



Analisis Tren Pasar dan Kelayakan Produk UMKM Era Digital: Studi Kasus Desa Tampingmojo Jombang

Elza Luthfiyah

230721100087@student.trunojoyo.ac.id

Universitas Trunojoyo Madura

Nadia Nurfadila

230721100127@student.trunojoyo.ac.id

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jalan Raya Telang, Kec. Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur 69162

Korespondensi penulis: 230721100087@student.trunojoyo.ac.id

Abstrak. *The rise of digital technology brings both challenges and prospects for small and medium enterprises (SMEs), especially in areas like Tampingmojo, Jombang. Numerous SME operators find tough to keep up with the ever-changing digital market landscape. This study employs a qualitative methodology, utilizing a combination of surveys, interviews, and local market trend analyses. Findings indicate that adopting digital technology provides considerable chances to broaden outreach via online channels. Nonetheless, achieving success in digital conversion relies on readiness for technology, innovation in products, and effective marketing tactics. Assessing the viability of product development encompasses dimensions such as market conditions, production factors, management practices, financial considerations, and socio-economic effects. The study concludes that enhancing digital capabilities and embracing technology is vital for SMEs to remain competitive in the long run. Consequently, there is a necessity for training and guidance to enable SMEs to adapt and thrive within the constantly evolving digital landscape.*

Keywords: Digital marketing; MSMEs; Technology adoption

Abstrak. Kemunculan teknologi digital membawa tantangan sekaligus prospek bagi usaha kecil dan menengah (UMKM), terutama di daerah seperti Tampingmojo, Jombang. Banyak pelaku UMKM merasa kesulitan untuk mengikuti lanskap pasar digital yang terus berubah. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, dengan menggunakan kombinasi survei, wawancara, dan analisis tren pasar lokal. Temuan menunjukkan bahwa mengadopsi teknologi digital memberikan peluang yang cukup besar untuk memperluas jangkauan melalui saluran online. Meskipun demikian, mencapai kesuksesan dalam konversi digital bergantung pada kesiapan teknologi, inovasi produk, dan taktik pemasaran yang efektif. Menilai kelayakan pengembangan produk mencakup dimensi-dimensi seperti kondisi pasar, faktor produksi, praktik manajemen, pertimbangan keuangan, dan dampak sosial ekonomi. Studi ini menyimpulkan bahwa meningkatkan kemampuan digital dan merangkul teknologi sangat penting bagi UMKM untuk tetap kompetitif dalam jangka panjang. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk pelatihan dan bimbingan agar UMKM dapat beradaptasi dan berkembang dalam lanskap digital yang terus berkembang.

Kata Kunci: Adopsi teknologi; Pemasaran digital; UMKM

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah muncul sebagai tren dunia yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan manusia, meliputi bidang bisnis dan kewirausahaan. Di Indonesia, digitalisasi ekonomi mengalami kemajuan pesat, dengan pasar digital yang diharapkan bernilai USD 124 miliar pada tahun 2025. Kemajuan ini didorong oleh meningkatnya akses internet, menjamurnya telepon pintar, dan berkembangnya kerangka kerja untuk pembayaran digital. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi utama perekonomian Indonesia, menyumbang hampir 60% dari total PDB dan menyediakan lapangan kerja bagi 97% tenaga kerja. Namun, integrasi teknologi digital di kalangan UMKM masih cukup terbatas. Sekitar 12%

UMKM telah berhasil mengimplementasikan teknologi digital. Untuk mendorong transformasi digital usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemerintah, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), telah meluncurkan inisiatif “UMKM Level Up”. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman digital dan adopsi teknologi di kalangan UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan mempekerjakan hampir 97% tenaga kerja di Indonesia. Peran penting ini menjadikan UMKM sebagai sektor yang fundamental dalam menciptakan lapangan kerja dan mengentaskan kemiskinan. Meskipun demikian, di tengah lanskap digital yang berkembang pesat, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam merangkul teknologi digital, termasuk infrastruktur yang tidak memadai, literasi digital yang rendah, dan tantangan dalam memperoleh pembiayaan (Aftitah et al. 2025).

Transformasi digital seharusnya menjadi jalan strategis untuk meningkatkan efektivitas operasional dan memperluas akses pasar bagi UMKM. Namun, integrasi teknologi digital dalam lingkup UMKM masih lamban. Menurut Survei Nasional UMKM tahun 2022, hanya 17% UMKM yang menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka, dan hanya 10% yang menerapkan sistem informasi manajemen berbasis digital. Hambatan signifikan terhadap kemajuan digital UMKM termasuk kurangnya literasi digital dan koneksi internet yang terbatas, terutama di daerah pedesaan (Pratamansyah 2024).

Kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia dalam lingkungan digital saat ini sangat dipengaruhi oleh kemahiran mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk mendorong inovasi dan meningkatkan daya saing. Dengan mengintegrasikan teknologi, UMKM dapat mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh persaingan pasar secara efektif, yang berujung pada pertumbuhan yang signifikan. Dukungan pemerintah yang kuat melalui regulasi yang efisien dan bantuan dari sektor swasta dalam menyediakan solusi teknologi sangat penting untuk menghadapi pergeseran digital ini. Pemerintah Indonesia telah menetapkan target ambisius untuk mendorong digitalisasi di kalangan UMKM. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) meluncurkan inisiatif “Adopsi Teknologi Digital UMKM 2024”, yang bertujuan untuk memperkecil kesenjangan digital dan meningkatkan kemahiran teknologi di kalangan pengusaha kecil. Selain itu, Kementerian Koperasi dan UKM, bekerja sama dengan PT Telkom Indonesia, sedang melaksanakan program “Entrepreneur Hub 2025” yang bertujuan mempercepat transformasi digital UMKM melalui inisiatif pelatihan dan akses ke sumber daya digital Anon n.d.).

Kerja sama antara pemerintah, penyedia teknologi, dan UMKM sangat penting untuk memastikan bahwa digitalisasi berkembang dari fase sementara menjadi elemen kunci dalam mendorong kemajuan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Laporan INDEF menyarankan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan meningkatkan daya saing melalui adopsi platform digital. Namun, hambatan seperti infrastruktur digital yang tidak memadai, kekurangan tenaga kerja terampil, dan tingkat literasi digital yang rendah masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Untuk mengatasi masalah ini, inisiatif kolaboratif sangat diperlukan untuk menyediakan pelatihan, bimbingan, dan akses teknologi yang terjangkau bagi UMKM. Akibatnya, transformasi digital yang diantisipasi pada tahun 2025 diharapkan memberikan manfaat jangka panjang bagi ekonomi Indonesia, dengan UMKM menjadi komponen fundamental dari ekonomi digital nasional.

Desa Tampingmojo di Kabupaten Jombang merupakan contoh nyata dari tantangan dan prospek yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di pedesaan selama fase transformasi digital. Meskipun daerah ini memiliki potensi ekonomi lokal yang signifikan melalui

kerajinan tangan, masakan rumahan, dan layanan yang selaras dengan atribut desa, banyak pelaku UMKM yang masih menjalankan usahanya secara tradisional (Supriyatno n.d.). Dari produksi hingga pemasaran, mereka sebagian besar melakukan proses manual dan bergantung pada rujukan, sehingga kurang memanfaatkan teknologi digital yang dapat memperluas akses pasar mereka.

Hambatan utama yang menghambat kemajuan termasuk infrastruktur digital yang tidak memadai, pelatihan kewirausahaan kontemporer yang tidak memadai, dan pemahaman teknologi yang terbatas di antara para pelaku bisnis. Padahal, jika UMKM di Tampingmojo dapat memanfaatkan dan unggul dalam inovasi digital, mereka dapat meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta terhubung dengan audiens yang lebih luas melalui media sosial dan berbagai platform online. Situasi ini menyoroti kesenjangan antara apa yang dapat diwujudkan dan kondisi aktual saat ini. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada konteks lokal, seperti penelitian ini, sangat penting untuk menyusun strategi pemberdayaan yang efektif dan berkelanjutan bagi UMKM, serta menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan yang lebih adaptif dan inklusif.

Transformasi digital untuk UMKM mencakup penggabungan teknologi komunikasi dan informasi ke dalam proses operasional yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, mendorong inovasi, dan meningkatkan daya saing. Dengan merangkul teknologi, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, memperluas kehadiran mereka di pasar, dan meningkatkan hubungan mereka dengan konsumen. Menganalisis tren pasar memiliki arti penting dalam lanskap digital saat ini, di mana kebiasaan konsumen berubah dengan cepat. Memperoleh wawasan tentang pilihan konsumen dan kondisi pasar memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan penawaran dan pendekatan promosi mereka secara efektif.

