

# Tips dan strategi meraih kejayaan umkm dusun buntaran di era digital

Habibatus Syauqiyah<sup>1</sup>, Adelia Octafiaa Nur Ramadhani<sup>2</sup>, Sherif Prast Erbean<sup>3</sup>, Andika Iqbal Amarrudin<sup>4</sup>

program studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
e-mail: habibatusyauqiyah@gmail.com

## Kata Kunci:

Stategi, usaha mikro, teknologi, era digital, Buntaran

## Keywords:

Strategy, micro business, technology, digital era, Buntaran

## ABSTRAK

Artikel ini membahas strategi dan tips untuk meningkatkan keberhasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Dusun Buntaran di era digital. Dengan kemajuan teknologi, terutama internet, UMKM dihadapkan pada tantangan dan peluang baru dalam menjalankan bisnis. Meskipun Dusun Buntaran memiliki potensi sumber daya lokal yang melimpah, banyak pelaku UMKM yang kesulitan beradaptasi dengan teknologi digital akibat keterbatasan infrastruktur, terutama akses internet. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, melalui wawancara

dan observasi untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan, optimalisasi penggunaan teknologi sederhana, serta penerapan strategi pemasaran digital yang efisien adalah langkah-langkah penting untuk mendukung UMKM. Selain itu, advokasi peningkatan infrastruktur internet dan pembangunan jaringan komunitas bisnis lokal juga menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan UMKM di Dusun Buntaran dapat berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

## ABSTRACT

This article discusses strategies and tips for increasing the success of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Buntaran Hamlet in the digital era. With advances in technology, especially the internet, MSMEs are faced with new challenges and opportunities in running a business. Even though Buntaran Hamlet has abundant local resource potential, many MSMEs have difficulty adapting to digital technology due to limited infrastructure, especially internet access. This research uses qualitative descriptive methods, through interviews and observations to identify the challenges faced by MSME actors. The research results show that education and training, optimizing the use of simple technology, and implementing efficient digital marketing strategies are important steps to support MSMEs. Apart from that, advocacy for improving internet infrastructure and building local business community networks is also key to increasing competitiveness. By implementing these suggestions, it is hoped that MSMEs in Buntaran Hamlet can develop and contribute to the local economy.

## Pendahuluan

Awal mula kemunculannya, teknologi hanya memeliki peran yang sangat sederhana. Namun seiring dengan perkembangan zaman, teknologi di era moderen seperti saat ini telah memiliki peran yang semakin kompleks, terutama dalam membantu meringankan pekerjaan dan aktivitas manusia (Khairi et al., 2022). Salah satu bentuk teknologi yang paling banyak digunakan oleh manusia yaitu internet. Pada mulanya internet tidak menjadi solusi utama bagi kebutuhan manusia, namun pada masa pandemi internet menjadi solusi yang sangat membantu segala aktivitas manusia, salah satunya yaitu



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dengan adanya internet, para pelaku ekonomi dapat melanjutkan kegiatan bisnisnya secara online atau dikenal dengan istilah digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang mana dalam menjalankan kegiatannya berfokus pada platform digital seperti media sosial ataupun marketplace untuk menjangkau konsumen (Permadi et al., 2022).

Ada banyak teori yang menjelaskan tentang pengertian digital marketing, salah satunya yaitu teori yang kemukakan oleh Kotler dan Keller. Menurutnya, digital marketing merupakan suatu aktivitas pengenalan brand atau produk kepada konsumen dengan menggunakan media digital (Harto et al., 2021). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa segala aktivitas perekonomian yang menggunakan atau memanfaatkan peran teknologi didalamnya maka hal tersebut sudah dikatakan digitalisasi marketing. Pemasaran digital ini diakui sangat menyokong pertumbuhan perekonomian terutama bagi usaha mikro kecil dan menengah (umkm) karena dengan kehadirannya, hal tersebut sangat membantu para pelaku umkm untuk terus menggerakkan roda perekonomiannya serta mampu bersaing dalam sektor perekonomian (Windusanco, 2021).

