

Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi Pada UMKM Kuliner di Kelurahan Karijawa Kabupaten Dompu

Risqi Mubarak^{1✉}, M. Ikhwan Mansuri², Rizky Ramadhan³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yapis Dompu, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa, Kabupaten Dompu, serta mengidentifikasi hambatan dalam proses digitalisasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan bahwa adopsi TIK masih rendah dan belum terintegrasi dalam kegiatan usaha. Penggunaan media sosial masih terbatas, sedangkan pemanfaatan aplikasi digital usaha dan pembayaran non-tunai sangat minim. Kendala yang dihadapi mencakup rendahnya literasi digital, serta kurangnya pelatihan yang kontekstual dan berkelanjutan. Namun, terdapat indikasi adaptasi awal melalui dukungan keluarga muda dan dorongan dari konsumen. Penelitian ini merekomendasikan digitalisasi berbasis komunitas, pelatihan aplikatif, serta dukungan aktif dari pemerintah dan institusi pendidikan untuk memperkuat ekosistem digital UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM; Teknologi Informasi dan Komunikasi; Digitalisasi; Kuliner.

Abstract

This study aims to analyze the level of Information and Communication Technology (ICT) utilization among culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Karijawa Village, Dompu Regency, and to identify the barriers faced in the digitalization process. A descriptive qualitative method was employed, using interviews, observations, and documentation. The findings reveal that ICT adoption remains low and has not been fully integrated into business operations. Social media is used only minimally, while the use of digital business tools and cashless payment systems is rare. Key challenges include low digital literacy, and a lack of contextual and ongoing training. Nevertheless, early signs of adaptation are evident, supported by younger family members and consumer demand. The study recommends a community-based digitalization approach, practical training, and active involvement from local governments and educational institutions to build a sustainable digital ecosystem for MSMEs.

Keywords: MSMEs; Information and Communication Technology; Digitalization; Culinary.

Copyright (c) 2025 Risqi Mubarak

✉ Corresponding author :

Email Address : riskimubarak74@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang tidak hanya menopang pendapatan negara, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi jutaan masyarakat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dengan sektor kuliner sebagai salah satu penyumbang terbesar dari subsektor industri pengolahan. UMKM kuliner umumnya bergerak dalam bidang produksi makanan ringan, makanan tradisional, katering, minuman, serta usaha rumah makan dan warung

Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi.....

makan. Kelebihan sektor ini terletak pada fleksibilitasnya dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen lokal dan tren pasar. Hal ini membuat UMKM kuliner sangat strategis untuk dikembangkan sebagai penggerak ekonomi rakyat di berbagai daerah, baik di perkotaan maupun pedesaan.

Perubahan preferensi konsumen, kemajuan teknologi, serta dinamika pasar digital telah mendorong pelaku usaha kuliner untuk beradaptasi dan melakukan inovasi, termasuk dalam penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Teknologi telah menjadi alat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis kuliner, mulai dari promosi produk melalui media sosial, pengelolaan pemesanan secara daring, hingga penggunaan aplikasi pembayaran digital. Menurut Hidayat dan Sari (2022), UMKM kuliner yang memanfaatkan platform digital mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jaringan distribusi tanpa perlu membuka banyak cabang fisik. Transformasi digital ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun loyalitas, serta menyesuaikan produk dengan cepat berdasarkan umpan balik konsumen.

Namun, di balik peluang besar yang ditawarkan oleh TIK, masih banyak pelaku UMKM kuliner yang belum mampu memanfaatkannya secara maksimal. Tingkat literasi digital yang rendah, terbatasnya akses terhadap pelatihan, serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital menjadi hambatan yang signifikan. Nugroho et al. (2022) mencatat bahwa sebagian besar UMKM di sektor makanan dan minuman hanya menggunakan media sosial secara pasif tanpa menerapkan strategi konten atau analitik digital. Ketidakterampilan dalam mengelola data digital juga menyebabkan pelaku UMKM tidak mampu memanfaatkan informasi pasar secara optimal, yang pada akhirnya membatasi pertumbuhan usaha mereka di era kompetisi terbuka. Selain faktor internal, berbagai kendala eksternal juga menghambat pemanfaatan TIK pada UMKM kuliner. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur, terutama di wilayah non-perkotaan yang masih memiliki akses internet terbatas atau tidak stabil. Prasetyo dan Wibowo (2023) menyebutkan bahwa banyak UMKM di daerah menghadapi kendala teknis seperti perangkat digital yang usang, biaya kuota internet yang tinggi, hingga minimnya dukungan pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan subsidi digitalisasi. Akibatnya, pelaku usaha kuliner di daerah tertinggal cenderung tetap mengandalkan cara-cara konvensional dalam produksi dan pemasaran, yang kurang efisien dan tidak mampu bersaing dengan produk-produk yang telah terdigitalisasi dari luar daerah.