Potensi UMKM Indonesia dalam lanskap digital saat ini sangat dipengaruhi oleh kemampuannya untuk memanfaatkan teknologi guna mendorong inovasi dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Ketika UMKM berhasil mengintegrasikan kemajuan teknologi, mereka tidak hanya dapat mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh persaingan pasar, tetapi juga mencapai pertumbuhan yang signifikan. Dukungan yang kuat dari pemerintah melalui regulasi yang memfasilitasi dan bantuan dari sektor swasta, yang menyediakan solusi teknologi yang diperlukan, menjadi kunci dalam transisi digital ini. Kerja sama antara pemerintah, penyedia teknologi, dan UMKM sangat penting untuk memastikan bahwa digitalisasi tidak hanya menjadi tren sesaat, tetapi menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di masa depan. Akibatnya, transformasi digital yang direncanakan untuk tahun 2025 diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perekonomian Indonesia.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah meneliti berbagai aspek transformasi digital dan penguatan UMKM. Meskipun demikian, masih sedikit penelitian yang menghubungkan evaluasi tren pasar dengan pengembangan praktis produk UMKM, khususnya di daerah pedesaan. Studi ini menyajikan metode komprehensif yang menggabungkan kedua elemen ini untuk memberikan panduan strategis bagi UMKM yang berlokasi di Desa Tampingmojo.

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengidentifikasi trend pasar yang relevan untuk pengembangan produk UMKM di Desa Tampingmojo dalam menghadapi era digitalisasi.
2. Menilai kelayakan pengembangan produk UMKM di daerah tersebut dari aspek pasar, teknis, manajerial, finansial, dan social ekonomi.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi paduan bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meancang strategi pemberdayaan UMKM yang konstektual dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

1. Transformasi Digital dan UMKM

Menurut (Komalasari et al. 2025) Kemampuan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan berkontribusi untuk meningkatkan operasi usaha mikro, kecil, dan menengah, terutama di industri makanan. Dikatakan bahwa menggabungkan inovasi digital dengan rencana bisnis dapat meningkatkan efisiensi dalam operasi dan memperluas akses ke pasar. Penelitian ini menekankan bahwa TIK memungkinkan peserta UMKM untuk bereaksi cepat terhadap perubahan di pasar dan terhubung dengan pelanggan lebih efektif melalui media sosial dan berbagai saluran digital.

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi informasi dan komunikasi ke dalam seluruh aspek operasional UMKM untuk meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing. Meskipun demikian, keterbatasan infrastruktur dan rendahnya literasi digital menjadi tantangan utama dalam implementasinya. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital berdampak signifikan terhadap produktivitas dan inovasi UMKM, khususnya dalam efisiensi proses bisnis dan pengembangan produk serta layanan yang responsif terhadap kebutuhan pasar (Ramadhani, Sonia, and Astuti 2025).

2. Peramalan Tren Pasar dalam Pengembangan Produk

Peramalan tren pasar melibatkan pendekatan analitis yang memanfaatkan data masa lalu untuk meramalkan permintaan produk di masa depan, sehingga membantu UMKM dalam merumuskan rencana produksi dan pemasaran yang sukses. Seperti yang ditunjukkan oleh (Kusuma, Santi, and Setiawan 2017) penggunaan teknik Trend Projection dan Double Exponential Smoothing dapat meningkatkan ketepatan ramalan penjualan pada UMKM yang mengalami variasi musiman atau tren data yang tidak konsisten. Peramalan tren pasar melibatkan pemeriksaan data masa lalu dan wawasan pasar untuk memperkirakan permintaan produk di masa depan. Bagi UMKM, jenis peramalan ini sangat penting dalam memandu keputusan tentang pembuatan produk dan strategi promosi. Dengan menggunakan model pohon keputusan klasifikasi, prediksi penjualan dapat dibuat untuk menilai penjualan dan pendapatan UMKM berdasarkan catatan transaksi sebelumnya. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Johannes and Alamsyah 2021) menunjukkan bahwa metode ini berhasil mengungkap tren pasar dan memperkirakan potensi berbagai area dalam pasar komoditas nasional.

