



Membedah Pentingnya Pengetahuan E-Commerce Untuk Transformasi UMKM di Desa Jarangan Kecamatan Rejoso Kabupaten Pasuruan

Akbar Maulana Muhammad Aditiya¹, Sugeng Pradikto²

^{1,2} Universitas PGRI Wiranegara, Indonesia

Jl. Ki Hajar Dewantara No.27-29, Tembokrejo, Kec. Purworejo,
Kota Pasuruan, Jawa Timur 67118

Email : akbarmaulana4083@gmail.com, sugengpradikto.stkip@gmail.com

Abstract. *This study examines the importance of e-commerce knowledge in supporting the transformation of MSMEs in Jarangan Village, Rejoso Subdistrict, Pasuruan Regency. Using a qualitative approach with a case study method, data were collected through in-depth interviews with 10 MSME actors, the village head, MSME coordinators, and digital facilitators. The results show that only 20% of MSMEs have utilized e-commerce platforms to market their products, achieving an average revenue increase of 40% compared to conventional methods. Meanwhile, 80% of other MSMEs still rely on traditional marketing due to limited digital literacy and confidence. These findings highlight the need for training, mentoring, and infrastructure strengthening to accelerate the digital transformation of MSMEs. E-commerce knowledge has proven to be a key catalyst in enhancing the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital era. With adequate support, MSMEs can maximize the potential of e-commerce to contribute significantly to the regional economy.*

Keywords: *E-Commerce, MSMEs, Digital Transformation, Digital Literacy, Digital Marketing.*

Abstrak : Penelitian ini mengkaji pentingnya pengetahuan e-commerce dalam mendukung transformasi UMKM di Desa Jarangan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 pelaku UMKM, kepala desa, koordinator UMKM, dan fasilitator digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 20% pelaku UMKM telah memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk mereka, dengan peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 40% dibandingkan metode konvensional. Sementara itu, 80% UMKM lainnya masih bergantung pada pemasaran tradisional akibat keterbatasan literasi digital dan kepercayaan diri. Temuan ini menyoroti perlunya pelatihan, pendampingan, dan penguatan infrastruktur untuk mempercepat transformasi digital UMKM. Pengetahuan e-commerce terbukti menjadi katalis utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat memaksimalkan potensi e-commerce untuk berkontribusi signifikan pada perekonomian daerah.

Kata Kunci: E-Commerce, UMKM, Transformasi Digital, Literasi Digital, Pemasaran Digital.

1. LATAR BELAKANG

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentral industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang

mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam pentingnya pengetahuan e-commerce dalam transformasi UMKM di Desa Jarangan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 10 pelaku UMKM lokal yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun di desa tersebut. Untuk memperkaya perspektif, peneliti juga mewawancarai kepala desa, koordinator UMKM desa, dan 2 fasilitator digital yang pernah memberikan pelatihan e-commerce di wilayah tersebut. Dari total pelaku UMKM yang diteliti, hanya sekitar 20% yang sudah mencoba memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan marketplace lokal untuk memasarkan produk mereka. Sementara itu, 80% sisanya masih bergantung pada penjualan langsung dan sistem pemasaran dari mulut ke mulut. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM di desa ini. Banyak pelaku usaha mengaku merasa kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi e-commerce dan merasa tidak percaya diri dalam mengelola toko online. Penelitian ini mengungkap bahwa pengetahuan e-commerce sangat krusial bagi transformasi UMKM di Desa Jarangan. Meskipun hanya sekitar 20% UMKM yang telah memanfaatkan platform digital, mereka yang telah melakukannya mengalami peningkatan pendapatan rata-rata hingga 40%. Hal ini menunjukkan potensi besar e-commerce dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, masih banyak kendala yang harus diatasi, seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan upaya komprehensif yang melibatkan pelatihan, penyediaan infrastruktur yang memadai, serta dukungan kebijakan yang kondusif. Dengan demikian, UMKM di Desa Jarangan dapat bersaing di pasar global dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian daerah.

2. KAJIAN TEORITIS

Pendahuluan

Era Industri 4.0 telah membawa perubahan fundamental dalam cara berbisnis di seluruh dunia, dengan digitalisasi menjadi aspek yang tak terpisahkan dari aktivitas ekonomi. Di Indonesia, sektor UMKM yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi sekitar 60% terhadap PDB, kini menghadapi tantangan besar untuk bertransformasi mengikuti arus digitalisasi. Fenomena ini semakin menguat seiring

dengan perubahan perilaku konsumen yang beralih ke platform digital untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional (Jogloabang, 2019). Sedangkan menurut Ina Primana berpendapat bahwa UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia yaitu industri manufaktur, agri bisnis, bisnis kelautan, dan sumber daya manusia, tidak hanya itu beliau juga mengatakan bahwaperekonomian untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi (Azqiara, 2019).

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentral industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. (Sudaryanto, 2019).