Di sisi lain, meningkatnya persaingan antar pelaku usaha di sektor kuliner, baik dari skala lokal maupun nasional, menuntut pelaku UMKM untuk melakukan modernisasi dalam berbagai aspek usaha. UMKM kuliner yang tidak segera mengadopsi TIK akan tertinggal dalam hal efisiensi produksi, promosi yang luas, hingga pelayanan pelanggan yang cepat dan responsif. Pemanfaatan teknologi seperti point of sales (POS), aplikasi pesan-antar, sistem manajemen stok, hingga pemasaran digital berbasis data menjadi kebutuhan yang tidak dapat ditunda. Sebagaimana dikemukakan oleh Astuti dan Ramadhan (2023), keberhasilan UMKM kuliner dalam memasuki pasar digital sangat bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap teknologi, pembinaan yang berkelanjutan, serta kemauan untuk mengubah pola pikir dari tradisional ke digital. Hidayat dan Lestari (2023) juga menambahkan bahwa peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM melalui pelatihan terpadu terbukti meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Di samping itu, studi oleh Nugroho, Widodo, dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengintegrasikan teknologi dalam proses bisnisnya memiliki peluang lebih

tinggi untuk menjangkau konsumen baru, meningkatkan skala produksi, dan merespons tren pasar secara lebih adaptif. Oleh karena itu, transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi pelaku usaha kuliner yang ingin bertahan dan berkembang di tengah ekosistem bisnis yang semakin digital dan kompetitif.

Di tengah dinamika tersebut, UMKM kuliner di berbagai daerah menghadapi kebutuhan mendesak untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu contoh nyata terdapat di Kelurahan Karijawa, Kecamatan Dompu, Kabupaten Dompu, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Karijawa dikenal memiliki banyak pelaku UMKM kuliner yang bergerak di bidang pengolahan makanan lokal seperti jajanan tradisional, kue basah, olahan hasil pertanian, dan minuman rumahan. Namun, berdasarkan laporan dari Dinas Perindustrian Kabupaten Dompu (2023), sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini masih menggunakan cara produksi dan pemasaran yang konvensional. Minimnya akses terhadap pelatihan digital, keterbatasan perangkat, serta rendahnya pemahaman terhadap manfaat teknologi menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha. Kondisi ini berdampak pada lemahnya daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif dan digital. Beberapa penelitian seperti Astuti dan Ramadhan (2023) serta Hidayah dan Lestari (2023) menegaskan bahwa intervensi teknologi harus disertai dengan pendekatan yang kontekstual, khususnya di daerah yang berbasis ekonomi tradisional.

Berdasarkan pengamatan awal di lapangan, sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dalam proses produksi maupun strategi pemasarannya. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial, aplikasi kasir digital, atau platform pemesanan daring belum diadopsi secara luas oleh para pelaku usaha. Mereka cenderung mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut, penjualan langsung di tempat usaha, serta pencatatan keuangan secara manual. Selain itu, keterbatasan dalam hal pemahaman teknologi, rendahnya literasi digital, serta minimnya fasilitas pelatihan dan pendampingan dari pihak luar menjadi kendala utama yang menyebabkan rendahnya tingkat pemanfaatan TIK. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun potensi adopsi teknologi cukup besar, diperlukan pendekatan yang menyeluruh dan berbasis kebutuhan lokal untuk mendorong digitalisasi UMKM kuliner di wilayah tersebut secara efektif dan berkelanjutan.

Berangkat dari realitas tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa, Kabupaten Dompu. Penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana pelaku UMKM telah mengadopsi TIK, kendala yang mereka hadapi, serta potensi yang bisa dimaksimalkan melalui pemanfaatan teknologi. Dengan pendekatan analitis yang menggabungkan aspek teknis dan sosial-budaya, studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi aktual UMKM kuliner lokal. Hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi bagi pengembangan akademik di bidang manajemen dan ekonomi digital, tetapi juga menjadi rekomendasi praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan lembaga pendamping UMKM dalam menyusun strategi pemberdayaan yang lebih efektif dan berbasis kebutuhan lapangan dalam Analisis Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada UMKM Kuliner di Kelurahan Karijawa Kabupaten Dompu.

KAJIAN PUSTAKA

UMKM Kuliner dan Perannya dalam Ekonomi Lokal

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam perekonomian nasional, terutama sektor kuliner yang menyerap banyak tenaga kerja informal dan menghasilkan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut BPS (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia, dan subsektor kuliner menjadi salah satu yang paling adaptif terhadap kebutuhan lokal. UMKM kuliner tidak hanya menyediakan makanan siap saji dan produk lokal, tetapi juga berperan dalam mempertahankan identitas budaya. Hidayat dan Sari (2022) menyatakan bahwa UMKM kuliner yang mampu beradaptasi dengan teknologi digital cenderung lebih fleksibel dalam mendistribusikan produknya, bahkan tanpa harus membuka cabang fisik.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Bisnis UMKM

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi instrumen penting dalam menunjang efisiensi operasional, promosi digital, dan integrasi layanan keuangan dalam sektor UMKM. Menurut Bengtsson (2016), pemanfaatan TIK memberikan peluang besar dalam mempercepat proses bisnis dan meningkatkan keterhubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Pada sektor kuliner, aplikasi seperti media sosial, sistem kasir digital (POS), dan platform pemesanan makanan (GrabFood, GoFood) menjadi sarana transformasi bisnis yang signifikan. Handayani (2023) menambahkan bahwa literasi digital merupakan syarat utama agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan fitur-fitur teknologi secara optimal.

Kendala Digitalisasi UMKM

Kendala utama yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat, konektivitas internet yang lemah, serta pelatihan yang tidak kontekstual. Prasetyo dan Wibowo (2023) menyebutkan bahwa sebagian besar pelatihan bersifat satu arah, teoretis, dan tidak dibarengi dengan praktik langsung, sehingga pelaku UMKM kesulitan untuk mengimplementasikan materi. Selain kendala teknis, faktor psikologis seperti rasa takut terhadap kerusakan perangkat dan persepsi bahwa teknologi bersifat rumit turut memperlambat proses adopsi digital (Astuti & Ramadhan, 2023). Hambatan ini bersifat struktural dan personal, sehingga perlu pendekatan yang holistik dalam intervensi kebijakan.

Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital

Strategi pemberdayaan UMKM melalui teknologi harus bersifat aplikatif, berkelanjutan, dan kontekstual. Menurut Sumarni et al. (2024), pendekatan berbasis komunitas dengan model pelatihan langsung di tempat usaha lebih efektif dibandingkan pelatihan di kelas. Hal ini diperkuat oleh Franky et al. (2025) yang menyarankan pembentukan pusat pembelajaran digital di tingkat kelurahan sebagai sarana untuk pelatihan, konsultasi, dan kolaborasi antar pelaku UMKM. Pemberdayaan digital juga dapat dilakukan melalui program pengabdian masyarakat oleh institusi pendidikan tinggi dan keterlibatan mahasiswa sebagai agen transformasi teknologi lokal. Dengan ekosistem pendukung yang terintegrasi, transformasi digital UMKM dapat berlangsung secara inklusif dan berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa, Kabupaten Dompu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena sosial dan teknis secara utuh dalam

konteks kehidupan pelaku usaha kecil. Menurut Creswell (2014), pendekatan kualitatif cocok digunakan dalam studi yang ingin memahami perilaku dan pandangan individu berdasarkan pengalaman nyata dalam lingkungan sosialnya. Pendekatan ini juga sesuai untuk mengeksplorasi proses dan dinamika yang kompleks dalam penggunaan teknologi pada sektor usaha mikro. Keunggulan pendekatan ini adalah: (1) mampu menyajikan realitas secara holistik dalam konteks alaminya, (2) menangkap interaksi antara dimensi teknis (seperti penggunaan media sosial dan aplikasi keuangan) dan dimensi sosial (seperti budaya usaha dan keterbatasan digital), serta (3) dapat menggali pengalaman subjektif pelaku UMKM secara mendalam (Patton, 2018). Dengan demikian, pendekatan ini dinilai tepat untuk menggambarkan kondisi dan tantangan aktual yang dihadapi UMKM kuliner dalam adopsi TIK.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Karijawa, Kecamatan Dompu, Kabupaten Dompu, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lokasi ini dipilih secara purposive dengan pertimbangan: pertama, tingginya konsentrasi pelaku UMKM kuliner lokal, yang menjadi bagian penting dalam perekonomian mikro masyarakat; kedua, rendahnya tingkat adopsi teknologi pada sebagian besar pelaku usaha, menjadikan Karijawa sebagai wilayah representatif untuk melihat tantangan transformasi digital di sektor kuliner lokal; ketiga, keragaman sosial-budaya yang melekat dalam praktik usaha, menjadikan lokasi ini relevan untuk menggali interaksi antara aspek teknologi dan kearifan lokal.

Subjek dan Sumber Data Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner, baik sebagai pemilik, pekerja, maupun pemangku kepentingan pendukung seperti aparat kelurahan dan dinas terkait. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria: pertama, telah menjalankan usaha minimal tiga tahun; kedua, bersedia memberikan informasi secara terbuka; ketiga, memahami proses kerja, strategi pemasaran, dan tantangan teknologi dalam usahanya. Sumber data utama dalam penelitian ini terdiri dari: pertama, pelaku usaha kuliner (pemilik/pengelola); kedua, pekerja di unit usaha; ketiga, pihak pemerintah lokal dan lembaga pendamping UMKM. Teknik ini dianggap paling sesuai untuk menggali data naratif berdasarkan pengalaman nyata pelaku usaha (Sugiyono, 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam menggunakan format semi-terstruktur kepada pelaku usaha, pekerja, dan aparat kelurahan. Informan diberi kebebasan menjelaskan pandangan, pengalaman, dan tantangan dalam menggunakan TIK (Creswell, 2016). Kedua, observasi partisipatif, di mana peneliti mengamati langsung proses kerja, penggunaan media digital (jika ada), dan interaksi sosial di lingkungan usaha. Teknik ini memungkinkan peneliti menangkap data non-verbal dan konteks yang tidak muncul dalam wawancara (Patton, 2018). Ketiga, dokumentasi yang meliputi foto kegiatan, cuplikan pemasaran daring, atau dokumen digitalisasi usaha (jika ada) yang mendukung keakuratan data dari observasi dan wawancara (Sugiyono, 2019).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara tematik mengikuti tahapan Miles, Huberman & Saldana (2018), yaitu: pertama, reduksi data yang dilakukan dengan menyaring data berdasarkan kategori tematik seperti pola penggunaan TIK, kendala digital, strategi adaptasi, dan dimensi sosial-budaya; kedua, penyajian data yang disusun dalam bentuk narasi, kutipan langsung informan, tabel, dan dokumentasi visual untuk menggambarkan hubungan antar kategori; ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi di mana temuan awal diverifikasi melalui triangulasi dan member check untuk memastikan keakuratan interpretasi.

Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu pertama, triangulasi sumber, yakni membandingkan data dari pelaku usaha, pekerja, dan pihak kelurahan untuk melihat konsistensi (Denzin, 2019); kedua, triangulasi teknik, yaitu dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi secara bersamaan untuk memperkuat validitas; ketiga, member check, yakni hasil interpretasi dikonfirmasi kepada informan agar sesuai dengan realitas dan persepsi mereka (Lincoln & Guba, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Informan dalam penelitian ini terdiri atas lima pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner yang berada di Kelurahan Karijawa, Kabupaten Dompu. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal satu tahun, aktif terlibat dalam operasional harian, serta bersedia memberikan informasi secara terbuka mengenai penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Informan yang terlibat mencerminkan keragaman jenis usaha kuliner lokal, termasuk penjual makanan ringan, kue basah, jajanan tradisional, minuman lokal, dan warung makanan tradisional.

Kelima informan memiliki latar belakang usia dan lama usaha yang berbeda-beda:

- a) Fitriani (63 tahun) - Menjalankan usaha makanan ringan selama 22 tahun.
- b) Juhajar (35 tahun) - Menjalankan usaha kue basah selama 8 tahun.
- c) Efis Nurasni (27 tahun) - Pelaku usaha warung makanan tradisional baru selama 1 tahun.
- d) Siti Rohani (52 tahun) - Mengelola usaha jajanan tradisional selama 4,5 tahun.
- e) Astuti (31 tahun) - Menjalankan usaha minuman lokal selama 7 tahun.

Dengan rentang usia 27 hingga 63 tahun, para informan mewakili pelaku UMKM dari generasi berbeda. Tingkat pendidikan dan pengalaman juga bervariasi, namun mereka umumnya menjalankan usaha secara mandiri dengan bantuan tenaga kerja dari keluarga atau lingkungan sekitar. Hal ini mencerminkan kondisi khas UMKM di daerah, yang bersifat informal dan berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, sebagian besar informan menunjukkan keterbatasan dalam literasi digital, baik dari aspek pemahaman fungsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) maupun dalam keterampilan teknis menggunakan perangkat digital. Sebagian besar dari mereka lebih akrab menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, namun penggunaannya masih terbatas untuk kepentingan pribadi, belum secara optimal digunakan untuk promosi usaha, pelayanan pelanggan, maupun strategi komunikasi bisnis.

Penggunaan aplikasi digital seperti sistem kasir daring (*Point of Sales*), platform pemesanan makanan (*GoFood*, *GrabFood*), dan metode pembayaran elektronik seperti QRIS atau dompet digital belum banyak digunakan. Beberapa informan bahkan belum mengetahui cara kerja atau prosedur pendaftaran layanan-layanan tersebut. Adopsi teknologi yang rendah ini terutama disebabkan oleh kendala seperti keterbatasan biaya perangkat, konektivitas internet yang tidak stabil, serta kurangnya pelatihan teknis yang aplikatif.

Meski demikian, terdapat semangat dan motivasi dari sebagian pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi. Dukungan dari anggota keluarga, terutama generasi muda, menjadi salah satu faktor pendorong awal dalam mengenalkan teknologi ke dalam kegiatan usaha sehari-hari. Oleh karena itu, penting untuk memahami kondisi sosial dan karakteristik masing-masing pelaku usaha secara kontekstual agar strategi digitalisasi yang dirancang dapat benar-benar relevan, aplikatif, dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan lokal UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa.

Tingkat Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di kalangan pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa masih tergolong rendah dan bersifat parsial. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, sebagian besar pelaku usaha belum sepenuhnya mengintegrasikan teknologi ke dalam proses bisnis mereka. Pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook telah dikenal oleh para pelaku usaha, namun penggunaannya masih terbatas untuk komunikasi dasar, pengumuman produk secara umum, dan tidak disertai strategi promosi yang sistematis.

Sebagian kecil informan menggunakan grup WhatsApp untuk berinteraksi dengan pelanggan tetap, namun belum ada pemanfaatan fitur bisnis seperti katalog produk, penjadwalan pesan, atau analitik interaksi pelanggan. Bahkan ada di antara mereka yang mengaku hanya menggunakan media sosial untuk keperluan pribadi. Informan F (63 tahun), yang telah menjalankan usaha makanan ringan selama lebih dari dua dekade, menyampaikan keterbatasan dalam penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Ia mengungkapkan:

“Saya tahu Facebook dan WhatsApp, tapi saya pakai cuma buat ngobrol sama teman, belum tahu cara buat promosi di situ.” (Wawancara F, 24 Juni 2025)

Pernyataan ini mencerminkan keterbatasan dalam pemahaman fungsi media sosial sebagai alat pemasaran digital. Ketidaktahuan terhadap fitur-fitur bisnis, serta kurangnya keterampilan teknis, menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Penggunaan aplikasi kasir digital atau sistem *Point of Sales* (POS) juga belum ditemukan dalam kegiatan usaha para informan. Mereka cenderung mengandalkan pencatatan manual menggunakan buku tulis atau nota sederhana. Sebagian besar juga belum pernah mencoba menggunakan platform pemesanan makanan daring seperti *GoFood* atau *GrabFood*. Salah satu alasannya adalah kurangnya pengetahuan teknis dan kekhawatiran terhadap biaya tambahan.

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan E (27 tahun), pemilik warung makanan tradisional. Ia menyatakan bahwa belum mengadopsi sistem pembayaran digital karena keterbatasan pemahaman teknis:

“Pelanggan saya kebanyakan bayar tunai, jadi saya belum pakai QR atau semacamnya. Lagi pula belum tahu juga cara pasangannya.” (Wawancara E, 25 Juni 2025)

Hal serupa juga terlihat dalam adopsi pembayaran digital, seperti *QRIS*, *e-wallet* (OVO, DANA), atau transfer bank. Sebagian besar pelanggan mereka masih menggunakan pembayaran tunai, dan para pelaku usaha merasa belum perlu menyediakan sistem pembayaran non-tunai karena dianggap rumit dan belum dibutuhkan.

