

Efektifitas Program Digitalisasi untuk UMKM Pesantren dan Umum

*Heri Kusairi & Chusnul Abady

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: [10.46821/benchmark.v5i1.525](https://doi.org/10.46821/benchmark.v5i1.525)

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis efektivitas program digitalisasi yang diterapkan pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), baik di lingkungan pesantren maupun di masyarakat umum sekitar wilayah Jombang, dalam meningkatkan kinerja usaha. Program digitalisasi ini mengintegrasikan strategi pemasaran daring untuk memperluas jangkauan produk lokal sehingga produk dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, di mana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap UMKM yang terlibat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program digitalisasi ini efektif dalam mendukung pertumbuhan dan performa UMKM, baik di pesantren maupun di kalangan umum, khususnya pada periode 2023-2024.

Kata Kunci: Efektivitas, Program Digitalisasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pesantren, Umum.

Effectiveness of the Digitalization Program for MSME Islamic Boarding Schools and The General

ABSTRACT

This study was conducted to assess the effectiveness of the digitalization program for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) within Islamic boarding schools and the general public around the Jombang area in supporting the enhancement of MSME performance. The program involves online marketing of local products, targeting both specific and general buyers to increase product visibility within the community. A qualitative research method with a descriptive approach was used, collecting data through interviews and direct observation of the research subjects. The findings indicate that the digitalization program for MSMEs in boarding schools and the general public has proven highly effective in enhancing performance during 2023-2024.

Keywords: Effectiveness, Digitalization Program, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Islamic Boarding School, General.



This is an open access article under the CC-BY

*Corresponding Author:

Email: heri.kus@ubhara.ac.id

Page: 27-34

PENDAHULUAN

Peran UMKM dalam perekonomian nasional sangatlah penting, baik dari segi penyerapan tenaga kerja dan kontribusi pada pendapatan Negara. Dengan jumlahnya yang besar, UMKM memiliki daya serap 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, dan kontribusinya pada PDB mencapai 60,5% (Kemenko Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Selain itu, UMKM merupakan satu sector yang cenderung stabil di tengah badi ekonomi. Itu sebabnya pemerintah selalu berusaha membantu mempertahankan dan menumbuhkan UMKM.

UMKM di Indonesia terdiri dari UMKM umum dan UMKM pesantren. Menurut data menteri agama, 1845 pesantren memiliki potensi ekonomi. Yaitu 90,48% dari 11.868 pesantren sudah memiliki unit usaha. Studi tentang produk UMKM pesantren masih sedikit. Terutama terkait dengan UMKM yang beroperasi pada platform digital. Sejumlah studi tentang digitalisasi UMKM, meliputi Yuliana dan Tarigan (2022) yang membahas program pemberdayaan UMKM pesantren se-Sumatera Utara, Majid dkk. (2023) yang meneliti peran digitalisasi ekonomi untuk kemandirian ekonomi pesantren, Handayani (2023) yang memperhatikan peran digitalisasi untuk peningkatan kapasitas UMKM, atau Pinem dkk. (2022) yang meneliti digitalisasi manajemen pada UMKM di Jombang, Jawa Timur. Berbeda dengan studi terdahulu, studi sekarang ini meneliti efektivitas program digitalisasi pemerintah di dua jenis UMKM ini dengan melihat hasil dan pertumbuhan setelah intervensi program. Hasil dari studi ini akan menjadi masukan bagi pemerintah dan UMKM, dan penyesuaian yang perlu dilakukan oleh UMKM pesantren yang memang pemain baru dimana UMKM umum dapat menjadi standar. Triple tracks ini merupakan Pembaruan studi ini. Untuk melakukan observasi ini, ada beberapa tahapan penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