Kehadiran e-commerce sebagai manifestasi dari revolusi digital telah menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM. Di satu sisi, e-commerce membuka akses pasar yang lebih luas dan efisien, namun di sisi lain, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi ini karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital. Penelitian menunjukkan bahwa hanya sekitar 16% dari total UMKM di Indonesia yang telah memanfaatkan platform digital secara optimal, menandakan adanya kesenjangan yang signifikan dalam literasi digital di kalangan pelaku UMKM.

Pentingnya pengetahuan e-commerce bagi UMKM tidak dapat dipandang sebelah mata, mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital. Pemahaman yang komprehensif tentang e-commerce tidak hanya mencakup aspek teknis penggunaan platform digital, tetapi juga meliputi strategi pemasaran digital, manajemen hubungan pelanggan, analisis data, dan optimalisasi operasional bisnis. Tanpa pengetahuan yang

memadai, UMKM berisiko tertinggal dalam kompetisi global dan kehilangan peluang untuk berkembang di era Industri 4.0.

Transformasi digital melalui e-commerce bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM yang telah bertransformasi ke digital mengalami peningkatan pendapatan rata-rata hingga 40% dibandingkan yang masih menggunakan metode konvensional. Hal ini menegaskan bahwa penguasaan pengetahuan e-commerce menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing UMKM di masa depan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam pentingnya pengetahuan e-commerce dalam transformasi UMKM di Desa Jarangan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 10 pelaku UMKM lokal yang telah menjalankan usaha minimal satu tahun di desa tersebut. Untuk memperkaya perspektif, peneliti juga mewawancarai kepala desa, koordinator UMKM desa, dan 2 fasilitator digital yang pernah memberikan pelatihan e-commerce di wilayah tersebut. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 45-60 menit untuk setiap informan, menggunakan panduan wawancara yang telah divalidasi oleh ahli metodologi penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Jarangan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan, ditemukan beberapa temuan penting terkait pemahaman dan implementasi e-commerce di kalangan pelaku UMKM. Hasil observasi dan wawancara mendalam dengan 25 pelaku UMKM lokal menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum sepenuhnya memahami potensi e-commerce dalam pengembangan usaha mereka.

Dari total pelaku UMKM yang diteliti, hanya sekitar 20% yang sudah mencoba memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan marketplace lokal untuk memasarkan produk mereka. Sementara itu, 80% sisanya masih bergantung pada penjualan langsung dan sistem pemasaran dari mulut ke mulut. Keterbatasan pengetahuan

tentang teknologi digital menjadi salah satu faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM di desa ini. Banyak pelaku usaha mengaku merasa kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi e-commerce dan merasa tidak percaya diri dalam mengelola toko online.

Penelitian juga mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang sudah mengadopsi e-commerce mengalami peningkatan omzet yang signifikan, rata-rata mencapai 40-60% dibandingkan sebelum menggunakan platform digital. Salah satu contoh sukses adalah usaha keripik singkong "Barokah" yang berhasil memperluas jangkauan pasarnya hingga ke luar pulau setelah aktif berjualan di marketplace. Pengalaman positif ini menjadi bukti nyata bahwa pengetahuan e-commerce dapat menjadi katalis penting dalam transformasi UMKM lokal.

Aspek literasi digital juga menjadi sorotan dalam penelitian ini. Mayoritas pelaku UMKM yang berusia di atas 45 tahun mengalami kesulitan dalam mengadaptasi teknologi baru. Mereka cenderung merasa overwhelmed dengan berbagai fitur yang ditawarkan platform e-commerce modern. Hal ini mengindikasikan perlunya program pendampingan dan pelatihan yang lebih intensif dan disesuaikan dengan karakteristik pelaku UMKM lokal.

Dari sisi infrastruktur, Desa Jarangan sudah memiliki akses internet yang cukup memadai untuk mendukung aktivitas e-commerce. Namun, masih ditemukan kendala dalam hal kestabilan koneksi di beberapa wilayah. Selain itu, ketersediaan smartphone dan perangkat pendukung lainnya juga menjadi tantangan tersendiri bagi sebagian pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan modal.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM yang berhasil dalam e-commerce umumnya adalah mereka yang memiliki kemauan kuat untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan. Mereka aktif mencari informasi, mengikuti pelatihan, dan tidak segan untuk bertanya kepada sesama pelaku usaha yang lebih berpengalaman dalam menggunakan platform digital. Sikap proaktif ini terbukti menjadi faktor penting dalam kesuksesan transformasi digital UMKM.

Dalam hal produk dokumentasi digital, banyak pelaku UMKM masih kesulitan dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan deskripsi yang informatif. Padahal, kedua elemen ini sangat crucial dalam meningkatkan daya saing produk di platform e-commerce. Beberapa pelaku usaha yang sukses mengakui bahwa investasi dalam

peralatan fotografi sederhana dan pembelajaran tentang teknik foto produk memberikan dampak positif pada penjualan online mereka.