Informan J (35 tahun), penjual kue basah, menambahkan bahwa faktor teknis seperti lambatnya koneksi internet dan biaya kuota menjadi alasan utama rendahnya motivasi untuk memanfaatkan aplikasi digital:

“Kalau internet lambat, kuota juga mahal. Jadi malas buka aplikasi.” (Wawancara J, 24 Juni 2025).

Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat adopsi TIK di Karijawa masih berada pada tahap awal. Penggunaan teknologi lebih banyak dipengaruhi oleh kebiasaan pribadi dan pengaruh lingkungan sekitar daripada hasil dari pelatihan atau kebijakan pemerintah. Selain keterbatasan pengetahuan dan akses, tidak adanya pendampingan pasca-pelatihan juga menjadi faktor penghambat utama dalam proses transformasi digital.

Meski demikian, terbuka potensi besar bagi pengembangan TIK, terutama jika didukung dengan:

- a) Strategi pelatihan yang aplikatif dan kontekstual;
- b) Pendampingan teknis secara langsung di lokasi usaha;
- c) Peningkatan infrastruktur jaringan internet;
- d) dan insentif penggunaan teknologi digital dari pemerintah daerah.

Dengan demikian, pendekatan digitalisasi di kalangan UMKM Karijawa harus mempertimbangkan kondisi sosial dan psikologis pelaku usaha serta mengedepankan metode belajar yang bertahap, personal, dan berbasis praktik langsung.

Kendala dalam Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi dan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Hambatan-hambatan tersebut mencakup keterbatasan pengetahuan teknologi, kualitas infrastruktur digital yang belum memadai, serta ketidakpastian dalam memahami dan mengoperasikan perangkat serta aplikasi digital. Kendala ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan hambatan psikologis dan kultural yang melekat dalam praktik bisnis sehari-hari.

Secara internal, literasi digital yang rendah menjadi salah satu penghalang utama. Banyak pelaku usaha belum memiliki keterampilan dasar dalam mengoperasikan aplikasi bisnis, dan mereka belum memahami secara menyeluruh manfaat penggunaan teknologi terhadap efisiensi dan pertumbuhan usaha. Sebagaimana diungkapkan oleh A (31 tahun), pelaku usaha minuman lokal:

“Saya takut kalau HP saya rusak, karena tidak mengerti cara pakainya. Aplikasi-aplikasi itu ribet, saya lebih nyaman tulis manual saja.” (Wawancara A, 25 Juni 2025)

Pernyataan ini mencerminkan adanya kekhawatiran dan resistensi terhadap penggunaan perangkat digital akibat kurangnya pengalaman, serta keterbatasan dalam mengakses informasi yang relevan dan mudah dipahami. Informan S (52 tahun) menambahkan bahwa kurangnya orang yang dapat diandalkan untuk membantu saat menghadapi masalah teknis menjadi hambatan tersendiri:

“Kalau saya bingung pas coba aplikasi, enggak ada yang bantu. Anak saya sibuk, saya jadi enggak lanjut pakai.” (Wawancara S, 25 Juni 2025)

Dari sisi eksternal, koneksi internet yang tidak stabil dan biaya data yang tinggi menjadi kendala teknis yang signifikan. Pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjalankan aplikasi berbasis internet secara optimal, sehingga banyak dari mereka memilih untuk tetap menggunakan cara konvensional. Hal ini diungkapkan oleh informan J (35 tahun), penjual kue basah, menyampaikan:

“Kalau internet lambat, kuota juga mahal. Jadi malas buka aplikasi.” (Wawancara J, 24 Juni 2025)

Kondisi ini menggambarkan realitas infrastruktur digital di Karijawa yang belum mendukung penuh aktivitas bisnis digital, khususnya bagi UMKM skala kecil dengan keterbatasan anggaran.

Kendala lain muncul dari pengalaman mengikuti pelatihan TIK yang tidak kontekstual dan minim tindak lanjut. Pelatihan yang bersifat satu arah tanpa praktik langsung membuat pelaku usaha merasa bahwa materi yang diberikan sulit diterapkan. Sebagaimana dinyatakan oleh informan F (63 tahun), pelaku usaha makanan ringan:

“Pernah ikut pelatihan, tapi terlalu teknis, dan setelah itu nggak ada yang bantu praktek.” (Wawancara, 24 Juni 2025)

Ketika pelatihan tidak disesuaikan dengan realitas dan kapasitas pelaku usaha di lapangan, teknologi justru dipersepsikan sebagai sesuatu yang asing dan rumit. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat kepercayaan diri untuk mencoba dan menerapkan teknologi secara mandiri.

Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa tantangan dalam adopsi teknologi oleh UMKM bukan hanya persoalan akses dan alat, tetapi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara kondisi sosial-ekonomi, budaya kerja, dan psikologi pelaku usaha. Oleh karena itu, strategi digitalisasi UMKM kuliner di Karijawa harus dibangun dengan pendekatan yang:

- a) Berkelanjutan dan tidak hanya berbasis pelatihan satu kali;
- b) Kontekstual, dengan materi yang disesuaikan dengan jenis usaha dan kemampuan teknis pelaku;
- c) Personal, dengan pendampingan langsung di lokasi usaha;
- d) Mendorong pembelajaran sosial antar pelaku UMKM melalui komunitas atau kelompok belajar lokal.