- a. Persiapan Pada tahap ini, peneliti menentukan kategori untuk kelompok UMKM umum dan UMKM pesantren. Kategori harus cukup ketat untuk sampling yang representative, yaitu 4 UMKM umum dan 4 UMKM pesantren.
- b. Review dan wawancara dengan pengurus UMKM. Tahapan ini untuk mendapatkan gambaran tentang kesiapan fisik dan sumberdaya, ketepatan program, durasi program, bentuk pendampingan, daya serap, subtainabilitas dan pertumbuhan pada UMKM umum dan UMKM pesantren.
- c. Triangulasi hasil review dan wawancara. Tahapan ini untuk mendapatkan gambaran perbandingan kondisi yang terjadi pada UMKM pesantren dan UMKM umum. Hal ini penting untuk penentuan adanya gap yang perlu ditutupi, sehingga UMKM pesantren dapat menyerap program digitalisasi secepat UMKM umum, dan mengejar ketertinggalan dari UMKM umum dalam bisnis di platform digital.
- d. Pembuatan model untuk kelayakan kesiapan fisik dan sumberdaya pesantren dalam menerima dan menyerap program peningkatan kemampuan dari pemerintah atau lembaga lain, yang dapat meningkatkan kepastian keberhasilan program kedepannya.

METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan di Jombang, mengingat Jombang salah satu area dengan reputasi dan citra kota santri. Studi ini termasuk deskriptif kualitatif, berupa review, wawancara dan triangulasi data. Studi ini mengikuti sejumlah tahapan, mulai dari persiapan berupa

penentuan UMKM umum dan UMKM pesantren yang akan menjadi sampel untuk review dan wawancara, hingga pelaksanaan review dan wawancara, triangulasi data hasil review dan wawancara, serta pembuatan model untuk kesiapan menerima dan menyerap program peningkatan kemampuan kedepannya.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merujuk pada segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian, berdasarkan karakteristik atau aspek-aspek yang telah didefinisikan. Melalui definisi tersebut, diperoleh pemahaman tentang variabel-variabel yang diteliti, serta cara pengukurannya. Sesuai dengan judul penelitian, penulis akan menjelaskan lebih rinci variabel-variabel yang relevan dalam pembahasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian kualitatif memiliki fokus yang holistik, yang berarti mencakup keseluruhan aspek dan tidak terpisahkan satu sama lain. Pendekatan ini memandang situasi sosial secara menyeluruh, mencakup tiga elemen utama: lokasi (place), individu yang terlibat (actor), dan kegiatan yang berlangsung (activity). Ketiga elemen ini saling berinteraksi secara sinergis untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai konteks yang diteliti (Sugiyono, 2016:32).
- b. Penelitian ini difokuskan pada evaluasi efektivitas Program Digitalisasi untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mencakup pesantren dan masyarakat umum dalam meningkatkan kegiatan pemasaran online. Terdapat tiga aspek utama yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu:
 - a) Meningkatkan jumlah dan value produk
 - b) Meningkatkan penjualan dan promosi secara online
 - c) Peningkatkan kinerja Usaha Mikro Kecil Pesantren dan (UMKM) umum

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui beberapa metode, yakni observasi langsung, wawancara mendalam, dan pengumpulan dokumen terkait (Sugiyono, 2014:83). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data dari berbagai sudut pandang sehingga memperkaya pemahaman atas fenomena yang diteliti, antara lain sebagai berikut.

Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan selama pengamatan di lapangan. Melalui teknik ini, peneliti dapat mencatat berbagai peristiwa atau fenomena yang terjadi, dengan tujuan memperoleh data yang mendalam dan autentik untuk mengidentifikasi atau memverifikasi suatu kebenaran. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengamati detail-detail yang mungkin terlewatkan dengan metode lain, sehingga memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman terhadap konteks penelitian.

Wawancara

Peneliti menggunakan metode wawancara tak terstruktur, di mana data yang diharapkan belum sepenuhnya terdefinisikan sebelumnya. Dalam wawancara ini, peneliti mengajukan pertanyaan terbuka dan lebih banyak berfokus pada mendengarkan paparan

dari informan untuk menggali informasi yang relevan secara mendalam. Wawancara dilakukan secara langsung dengan berbagai pihak terkait, termasuk Kepala unit UMKM di pesantren, pemilik UMKM umum, karyawan di kedua jenis UMKM, serta pelanggan dari UMKM pesantren dan umum. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih komprehensif dari setiap aktor yang terlibat.