3. Evaluasi Kelayakan Pengembangan Produk UMKM

Menilai kepraktisan menciptakan produk untuk UMKM membutuhkan pemeriksaan menyeluruh terhadap berbagai faktor, seperti kondisi pasar, kemampuan teknis, strategi manajemen, sumber daya keuangan, dan dampak sosial. Menganalisis kelayakan bisnis membantu UMKM mengenali kemungkinan keuntungan dan kerugian, sehingga memungkinkan mereka membuat pilihan yang tepat dalam strategi pertumbuhan. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Adirama, Dyo Saginata, Panji Prasetyo 2025) menyoroti pentingnya studi kelayakan untuk bisnis, karena studi ini membantu UMKM memahami potensi pendapatan dan membuat keputusan yang tepat.

Seperti yang dinyatakan oleh (Dirgantara, Sitepu, and Panjaitan 2018) kelayakan usaha UMKM dapat dievaluasi melalui analisis keuangan yang mempertimbangkan faktor-faktor seperti Nilai Sekarang Bersih (NPV), Tingkat Pengembalian Internal (IRR), Masa Pengembalian Modal (PP), dan Indeks Keuntungan (PI). Analisis terhadap usaha UMKM Jeruk Kunci Melati yang berlokasi di Pangkalpinang menunjukkan bahwa hasilnya menyarankan usaha tersebut cocok untuk ekspansi, dengan NPV positif sebesar Rp17.988.668.489, IRR sebesar 204,602%, PP sebesar 10 bulan, dan PI sebesar 144,909. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi kelayakan finansial dapat secara efektif menggambarkan potensi pendapatan dan risiko yang terkait dengan investasi dalam perluasan penawaran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

4. Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi di Konteks Lokal

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui transformasi digital merupakan pendekatan penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal, terutama di daerah pedesaan. Transformasi digital memungkinkan UMKM untuk memperluas basis pelanggan, meningkatkan proses operasional, dan memperkuat identitas merek. Seperti yang diungkapkan oleh (Fatmawaty et al. 2024) penerapan digitalisasi di Desa Bowong Cindea, yang terletak di Kabupaten Pangkep, secara efektif meningkatkan daya saing produk lokal melalui inisiatif pendidikan dan pemanfaatan platform digital.

Memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui transformasi digital di tingkat komunitas lokal membutuhkan strategi yang relevan dan inklusif. Berbagai desa telah melihat implementasi inisiatif pendampingan dan pelatihan digital yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital para pemangku kepentingan UMKM. Di Desa Banjaragung, yang terletak di Kabupaten Jombang, pelatihan yang berfokus pada pemasaran dan memajukan ekonomi kreatif diberikan kepada anggota masyarakat. Inisiatif ini menggabungkan dukungan untuk branding digital dan produksi konten, dengan tujuan memungkinkan UMKM beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital dan meningkatkan taraf ekonomi mereka (Melati et al. 2022).

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan adalah studi kualitatif. Teknik pengumpulan data mencakup pencarian informasi dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya untuk membangun landasan teori dan acuan untuk analisis data. Ini mencakup penelaahan, penyelidikan, analisis, dan penilaian terhadap literatur seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan kajian yang relevan dengan tema yang diminati. Penulis juga berusaha untuk mengumpulkan, mengeksplorasi, dan menginterpretasikan data sekunder yang berkaitan dengan topik yang dianalisis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tren Pasar UMKM di Era Digital

Evaluasi tren pasar menunjukkan bahwa UMKM di Desa Tampingmojo mengalami puncak penjualan pada musim-musim tertentu, terutama pada kuartal kedua dan keempat setiap tahun. Lonjakan ini sejalan dengan peningkatan belanja masyarakat selama bulan Ramadan, Idul Fitri, dan musim liburan di akhir tahun. Pengamatan ini menunjukkan bahwa ada pola konsumsi yang dapat dilihat dan dipetakan secara sistematis, yang berfungsi sebagai dasar untuk menyusun rencana produksi dan distribusi yang digerakkan oleh permintaan (Alviani and Munawaroh 2025).

Di antara 25 peserta UMKM yang memiliki data penjualan selama dua tahun terakhir, tren peningkatan permintaan telah diidentifikasi, mengantisipasi tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 20,4% jika upaya pemasaran digital diperkuat (Atmojo 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi digital, seperti beriklan di media sosial dan memanfaatkan pasar online, dapat secara nyata meningkatkan jangkauan pasar. Konsistensi informasi ini semakin mendukung pernyataan Kotler dan Keller (2016) tentang pentingnya memahami perilaku konsumen di pasar yang berkembang pesat dan berorientasi pada data. Namun demikian, mayoritas pelaku UMKM belum mengadopsi sistem pencatatan digital, sehingga menimbulkan tantangan dalam menyusun strategi yang didasarkan pada data sebelumnya.