Dengan mempertimbangkan dinamika tersebut, proses transformasi digital UMKM dapat berlangsung lebih inklusif, efektif, dan sesuai dengan realitas lapangan.

Strategi Adaptasi dan Potensi Pengembangan

Meskipun dihadapkan pada berbagai kendala struktural dan teknis, sebagian pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa menunjukkan bentuk adaptasi awal terhadap pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), meskipun sifatnya masih parsial dan tidak sistematis. Adaptasi ini umumnya dilakukan melalui pendekatan informal, seperti belajar dari anggota keluarga, terutama generasi muda, atau melalui pengamatan praktik dari sesama pelaku usaha. Inisiatif ini muncul secara organik sebagai respons atas kebutuhan mempertahankan relasi dengan pelanggan serta meningkatkan daya saing dalam lingkup pasar lokal.

Sebagaimana dituturkan oleh salah satu informan, S (52 tahun), ia mulai memanfaatkan fitur status WhatsApp setelah diperkenalkan oleh anaknya. Meskipun masih terbatas, intervensi tersebut menunjukkan adanya transfer pengetahuan digital secara horizontal dalam lingkungan keluarga:

“Saya pernah diajari anak saya bikin status di WhatsApp, terus pelanggan jadi banyak yang lihat. Tapi saya masih bingung pakai aplikasi lain.” (Wawancara, 25 Juni 2025)

Interaksi semacam ini menjadi indikator bahwa keluarga berperan penting sebagai katalisator adaptasi digital, khususnya bagi pelaku usaha dari kelompok usia lanjut yang belum terbiasa menggunakan teknologi.

Selain itu, terdapat pula dorongan eksternal dari konsumen, terutama dari kalangan muda, yang mulai menuntut kemudahan layanan digital seperti metode pembayaran nontunai. Informan E (27 tahun), pemilik warung makanan tradisional, menyampaikan:

Selain itu, muncul pula kesadaran akan pentingnya sistem pembayaran digital seiring dengan permintaan pelanggan. Informan E menyatakan:

“Anak-anak muda kadang tanya bisa bayar pakai OVO atau Dana. Saya belum pasang, tapi jadi kepikiran juga untuk mulai coba.” (Wawancara, 25 Juni 2025)

Fakta ini menunjukkan bahwa perubahan preferensi konsumen dapat menjadi pemicu awal bagi pelaku usaha untuk mempertimbangkan penggunaan teknologi digital, asalkan tersedia pendampingan teknis yang sesuai dengan kapasitas mereka. Kesadaran terhadap pentingnya adaptasi semakin meningkat ketika pelaku usaha melihat potensi keuntungan dan efisiensi dari pemanfaatan TIK dalam operasional harian.

Informan A (31 tahun), pelaku usaha minuman lokal, menyampaikan keterbukaannya untuk belajar langsung jika mendapat pendampingan praktis:

“Kalau ada yang datang langsung ke warung bantu saya belajar, saya mau. Saya enggak bisa belajar sendiri dari HP.” (Wawancara A, 25 Juni 2025)

Pernyataan ini menekankan pentingnya pendekatan pendampingan teknis berbasis lokasi, di mana pelaku usaha tidak hanya menerima teori, tetapi dibimbing dalam praktik langsung sesuai konteks usaha mereka.

Sebagian besar pelaku UMKM juga mengungkapkan kebutuhan terhadap pelatihan yang bersifat praktis dan kontekstual. Mereka menilai bahwa pelatihan yang selama ini diikuti terlalu teoritis dan tidak menyentuh kebutuhan riil di lapangan. Pelaku usaha juga menyampaikan harapan akan adanya pelatihan yang bersifat praktis dan berbasis konteks lokal. Seperti dinyatakan oleh informan F:

“Kalau bisa ada yang bantu langsung di lapangan, bukan cuma kasih materi di kelas.”
(Wawancara, 24 Juni 2025)

Pernyataan tersebut menegaskan pentingnya pendekatan pendampingan yang aplikatif dan berbasis praktik langsung. Pelatihan berbasis kelas tanpa sesi praktik cenderung tidak efektif karena tidak mampu menjembatani kesenjangan literasi digital dan kemampuan teknis pelaku UMKM secara nyata.

Berdasarkan temuan tersebut, strategi pengembangan digitalisasi UMKM di Kelurahan Karijawa dapat diarahkan melalui pendekatan-pendekatan berikut:

- a) Pelatihan berbasis praktik langsung dan kontekstual, yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi digital sesuai kebutuhan usaha mereka.
- b) Pendampingan teknis yang berkelanjutan, misalnya melalui kolaborasi dengan mahasiswa, relawan digital lokal, atau institusi pendidikan tinggi yang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di wilayah tersebut.
- c) Pembentukan komunitas belajar digital UMKM, yang berfungsi sebagai ruang berbagi pengalaman dan pengetahuan antar pelaku usaha secara kolektif dan kolaboratif.
- d) Penyediaan pusat pembelajaran digital berbasis kelurahan, sebagai sarana akses internet, pelatihan teknologi, serta bimbingan penggunaan aplikasi digital secara berkala.
- e) Insentif dan fasilitasi dari pemerintah daerah, berupa subsidi perangkat digital, bantuan konektivitas internet, serta program pelatihan bersertifikat yang terintegrasi dengan agenda pemberdayaan ekonomi lokal.

