesinambungan pendampingan, serta kolaborasi berbagai pihak dalam membangun ekosistem digital yang kondusif. Dengan mempertimbangkan karakteristik lokal dan kesiapan pelaku usaha, strategi percepatan digitalisasi perlu diarahkan pada penguatan kapasitas UMKM dan penyediaan dukungan lintas sektor agar pemanfaatan teknologi benar-benar memberikan dampak nyata bagi pertumbuhan ekonomi daerah.

Saran

Pemerintah daerah diharapkan dapat meningkatkan kualitas program pengembangan digitalisasi UMKM dengan menyediakan pendampingan yang lebih berkesinambungan dan sesuai kebutuhan lapangan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada pengenalan teknologi dasar, tetapi juga harus mencakup strategi pemasaran digital, pengelolaan konten,

analisis performa usaha, serta pemanfaatan aplikasi keuangan digital. Pemerintah juga perlu membangun kerja sama yang lebih luas melalui pendekatan *quadruple helix*, yaitu melibatkan akademisi, sektor swasta, komunitas, serta pemerintah dalam satu ekosistem pemberdayaan UMKM. Selain itu, peningkatan kualitas dan jangkauan infrastruktur internet perlu diprioritaskan agar akses teknologi bagi UMKM tidak terhambat oleh kendala jaringan.

Di sisi lain, pelaku UMKM perlu secara aktif meningkatkan kemampuan digital mereka agar dapat beradaptasi dengan perubahan model bisnis yang semakin berbasis teknologi. Pelaku usaha disarankan untuk mengikuti pelatihan yang relevan, memanfaatkan beragam platform pemasaran online, dan mulai menggunakan aplikasi keuangan digital untuk meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, penting bagi pelaku UMKM untuk membangun budaya belajar yang berkelanjutan, terbuka terhadap inovasi, serta menjalin kolaborasi dengan komunitas maupun lembaga pendukung. Dengan langkah tersebut, UMKM di Situbondo diharapkan mampu mempercepat proses transformasi digital dan memperkuat posisinya dalam persaingan usaha yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Tan, K. Y. (2024). Barriers to Digital Payment Adoption among Micro, Small, and Medium Enterprises in

- Emerging Economies. *Journal of Digital Economics and Business Transformation*. Vol 5 (2).
- Anisah, H., Friska, N., & Hidayatullah, M. (2024). Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan UMKM di Negara Berkembang. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, Vol 2 (4): 17-35 .
<https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i4.4157>
- Arbani, M. (2025). Evaluasi Implementasi Program UMKM Go Digital di Indonesia. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*. Vol 12 (1).
- Avista, D. R., Sekar Langit, U. A., & Mashudi, M. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol 3 (2): 55-60.
<https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.913>
- Destrian, Y., & Sudarma, I. (2024). Digital Leadership dan Literasi Digital terhadap Adopsi Teknologi UMKM. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol 9 (1).
- Ferdinand, A. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, R. M., & Phene, A. (2022). Knowledge-Based View of the Firm: Theory and Application. Oxford University Press.
- Gunawan, A., & Tasrim, T. (2025). Literasi Keuangan, Digitalisasi, dan Keberlanjutan UMKM. *MSEJ: Micro and Small Enterprise Journal*. Vol 6 (5).
- Hapiz, M., Pijar Septia, L., & Aprilianti, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*. Vol 3(5): 36-44.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Handini, S., & Choiriyati, N. (2024). Pemetaan Digitalisasi UMKM di Jawa Timur: Tantangan Infrastruktur dan Konektivitas. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi Digital*. Vol 6 (2).
- Kurnia, M. I., & Indriani, R. (2025). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UKM. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*. Vol 6 (4): 548-556.
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i4.7283>
- Kurniawan, D., & Siregar, A. (2025). Efektivitas Pelatihan Digital bagi Pelaku UMKM di Wilayah Non-Perkotaan. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Daerah*. Vol 8 (2).
- Krismajayanti, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Martini, I. A. O. (2024). Drivers, Barriers and

- Key Success of Digital Transformation on SMEs: A Systematic Literature Review. *JASF – Journal of Accounting and Strategic Finance*. Vol 7 (1): 158–180.
<https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.505>
- Loso Judijanto, I. M., Suwandana, A., & Paramita, C. P. (2024). Barriers to Digital Transformation in SMEs: Insights from a Bibliometric Analysis. *West Science Journal of Business & Management*. Vol 2 (2): 605-615.
<https://doi.org/10.58812/wsbm.v2i02.987>
- Maharani, T., Sugiarto, B., & Permana, D. (2025). Infrastruktur Digital dan Adopsi Teknologi UMKM di Daerah Rural Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*. Vol 4 (1).
- Mutiara, R., & Rahmadani, I. (2024). Hambatan Koordinasi dalam Pelaksanaan Kebijakan Digitalisasi UMKM Daerah. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. Vol 10 (4).
- Matar, A., Ali, M., & Singh, R. (2025). Extending the IBCDE Framework to Explore Barriers and Drivers of Digital Transformation in SMEs. *International Journal of Business and Digital Innovation*. Vol 12 (1).
<https://doi.org/10.1016/j.jdec.2025.08.003>
- Norris, P. (2001). Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide. Cambridge University Press.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, I., & Nurchim, A. (2024). Literasi Digital UMKM di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*. Vol 3 (2).
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Pranitasari, D., Suriawinata, I., & Adyarini, K. (2025). Literasi Digital dan Keuangan Pelaku UMKM Perempuan untuk Keberlanjutan Usaha. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat*. Vol 7 (3): 471-480.
<https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i3.1723>
- Prasetyo, H., & Handayani, D. (2025). Collaborative Governance dalam Transformasi Digital UMKM: Pendekatan Quadruple Helix. *Jurnal Kebijakan dan Inovasi Publik*. Vol 9 (3).
- Rahardjo, T., & Lestari, M. (2024). Kualitas Infrastruktur Digital dan Dampaknya terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Teknologi*. Vol 8 (4).
- Rahmawati, L., Suharto, A., & Nasir, F. (2023). Digital Financial Literacy and SMEs Performance. *Journal of Business Innovation*. Vol 5 (4).

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press, hlm. 43-44.
- Restuning, R. A. (2024). Digitalisasi UMKM: Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Windusari. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 7(1).
- Sakti, R., Azzahra, N., & Putri, A. (2025). Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Keuangan terhadap Produktivitas UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, Vol 7 (1).
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2018). The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? *Communication and Information Research*, 20(1).
- Van Dijk, J. (2005). *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. SAGE Publications.