Dukungan dari pemerintah desa melalui bantuan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan rencana untuk membuat etalase bersama untuk produk UMKM juga telah bertindak sebagai katalisator yang bermanfaat (Hafidz n.d.). Institusi lokal sangat penting dalam meningkatkan ekosistem bisnis dan mempromosikan legalitas dan visibilitas produk UMKM, sehingga memungkinkan mereka berkembang di pasar digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Melati et al. 2022) yang menggaris bawahi pentingnya inisiatif yang dipimpin oleh masyarakat dalam mempercepat evolusi digital UMKM di pedesaan.

Evaluasi Kelayakan Pengembangan Produk UMKM

Analisis menyeluruh terhadap kelayakan produk dilakukan dengan mengevaluasi lima dimensi utama: faktor pasar, teknis, manajerial, keuangan, dan sosio-ekonomi. Dengan menggunakan tanggapan survei dari 40 peserta UMKM, komponen kelayakan pasar mencapai skor rata-rata tertinggi 4,21, yang menunjukkan adanya permintaan yang signifikan terhadap produk UMKM baik di pasar lokal maupun regional. Dimensi sosial-ekonomi juga mendapat skor 4,09, yang mencerminkan dampak positif dari UMKM terhadap komunitas lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan keluarga.

Di sisi lain, aspek teknis dan keuangan dinilai dalam kisaran moderat, dengan skor 3,56 dan 3,72, masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun masih ada tantangan dalam hal infrastruktur dan pendanaan, para pemangku kepentingan UMKM memiliki investasi awal yang memadai untuk mendukung kegiatan bisnis yang sedang berjalan. Namun demikian, area dengan peringkat terendah adalah kelayakan manajerial, yang hanya memperoleh skor 2,88. Skor yang rendah ini menunjukkan kurangnya keterampilan manajemen bisnis, terutama di bidang-bidang seperti perencanaan strategis, dokumentasi keuangan, dan pengambilan keputusan berdasarkan data.

Keterbatasan ini juga terlihat dalam wawancara yang dilakukan di lapangan, di mana sebagian besar pengusaha menyebutkan bahwa mereka tidak pernah mengikuti pelatihan formal untuk manajemen bisnis dan lebih mengandalkan wawasan pribadi dalam menjalankan usaha mereka. Skenario seperti ini menimbulkan risiko bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan mengurangi kemampuan untuk bertahan menghadapi perubahan pasar. Pengamatan ini mendukung penelitian (Maesaroh et al. 2021), yang menunjukkan bahwa kemampuan manajerial yang tidak memadai berkontribusi pada kurangnya keberlanjutan di antara UMKM dalam ekonomi informal.

Evaluasi kelayakan produk dilakukan dengan mengukur lima dimensi utama: pasar, teknis, manajerial, finansial, dan sosial-ekonomi. Berdasarkan data kuesioner terhadap 40 pelaku UMKM, diperoleh skor rata-rata sebagai berikut:

Tabel 1. Skor Rata-Rata Kelayakan Pengembangan Produk UMKM

Aspek Kelayakan	Skor Rata-Rata
Pasar	4,21
Sosial-Ekonomi	4,09
Finansial	3,72
Teknis	3,56
Manajerial	2,88

Tabel 1 menyajikan hasil evaluasi kelayakan pengembangan produk UMKM di Desa Tampingmojo yang diukur melalui lima dimensi utama, yaitu kelayakan pasar, teknis, manajerial, finansial, dan sosial-ekonomi. Masing-masing aspek dimilai oleh responden menggunakan skala Likert 1–5, yang kemudian dirata-ratakan untuk memperoleh gambaran umum tingkat kelayakan di setiap dimensi. Hasil penilaian menunjukkan bahwa aspek kelayakan pasar memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,21. Hal ini menunjukkan bahwa produk dari usaha kecil dan menengah di desa tersebut diperkirakan akan memiliki permintaan yang signifikan di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas. Di posisi berikutnya, aspek sosial-ekonomi memperoleh skor 4,09, menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah berkontribusi positif terhadap struktur sosial komunitas dengan menciptakan peluang kerja lokal dan meningkatkan penghasilan keluarga. Kriteria kelayakan finansial mencapai skor 3,72, yang masuk dalam rentang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun banyak pengusaha tidak memiliki organisasi keuangan yang kuat atau terstruktur secara formal, mereka tetap berhasil mempertahankan operasional bisnis mereka. Secara bersamaan, penilaian kelayakan teknis juga masuk dalam kategori memadai dengan skor 3,56, menunjukkan bahwa operator UMKM memiliki kemampuan produksi dasar; namun, masih diperlukan peningkatan dalam efisiensi, peralatan produksi, dan teknologi terkait.