Dokumentasi

Moleong (2014:160) menegaskan bahwa dokumentasi berfungsi sebagai sumber data yang stabil dan alami, sehingga menjadi alat yang efektif untuk memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi bisa terdiri dari beragam bentuk, mulai dari dokumen resmi yang dipublikasikan hingga arsip pribadi seperti foto, video, dan catatan harian. Dalam penelitian ini, peneliti berencana mengumpulkan berbagai jenis dokumentasi yang berharga, termasuk catatan wawancara yang dilakukan, foto-foto bersama para informan, serta rekaman video dan dokumen lain yang dihasilkan selama proses wawancara. Dengan pendekatan ini, diharapkan bahwa dokumentasi dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan memperkaya analisis yang dilakukan.

Teknik Analisis Data

Dalam konteks penelitian kualitatif, analisis data dilakukan secara bersamaan selama fase pengumpulan data dan dilanjutkan setelahnya. Sugiyono (2016:246) mengemukakan bahwa proses analisis data kualitatif bersifat interaktif dan berlangsung tanpa henti hingga penelitian sepenuhnya selesai. Ini menunjukkan bahwa peneliti memiliki peran aktif dalam menafsirkan dan menyimpulkan informasi yang diperoleh, sekaligus menghubungkannya dengan kerangka teori yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik analisis data yang diadopsi dalam penelitian ini merujuk pada model yang diajukan oleh Miles dan Huberman (dalam Lexy J. Moleong, 2012:247), yang mendefinisikan analisis data kualitatif sebagai serangkaian aktivitas yang terjadi secara bersamaan, mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penelitian ini mengimplementasikan sejumlah langkah metodologis yang spesifik dalam menerapkan teknik analisis tersebut, yang akan dipaparkan lebih lanjut sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian. Data yang dikumpulkan peneliti melalui hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang terkait efektivitas pemberian program digitalisasi terhadap UMKM pesantren dan UMKM umum dalam menunjang pemasaran online.

b. Reduksi Data

Reduksi data mengacu pada proses menyusun ulang, memilih, dan menekankan elemen-elemen penting dari informasi yang dikumpulkan. Dalam tahap ini, data disederhanakan dan diorganisir secara sistematis untuk memfokuskan pada temuan yang esensial dan relevan. Proses reduksi data bertujuan untuk mengklasifikasikan serta menyaring informasi yang tidak diperlukan, sehingga peneliti dapat lebih mudah dalam menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti berencana untuk melakukan verifikasi data yang diperoleh, baik dari sumber primer maupun

sekunder, untuk memastikan akurasi dan validitas informasi. Dengan demikian, peneliti dapat menyusun kesimpulan yang solid berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan berbagai informan.

c. Penyajian data

Penyajian data merujuk pada penyusunan informasi yang terorganisir, yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang bermakna. Metode penyajian data dapat bervariasi, termasuk deskripsi singkat, grafik, penggambaran relasi antar kategori, diagram alur, dan bentuk representasi lainnya yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai fenomena yang diamati. Meskipun demikian, penyajian data yang paling umum digunakan adalah dalam format teks naratif. Dalam konteks penelitian ini, data yang disajikan mencakup uraian mendalam tentang efektivitas program digitalisasi yang diterapkan pada UMKM pesantren serta UMKM umum, dengan tujuan untuk mendukung kemajuan dalam penerapan teknologi berbasis online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektifitas

Penulis menganalisis implementasi efektifitas program digitalisasi UMKM pesantren dan umum (Studi Kasus di wilayah Jombang, Jawa Timur), menggunakan pendapat dari efektifitas pencapaian tujuan, intregasi dan adaptasi untuk target penjualan online, untuk program digitalisasi ada konsep digitalisasi, implementasi digitalisasi dan digitalisasi, Sumber daya yang dikerahkan untuk UMKM pesantren dan umum. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

Pencapaian Tujuan

Keseluruhan upaya pencapaian tujuan harus dipandang sebagai suatu proses untuk memajukan tingkat persaingan terhadap UMKM pesantren dan UMKM umum . Oleh karena itu, agar pencapaian tujuan akhir semakin terjamin, diperlukan pentahapan menjaga mutu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, baik dalam arti pentahapan pencapaian bagian-bagiannya maupun pentahapan dalam arti periodisasiya. Pencapaian tujuan terdiri dari beberapa aktor, yaitu: Kurun waktu jangka pendek dan jangka panjang agar sasaran yang merupakan target kongkrit dalam meningkatkan UMKM kedepannya.