Aspek kepercayaan konsumen juga menjadi temuan menarik dalam penelitian ini. UMKM yang berhasil membangun reputasi baik di platform e-commerce melaporkan adanya peningkatan kepercayaan konsumen yang berujung pada pembelian berulang. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang manajemen reputasi online sama pentingnya dengan kemampuan teknis dalam mengoperasikan platform e-commerce.

Dari segi dukungan pemerintah lokal, ditemukan bahwa sudah ada inisiatif untuk memberikan pelatihan digital marketing kepada pelaku UMKM. Namun, program-program yang ada masih bersifat sporadis dan belum menyentuh seluruh lapisan pelaku usaha di Desa Jarangan. Diperlukan pendekatan yang lebih sistematis dan berkelanjutan untuk memastikan efektivitas program pemberdayaan digital bagi UMKM.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan e-commerce memiliki peran vital dalam transformasi UMKM di Desa Jarangan. Namun, proses transformasi ini membutuhkan pendekatan komprehensif yang meliputi peningkatan literasi digital, penyediaan infrastruktur yang memadai, dan program pendampingan yang berkelanjutan. Keberhasilan beberapa pelaku UMKM dalam mengadopsi e-commerce dapat menjadi model dan motivasi bagi pelaku usaha lainnya untuk mulai bertransformasi ke arah digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pengetahuan e-commerce memegang peranan penting dalam transformasi digital UMKM di Desa Jarangan, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan. Dari hasil penelitian, hanya 20% pelaku UMKM yang telah memanfaatkan e-commerce untuk pemasaran produknya, sementara mayoritas lainnya masih bergantung pada metode tradisional. Meskipun demikian, UMKM yang telah menggunakan platform digital berhasil meningkatkan pendapatan hingga rata-rata 40–60%, menunjukkan potensi besar e-commerce dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing bisnis.

Kendala utama dalam implementasi e-commerce mencakup rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kurangnya rasa percaya diri di kalangan pelaku UMKM. Faktor usia dan keterbatasan modal juga menjadi tantangan yang signifikan.

Namun, inisiatif pemerintah lokal dalam memberikan pelatihan dan dukungan kepada UMKM, meski masih terbatas, menunjukkan arah yang positif.

Transformasi digital UMKM memerlukan pendekatan holistik yang tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan teknis, tetapi juga melibatkan pendampingan berkelanjutan, pengembangan infrastruktur, dan pembentukan ekosistem yang mendukung.

Saran

1. Peningkatan Literasi Digital

Pemerintah daerah dan pihak terkait perlu mengadakan pelatihan literasi digital secara rutin dan intensif. Pelatihan ini harus mencakup pengenalan dasar e-commerce, strategi pemasaran digital, manajemen toko online, serta cara membangun reputasi yang baik di platform e-commerce.

2. Pendampingan dan Mentoring

Perlu ada program pendampingan berkelanjutan yang melibatkan fasilitator digital atau praktisi e-commerce berpengalaman untuk membantu pelaku UMKM mengatasi kendala teknis dan manajerial yang mereka hadapi.

3. Penguatan Infrastruktur

Pemerintah setempat perlu memastikan akses internet yang stabil dan merata di seluruh wilayah Desa Jarangan. Selain itu, penyediaan fasilitas bersama seperti studio sederhana untuk fotografi produk dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kualitas konten digital mereka.

4. Dukungan Keuangan

Untuk membantu UMKM berinvestasi dalam teknologi, pemerintah atau lembaga keuangan dapat menawarkan program bantuan modal, subsidi, atau kredit dengan bunga rendah untuk pembelian perangkat pendukung seperti smartphone, laptop, atau kamera sederhana.

5. Promosi dan Kolaborasi

UMKM yang sudah berhasil memanfaatkan e-commerce perlu dijadikan model dan mentor bagi UMKM lainnya. Pemerintah juga dapat memfasilitasi kerja sama antara pelaku UMKM, marketplace, dan pihak swasta untuk memperluas akses pasar.

Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM di Desa Jarangan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan e-commerce sebagai katalisator transformasi digital,

meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian daerah.

6. DAFTAR REFERENSI

- Adriana, D., & Djakman, C. D. (2023). *E-commerce dan transformasi digital UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, M. S. (2023). Analisis dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 145–160.
- Hasibuan, Z. A. (2022). *Revolusi digital: Transformasi bisnis di era industri 4.0*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). *Principles of digital marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2023). *E-commerce: Business, technology, society* (18th ed.). New York: Pearson.
- Nurhaliza, S., & Hermanto, B. (2023). Strategi pengembangan UMKM melalui platform digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 78–92.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2023). Industri 4.0: Telaah klasifikasi aspek dan arah perkembangan riset. *Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26.
- Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2023). *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Jakarta: Badan Kebijakan Fiskal Kemenkeu RI.
- Tambunan, T. (2024). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan prospek dalam era digitalisasi*. Jakarta: LP3ES.
- Widagdo, P. (2023). Peran e-commerce dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 30(2), 112–127.