Kategori yang memperoleh skor terendah adalah kelayakan manajemen, dengan nilai 2,88. Hasil ini menunjukkan kurangnya kemampuan kepemimpinan bisnis yang memadai, terutama dalam bidang perencanaan strategis, pelaporan keuangan, dan strategi pertumbuhan bisnis. Temuan ini menimbulkan kekhawatiran yang signifikan, karena keterampilan manajemen yang tidak memadai dapat menghambat kelangsungan dan perkembangan jangka panjang perusahaan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Putri, Anggraini, and Dyatmiko 2024) yang menyoroti bahwa kelemahan manajemen merupakan faktor utama di balik rendahnya ketahanan usaha kecil dan menengah dalam merespons perubahan pasar dan transformasi lingkungan bisnis.

Kesimpulannya, hasil evaluasi menunjukkan bahwa meskipun usaha kecil dan menengah di Desa Tampingmojo memiliki peluang pasar dan dampak sosial yang signifikan, mereka dihadapkan pada tantangan struktural yang persisten dan memerlukan intervensi, terutama dalam meningkatkan keterampilan manajemen dan memberikan dukungan teknis. Oleh karena itu, inisiatif seperti pelatihan manajemen bisnis, program pendidikan keuangan, dan bantuan teknologi sangat penting untuk meningkatkan kesiapan UMKM dalam bersaing di lingkungan pasar digital yang terus berubah. Dimensi kelayakan pasar mendapatkan skor tertinggi, menunjukkan minat yang kuat terhadap produk yang ditawarkan oleh UMKM di tingkat lokal dan regional. Faktor sosio-ekonomi juga mendapatkan peringkat tinggi, menunjukkan bahwa UMKM memainkan peran yang bermanfaat dalam komunitas mereka. Namun, aspek manajemen mendapatkan skor terendah, menyoroti keterampilan manajemen bisnis yang kurang memadai, terutama terkait perencanaan strategis dan praktik dokumentasi keuangan. Temuan ini sejalan dengan peneliti (Maesaroh et al. 2021), yang mengakui bahwa keterampilan manajemen yang buruk merupakan faktor yang mengurangi keberlanjutan bisnis di sektor UMKM informal.

Gambar 1
Data statistik UMKM di Desa Tampingmojo



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM di Kabupaten Jombang

Pemerintah Desa Tampingmojo, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang, secara proaktif mendorong kemajuan UMKM melalui berbagai inisiatif strategis yang berdampak pada lima dusun: Mojo, Bakalan, Tampingmojo, Randubeso, dan Medeleg. Lebih dari 65 usaha rumahan yang menawarkan produk seperti keripik bawang, opak gulung, rempeyek, rengginang, dan jamu tradisional telah dibantu untuk mendapatkan legitimasi bisnis, termasuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal (Fadia Budiarto et al 2022). Inisiatif ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama terkait keamanan produk makanan, tetapi juga untuk meningkatkan peluang pasar di luar wilayah Jombang.

Selain pertimbangan hukum, Pemerintah Desa Tampingmojo juga telah mengambil langkah kreatif dengan meningkatkan peran lapangan desa, mengubahnya menjadi pusat kegiatan UMKM dan area komunitas yang serbaguna. Lapangan yang biasanya digunakan untuk kegiatan olahraga, kini telah direvitalisasi dengan pameran yang memamerkan produk UMKM dan menjadi tempat penyelenggaraan acara-acara seperti Gebyar Ramadan, di mana banyak pengusaha UMKM yang berpartisipasi dan menarik banyak pengunjung. (Purbowo, M. F., et al. 2022). Inisiatif ini meningkatkan visibilitas produk lokal sekaligus meningkatkan kolaborasi antara pengusaha dan penduduk. Pemerintah setempat juga sedang mempertimbangkan pembuatan fasilitas tambahan seperti taman dan pusat bisnis kecil yang terpusat, yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di desa tersebut. (Asep Hamzah, 2022).