Dengan pendekatan yang berbasis komunitas, kolaboratif, dan aplikatif, pelaku UMKM di Kelurahan Karijawa memiliki potensi besar untuk mengadopsi teknologi digital secara lebih adaptif dan berkelanjutan. Transformasi digital di sektor kuliner bukan hanya bergantung pada kecanggihan perangkat, tetapi juga pada pola pembelajaran, dukungan sosial, dan kesesuaian pendekatan dengan konteks usaha lokal.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa masih tergolong rendah dan belum terstruktur secara fungsional dalam operasional bisnis. Meskipun sebagian pelaku usaha telah mengenal media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, pemanfaatannya belum diarahkan pada strategi promosi digital yang terencana. Teknologi digital seperti aplikasi kasir daring (POS), platform pemesanan makanan daring, dan sistem pembayaran elektronik sebagian besar belum diadopsi karena keterbatasan literasi digital, akses infrastruktur, dan minimnya pelatihan teknis yang aplikatif.

Temuan ini sejalan dengan studi Hidayat dan Sari (2022), yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia hanya menggunakan media sosial secara pasif dan

belum mengembangkan strategi digital yang efektif. Kurangnya keterampilan dalam mengelola konten, menganalisis tren digital, serta merancang kampanye promosi menjadi faktor penghambat utama dalam optimalisasi platform digital oleh pelaku UMKM.

Kondisi serupa juga ditemukan oleh Wahyudin et al. (2025) dalam konteks Pulau Madura, yang menunjukkan bahwa rendahnya adopsi teknologi oleh UMKM tidak semata disebabkan oleh ketidaktahuan, tetapi juga akibat kesenjangan akses dan kurangnya dukungan perangkat digital dari pemerintah maupun pihak swasta. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa keterbatasan tidak hanya terjadi pada level teknis, tetapi juga mencakup hambatan psikologis seperti ketakutan terhadap kerusakan perangkat, kekhawatiran terhadap biaya, serta persepsi bahwa teknologi itu rumit dan tidak relevan.

Lebih lanjut, kendala pelatihan yang bersifat satu arah dan tidak kontekstual juga memperparah kondisi. Pelaku usaha yang pernah mengikuti pelatihan mengaku kesulitan menerapkan materi karena tidak mendapat pendampingan lanjutan. Hal ini selaras dengan temuan Prasetyo dan Wibowo (2023), yang menunjukkan bahwa program pelatihan tanpa dukungan praktis dan kesinambungan jarang berhasil mengubah perilaku pelaku UMKM secara signifikan.

Namun demikian, terdapat indikasi awal adanya proses adaptasi yang bersifat spontan dan berbasis lingkungan sosial. Peran anggota keluarga, khususnya anak-anak muda, menjadi jembatan penting dalam memperkenalkan teknologi digital secara bertahap kepada pelaku usaha yang lebih senior. Fenomena ini diperkuat oleh temuan Hidayah dan Lestari (2023), yang menyatakan bahwa adopsi digital oleh pelaku UMKM sering kali dimulai dari interaksi informal dalam keluarga atau komunitas terdekat.

Dengan demikian, strategi intervensi digitalisasi UMKM sebaiknya tidak hanya mengandalkan pelatihan formal, tetapi juga perlu mempertimbangkan pembelajaran sosial berbasis komunitas. Studi oleh Sumarni et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis lokal dan berbiaya rendah lebih efektif dalam menjembatani kesenjangan digital, karena metode ini bersifat kontekstual dan mudah dipahami oleh pelaku usaha kecil.

Potensi penguatan digitalisasi UMKM di Karijawa semakin besar jika didukung oleh struktur ekosistem yang melibatkan aktor-aktor strategis seperti pemerintah daerah, institusi pendidikan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, serta komunitas lokal. Franky et al. (2025) menyarankan pembentukan pusat pembelajaran digital berbasis media lokal sebagai sarana kolaborasi dan pemberdayaan UMKM. Model ini diyakini mampu memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk bereksperimen dengan teknologi secara aman, terarah, dan sesuai dengan karakteristik lokal.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, transformasi digital UMKM kuliner di Karijawa memerlukan pendekatan yang holistik, berkelanjutan, dan berakar pada kebutuhan nyata di lapangan. Digitalisasi bukan sekadar proses adopsi alat, tetapi mencakup perubahan pola pikir, perilaku usaha, dan cara berinteraksi dengan pasar. Oleh karena itu, keberhasilan strategi digitalisasi akan sangat ditentukan oleh sejauh mana aktor lokal mampu menciptakan lingkungan belajar yang adaptif, inklusif, dan memberdayakan.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa tingkat pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Karijawa masih tergolong rendah dan belum terintegrasi secara menyeluruh dalam proses bisnis. Penggunaan TIK umumnya terbatas pada fungsi dasar media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, yang