Integrasi

Pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi terhadap konsumen dan karyawan untuk mengukur kinerja dalam melakukan pelayanan penjualan online , pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi. Dan memberikan pendampingan bagi karyawan atau konsumen yang belum paham tentang proses cara melakukan pesanan atau menerima pemesanan, supaya memudahkan untuk pelayanan penjualan online.

Adaptasi

Kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu digunakan tolak ukur proses pengadaan dan pengisian tenaga kerja. Supaya bisa menyesuaikan dengan keadaan kemajuan teknologi di era mileneal, meskipun banyak golongan menengah bawah menolak adaptasi secara tidak langsung di karenakan kurangnya pengetahuan atau wawasan tentang teknologi yang ada selama ini.

Program Digitalisasi

Digitalisasi pasar telah mengalami transformasi signifikan sebagai respons terhadap perubahan pola perdagangan yang muncul akibat pandemi Covid-19. Fenomena ini terlihat dalam berbagai aspek, mulai dari meningkatnya transaksi daring hingga pergeseran preferensi konsumen terhadap metode pembayaran yang lebih praktis, seperti pembayaran nontunai. Selain itu, pandemi juga mendorong pemanfaatan layanan kurir online, yang memfasilitasi pengiriman barang secara cepat dan efisien, serta mengurangi mobilitas masyarakat yang terpaksa dibatasi demi menjaga kesehatan dan keselamatan.

Keberlangsungan sektor ekonomi, bisnis, produksi, distribusi, logistik, dan promosi kini sangat bergantung pada inovasi dan penerapan teknologi yang tepat. Inovasi ini bukan hanya tentang adopsi alat atau sistem baru, tetapi juga mencakup pengembangan model bisnis yang lebih adaptif terhadap kebutuhan konsumen di era digital. Oleh karena itu, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diharapkan untuk tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga menciptakan nilai tambah yang dapat membedakan produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Digitalisasi pasar memberikan peluang signifikan bagi pelaku UMKM, terutama bagi para pedagang di pasar rakyat, dengan implementasi digitalisasi pedagang dapat melakukan transaksi dengan risiko kontak yang minimal, menjadikannya lebih aman dan nyaman bagi kedua belah pihak. Pendekatan ini sangat relevan di tengah upaya pencegahan penularan virus, di mana interaksi langsung sebaiknya diminimalkan. Pasar rakyat, yang selama ini menjadi titik sentral aktivitas ekonomi masyarakat, diharapkan dapat terus beroperasi dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan. Hal ini penting agar kepercayaan masyarakat terhadap keamanan berbelanja di pasar tetap terjaga.

Dengan memanfaatkan platform online, para pedagang dapat menjangkau pasar yang lebih besar tanpa batasan geografis, memungkinkan mereka untuk menjajakan produk mereka kepada konsumen yang sebelumnya mungkin tidak terjangkau. Ini berarti bahwa produk yang ditawarkan oleh UMKM dapat dikenal lebih luas, yang pada gilirannya berpotensi mendongkrak penjualan dan pendapatan. Mereka tidak lagi harus pergi ke pasar secara fisik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, melainkan dapat melakukan transaksi melalui perangkat gadget mereka. Hal ini mengurangi waktu dan tenaga yang diperlukan untuk berbelanja, serta memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi konsumen dalam memilih waktu berbelanja sesuai dengan kenyamanan mereka. Dengan kata lain, digitalisasi pasar tidak hanya menguntungkan penjual tetapi juga memberi nilai lebih kepada pembeli.