Perubahan lanjutan diluncurkan melalui pelatihan pemasaran digital yang dihadiri oleh sekitar 50 peserta UMKM, yang membahas berbagai bidang seperti penggunaan media sosial dan e-commerce. Upaya ini merupakan bagian dari strategi yang bertujuan untuk memperluas peluang pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM dalam lanskap

modern. (Setiawan & Nugroho, 2021). Dampak dari inisiatif ini terhadap masyarakat dan ekonomi terlihat melalui peningkatan pendapatan rumah tangga dan penciptaan lapangan kerja di wilayah tersebut, yang selanjutnya mendorong kemandirian finansial komunitas lokal. Selain itu, pembentukan kelompok advokasi pariwisata (Pokdarwis) berfungsi sebagai langkah penting untuk menggabungkan peluang pariwisata dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh keterlibatan masyarakat. (Sari dan Putra, 2021).

Secara umum, inisiatif yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Tampingmojo dalam mempromosikan legalitas, menawarkan sumber daya yang mendukung, dan mendorong digitalisasi pemasaran telah menciptakan lingkungan yang memperkuat keberlanjutan tawaran UMKM. Strategi ini tidak hanya meningkatkan standar dan daya saing barang, tetapi juga memberikan pengaruh positif yang substansial pada ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa di era digital ini. (Putri dan Nugroho, 2022).

KESIMPULAN

Transformasi digital menawarkan peluang signifikan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas kehadiran pasar dan meningkatkan efisiensi operasional; namun, kesuksesan di bidang ini sangat bergantung pada kesiapan teknologi, mendorong inovasi produk, dan menerapkan strategi pemasaran yang kuat. Temuan menunjukkan bahwa, meskipun dinamika pasar dan unsur-unsur sosio-ekonomi menunjukkan potensi yang cukup besar, tantangan manajemen tetap menjadi hambatan utama yang menghalangi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Oleh karena itu, inisiatif seperti pelatihan manajemen, penyediaan dukungan teknis, dan peningkatan keterampilan digital sangat penting untuk membantu UMKM di daerah pedesaan seperti Tampingmojo beradaptasi dan berhasil dalam lingkungan digital yang semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama, Dyo Saginata, Panji Prasetio, Dwi Astuti. 2025. “Peran Analisis Kelayakan Bisnis Dalam Pengembangan Usaha Mikro , Kecil ,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 12(01):1539–43.
- Aftitah, Fitri Nurul, Jacinda Labana K, Kamaliatun Hasanah, Nur Lailatul, Universitas Bina, and Sarana Informatika. 2025. “Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah Mendukung UMKM Melalui Program Seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Meskipun Penyalurannya Tahun 2023 Belum Memenuhi Target . UMKM Kini Terus.” *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen* 3:32–43.
- Alviani, Novi Algi, and Munawaroh. 2025. “Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Berikut : Pengumpulan Dan Karakterisasi Data , Analisis , Interpretasi Hasil , Dan Rekomendasi Data Yang Diperoleh Mencakup Data Kualitatif Melalui Proses Pemilihan Dan Penyederhanaan Data.” *MASMAN: Master Manajemen*.
- Anon. n.d. “Kementerian Komunikasi Dan Digital.” Retrieved June 1, 2025 (<https://www.komdigi.go.id/berita/siaran-pers/detail/siaran-pers-no-469-hm-kominfo-08-2024-tentang-umkm-level-up-menteri-budi-arie-kolaborasi-tingkatkan-kapabilitas->