sebagian besar dimanfaatkan untuk komunikasi pribadi daripada strategi pemasaran digital. Aplikasi pendukung usaha seperti sistem kasir digital, platform pemesanan daring, dan metode pembayaran non-tunai masih belum banyak digunakan. Kendala utama yang dihadapi meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan perangkat dan infrastruktur, serta minimnya dukungan pelatihan dan pendampingan teknis dari pihak eksternal. Selain itu, faktor-faktor psikologis seperti ketakutan terhadap teknologi baru dan persepsi bahwa digitalisasi rumit dan tidak relevan juga turut memperlambat proses adopsi. Meskipun demikian, terdapat indikasi awal adanya adaptasi teknologi, terutama melalui dukungan dari lingkungan keluarga dan permintaan konsumen muda. Potensi pengembangan transformasi digital sangat terbuka apabila didukung oleh pendekatan yang kontekstual, berkelanjutan, dan berbasis komunitas. Keterlibatan aktif pemerintah daerah, institusi pendidikan tinggi, serta komunitas lokal menjadi kunci dalam mempercepat proses digitalisasi UMKM di wilayah tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan bagi pemerintah daerah untuk menyusun program pelatihan TIK yang aplikatif dan berkelanjutan, dengan fokus pada praktik langsung serta pendampingan di tempat usaha, serta memperluas infrastruktur internet dan memberikan insentif berupa subsidi perangkat digital bagi pelaku UMKM kecil yang rentan secara ekonomi. Bagi lembaga pendidikan dan pendamping, diperlukan penguatan kemitraan strategis dalam bentuk program pengabdian masyarakat, inkubasi digital, atau praktik kerja lapangan mahasiswa yang terintegrasi dengan kebutuhan nyata UMKM lokal, sehingga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan yang kontekstual dan berkelanjutan. Bagi pelaku UMKM, penting untuk meningkatkan kesadaran dan kemauan belajar mandiri dalam memanfaatkan teknologi melalui pembentukan kelompok belajar atau komunitas berbagi antar pelaku usaha sebagai ruang kolektif untuk memperkuat literasi digital dan berbagi praktik baik.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan campuran (*mixed methods*) guna mengukur secara kuantitatif dampak adopsi TIK terhadap indikator kinerja usaha seperti peningkatan omzet, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan, serta melakukan kajian komparatif antar wilayah atau fokus tematik seperti literasi digital, pemasaran daring, atau inovasi produk berbasis teknologi untuk memperkaya pemahaman dalam konteks transformasi digital UMKM.

Referensi:

- Ajib, A. F., Priadi, A., Sufri, M., & As' ad, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 111-119.
- Astuti S, Ramadhan R. Efektivitas pelatihan digital terhadap peningkatan kapasitas UMKM di wilayah perdesaan. *J Transformasi Digital UMKM*. 2023;5(1):45-56.
- Bengtsson M. How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *Scand J Public Health*. 2016;44(2):1-8.
- Creswell JW. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2014.
- Denzin NK. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill; 2019.
- Dinas Perindustrian Kabupaten Dompu. *Laporan Tahunan Pengembangan UMKM di Kabupaten Dompu*. Dompu: Pemerintah Kabupaten Dompu; 2023.
- Franky F, Mega Z, Rahayu R. Inovasi UMKM berbasis media dan teknologi untuk optimalisasi ekonomi Indonesia yang berkelanjutan. *J Abdimoestopo*. 2025;5(1).
- Godwin G, Junaedi SRP, Hardini M. Inovasi bisnis digital untuk mendorong pertumbuhan UMKM melalui teknologi dan adaptasi digital. *J Abdi Inov*. 2024;5(2).
- Handayani AD. Digitalisasi UMKM: Peningkatan kapasitas melalui program literasi digital. *Signal*. 2023;7(3).
- Hidayah R, Lestari M. Pengaruh lingkungan sosial terhadap adopsi digital oleh UMKM di

- Indonesia. *J Ekonomi Digital Indones*. 2023;4(2).
- Hidayat H, Sari D. Pemanfaatan TIK untuk Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia. *J Ekonomi Digital Indones*. 2022;6(1):45-59.
- Hidayat R, Sari LM. Strategi media sosial pada UMKM kuliner. *J Ekonomi Digital Indones*. 2022;3(1).
- Kapasitas dan Daya Saing. *J Pengemb UMKM*. 2023;5(2):102-15.
- Lincoln YS, Guba EG. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publications; 2020.
- Maimuna FF, Roroa NAF, Misrah M. Transformasi digital dalam kewirausahaan: Analisis faktor penghambat dan pendorong. *J Simetris*. 2024;6(2).
- Miles MB, Huberman AM, Saldana J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2018.
- Nugroho R, Widodo H, Prasetyo B. Digital Transformation in Indonesian UMKM: Opportunities and Challenges. *J Teknol dan Manaj*. 2022;8(1):30-44.
- Patton MQ. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 4th ed. Thousand Oaks: Sage Publications; 2018.
- Prasetyo B, Wibowo P. Analisis Keterbatasan Infrastruktur dan Keterampilan Digital pada UMKM di Daerah Terpencil. *J Pembangunan Ekonomi*. 2023;14(1):78-92.
- Ramdani, M. R., Kamidin, M., & Ajmal, A. A. (2018). Implementasi SAK-ETAP pada UMKM warkop di Kota Makassar. *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 3(2), 109-117.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta; 2019.
- Sukmawati, S., Asmaliani, I., & As' ad, A. (2024). Peningkatan Produksi dan Perbaikan Pemasaran dari Produk Abon Cakalang Pedas Kedai Shafa di kelurahan Pandang, Panakkukang, Makassar. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 2928-2940.
- Sumarni T, Harto B, Yuliastiati G. Inovasi pendampingan teknologi rendah biaya: Transformasi digital untuk mengatasi kesenjangan digital UMKM di Desa Cibogo Lembang. *IKRAITH-ABDIMAS*. 2024;7(1).
- Wahyudin A, Sudarmiati S, Handayati P. Peran digitalisasi dan inovasi produk dalam mendorong UMKM go ekspor di era ekonomi global di Pulau Madura. *J Investasi Inov*. 2025;6(1).