Oleh karena itu, digitalisasi bukan hanya sekadar tren, tetapi merupakan prioritas strategis yang harus diperhatikan oleh UMKM. Dalam upaya mempertahankan semangat penjualan online, UMKM perlu memanfaatkan berbagai saluran digital dan menerapkan

strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pasar mereka. Di era milenial setelah masa pandemi, kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi dan memahami dinamika perilaku konsumen menjadi kunci keberhasilan. Digitalisasi pasar diharapkan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan kebutuhan masyarakat dengan produk yang ditawarkan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

UMKM Pesantren

UMKM Pesantren yang melaksanakan kegiatan di area jombang masih banyak menggunakan jual beli atau perdagangan secara offline/tatap muka. Dengan pangsa pemasaran yaitu para santri atau wali santri sesuai kebutuhan khiduapan sehari-hari dan bekal oleh-oleh untuk pulang mondok untuk liburan dan kelulusan, disamping itu banyak juga di handel oleh koperasi oleh pihak pesantren dan tidak melakukan kerjasama dengan UMKM lainnya. Untuk koperasi karyawan bukan dari santri yang bersangkutan di sebabkan kurangnya keahlian dalam pengetahuan penjualan dan pelayanan pelanggan, maka dari itu karyawan koperasi kurang bisa melakukan penjualan sesuai target yang di harapkan oleh pihak pengelola pesantren.

UMKM Umum

UMKM umum yang melaksanakan kegiatan di area jombang di sekitar wilayah pondok pesantren sudah banyak menggunakan system online berupa shopee, go food, grab food dan sosmed lainnya, meskipun mereka banyak pesaingnya tetep saja penjualannya selalu ramai dan lancar baik juga yang datang ke lokasi rata-rata keluarga dari pondok pesantren atau para santri atau juga karyawan pondok pesantren. Dan pemilik/onwer UMKM umum banyak yang dari luarkota bukan penduduk asli area jombang begitu juga karyawan nya. Karyawan UMKM umum rata-rata dari saudara atau keluarga pemilik nya. Ada sewa yang lahan tempat untuk usaha atau jualan dan ada juga yang sewa. Mereka sepertinya sudah penguasai pengetahuan tentang proses penjualannya dan pelayanan demi kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Dalam hal sosialisasi peran kepala desa belum optimal banyak sekali yang belum mengetahui tentang hal-hal menyangkut kebutuhan ekonomi kerakyatan khususnya UMKM. Memudahkan dalam hal pelayanan administrasi untuk perizinan mendirikan UMKM dan simpan pinjam. Mendorong berkembangnya UMKM Pesantren dan UMKM umum Untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya. Meningkatkan Pendapatan Masyarakat demi tercipta nya suasana aman dan nyaman dalam kemajuan di era mileneal. Terdapat fasilitas jaringan internet gratis dibeberapa tempat tertentu untuk mendukung proses penjualan dan pelayanan pelanggan demi kepuasan pelanggan. Koordinasi terjalin dengan mudah melalui media sosial supaya lancar dengan adanya aktivitas sehari-harinya dengan rekam jejak digital. Sumber daya aparatur yang mengelola sudah mumpuni, namun hanya ada satu orang karena keterbatasan tenaga IT maka dari itu perlu ada penambahan sumber tenaga ahli untuk menunjang kemudahan pelayanan pelanggan. Masyarakat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai keinginan di masa saat ini sangat memudahkan melalui hp atau sosmed lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas Melalui Program Literasi Digital. *JURNAL SIGNAL*, 11(1), 1-14.
- Majid, A., Noviarita, H., dan Anggraeni, E. (2023). Peran Digitalisasi Ekonomi Untuk Membentuk Kemandirian Ekonomi Pesantren. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1265-1273. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3441>.
- Pinem, D., Pusporini, dan Masnuna. (2022). Digitalisasi Manajemen Pada Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di DepokJawa Barat. *Jurnal iKRAITH-ABDIMAS*, 5(1), 172-183.
- Yuliana, R., dan Tarigan, A. (2022). Analisis Program Pemberdayaan UMKM Pada Pesantren Se Sumatera Utara Guna Meningkatkan Pembangunan Pesantren (Studi Kasus Kemenag Sumatera Utara). *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 242–250. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v1i2.374>.
- Subarsono, A. G. (2012). *Analisis Kebijakan Publik (Konsep, Teori, dan Aplikasi)*. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.