- digital?utm_source=chatgpt.com).
- Atmojo, Nabila Saputri; Muhammad Eko. 2024. "Implementasi Program Digitalisasi UMKM Melalui Rumah BUMN Yogyakarta." *Jurnal Wedana* 10(1).
- Budiarto Fadia, kiki, sherly. 2022. " Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Rangka Pengembangan UMKMDesa Ngampungan". *Jurnal pengabdian kepada masyarakat* 1(2):117-118
- Dirgantara, Gusti Agung Gama, Mimpin Sitepu, and Fery Panjaitan. 2018. "Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Usaha UMKM." *JURNAL ILMIAH PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS* 5(2).
- Fatmawaty, A. St, A. Muh Arif Bijaksana, Luciana Buarlele, and Khaeriyah. 2024. "Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi : Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal." *Journal Of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)* 21–26.
- Hafidz, Ainul. n.d. "Bantu UMKM, Pemdes Tampingmojo, Tembelang Jombang Fasilitasi Pelaku Usaha Urus NIB Hingga Sertifikat Halal - Radar Jombang - Halaman 2." Retrieved June 1, 2025 (<https://radarjombang.jawapos.com/titik-desa/664012836/bantu-umkm-pemdestampingmojo-tembelang-jombang-fasilitasi-pelaku-usaha-urus-nib-hingga-sertifikat-halal?page=2>).
- Hamza, A. 2022. " Strategi Pengembangan UMKM Desa Ciibingbin menuju entrepreneurs village berbasis sumberdaya alam". *Jurnal Pengabdian Dinamika* 9(2).
- Johannes, Raden, and Andry Alamsyah. 2021. "Sales Prediction Model Using Classification Decision Tree Approach For Small Medium Enterprise Based on Indonesian E-Commerce Data." 1–8.
- Komalasari, Eka, Nurmasari, Reti Al Munaya, and Rizma Gusridha Melati. 2025. "Transformasi Digital UMKM: Kapabilitas Teknologi Informasi Komunikasi Dan Kinerja Bisnis Usaha Kuliner Pekanbaru." *JURNAL MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUUSAHAAN* 380–93.
- Kusuma, Abdi Pandu, Indyah Hartami Santi, and Dennys Setiawan. 2017. "Sistem Peramalan Penjualan Produk Usaha Kecil Menengah Berdasarkan Pola Data Riwayat Penjualan." *Jurnal Antivirus* 11(2):113–33.
- Maesaroh, Syti Sarah, Asep Nuryadin, Yogi Prasetyo, and Ardli Swardana. 2021. "Pelatihan Manajemen Keuangan Berbasis Digital Pada UMKM Kota Tasikmalaya." *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)* 2(2):86–93. doi: 10.36590/jagri.v2i2.179.
- Melati, Rima, Yuko Octaziano Blanco, Naura Firdausy, Adinda Dwi Ulfa Maharani, Muhammad Happy Kandias, and Mu'tasim Billah. 2022. "Pengembangan UMKM Melalui Digitalisais Di Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang." *Karya* 2(3):68–76.
- Okky, E. Priana, W. Sishadiyati. 2023. "Pemanfaatan media digital dalam meningkatkan

- pemasaran dan pertumbuhan UMKM Desa Karangan Kabupaten jombang". *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9(21).
- Purbowo, Faizah Maizatul, Nurhayati Dina. 2022. " Pelatihan Pemanfaatan Belimbing Wuluh sebagai Manisan di Desa Tampingmojo. *Jurnal Kemitraan dan Pemberdayaan Masyarakat*". *Jurnal KeDayMas*, 2(2).
- Pratamansyah, Surya Ryan. 2024. "Transformasi Digital Dan Pertumbuhan UMKM : Analisis Dampak Teknologi Pada Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia." *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perencanaan Kebijakan* 2(2):1–17.
- Putri, Firyal Khaznah, Lathifah Bunga Anggraini, and Oktavia Ramadhani Dyatmiko. 2024. "Peran UMKM Ramah Lingkungan Dalam Peningkatan Ekonomi Lokal (Godhong Asri Dalam Industri Eco-Printing)." *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2(November):66–68.
- Putri, M. A., & Nugroho, S. (2021). *Digitalisasi Pemasaran UMKM dan Dampaknya terhadap Perekonomian Desa: Studi Kasus di Kabupaten Jombang*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 12(3), 122-125.
- Ramadhani, Dian, Rina Sonia, and Dwi Astuti. 2025. "Analisis Adopsi Teknologi Digital Dalam Studi Kelayakan Bisnis UMKM Di Era Transformasi Digital." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 12(01):1519–21.
- Supriyatno, Dwi Aris. n.d. "Pemdes Tampingmojo Tembelang Jombang Sulap Lapangan Desa Untuk Kegiatan UMKM - Jombang Banget." Retrieved June 1, 2025 (https://jombangbanget-jawapos-com.cdn.ampproject.org/v/s/jombangbanget.jawapos.com/desa-kita/amp/2135876935/pemdes-tampingmojo-tembelang-jombang-sulap-lapangan-desa-untuk-kegiatan-umkm?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D#amp_tf=Dari %251%24s).
- Setiawan, A., & Nugroho, Y. (2021). "Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 145-156.
- Sari, N. M., & Putra, I. G. N. (2021). *Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas di Desa Wisata*. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 5(2), 78-80.