Dusun buntaran sebagai salah satu daerah yang kaya akan potensi sumber daya lokal, memiliki banyak pelaku umkm yang berpotensi untuk berkembang. Namun dalam menghadapi tantangan era digital, masih banyak umkm yang ada didusun tersebut berkeluh kesulitan untuk beradaptasi. Salah satunya yaitu terjadi pada usaha donat pupur soeprayid milik cak prayid. Menurutnya, banyak warga didusun tersebut yang masih kesulitan untuk mengakses dan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi tersebut. Disisi lain, meskipun tantangan yang dihadapi cukup besar namun di era digital seperti saat ini juga manawarkan banyak peluang. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi tips dan strategi yang efektif agar umkm di dusun buntaran dapat meraih kejayaan di era digital ini. Artikel ini bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi pelaku umkm di dusun buntaran. Dengan mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang dapat diambil, diharapkan umkm di daerah ini tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan berkontribusi pada perekonomian lokal. Melalui pendekatan yang tepat, pelaku umkm dapat memanfaatkan potensi yang ada dan menghadapi tantangan dengan lebih percaya diri.

### **Metode Penelitian**

Ada banyak model penelitian, salah satunya yaitu dekriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang lebih meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan wawancara dan tinjauan terhadap penelitian terlebih dahulu.

### **Pembahasan**

Fenomena besar yang disebut digitalisasi telah terjadi di berbagai industri dan sektor swasta. Digitalisasi menyebabkan berbagai perubahan dalam bisnis. Dalam konteks ini,

produk-produk tradisional mulai mengalami transformasi ke dalam bentuk digital atau bahkan mengalami penyempurnaan melalui integrasi fitur-fitur digital baru. Tidak dapat disangkal bahwa digitalisasi telah memperkenalkan proses dan mekanisme baru yang dapat memengaruhi struktur utama cara perusahaan menjalankan bisnis. Proses digitalisasi telah menjadi bagian dari setiap aspek bisnis yang berdampak besar pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Peralihan ke digital memberi perusahaan daya saing yang lebih besar. Proses digital baru memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar, meningkatkan pangsa pasar, dan meningkatkan kualitas layanan (Utami et al., 2024).

Transformasi digital tidak hanya mengubah operasi, produk, dan proses bisnis secara mendasar, tetapi juga kadang-kadang menghasilkan model bisnis yang benar-benar baru (Dian Harja et al., 2024). Perusahaan yang tidak mengembangkan dan menerapkan strategi transformasi digital dengan cepat kemungkinan besar tidak akan mampu mengimbangi dan bersaing dalam realitas digital yang baru. Berbagai kemudahan dan keuntungan yang didapat dari digitalisasi telah menyebabkan peningkatan jumlah bisnis online di Indonesia, terutama bisnis kuliner. Hal ini disebabkan oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih sibuk dengan pekerjaan, sehingga mereka cenderung memesan makanan dari rumah. Fenomena ini memberikan peluang bagi pelaku bisnis kuliner untuk memperluas jaringan dan meningkatkan profitabilitas mereka.

Digitalisasi UMKM kuliner saat ini telah berkembang lebih dari sekadar pemasaran digital. hal ini mencakup aspek-aspek seperti pembayaran digital, platform pemesanan online, reservasi online, analisis penjualan, dan program loyalitas. Dengan mengambil langkah-langkah seperti melakukan promosi aktif, terlibat dalam masyarakat dan komunitas, serta menggunakan internet untuk menerima pesanan melalui layanan pengiriman makanan, UMKM dapat menawarkan program dan harga yang kompetitif. Melalui pendekatan ini, UMKM kuliner memiliki peluang besar untuk memperoleh kekuatan yang diperlukan dalam menjalankan bisnisnya. (Syafitri & Nur, 2024) Model bisnis digital juga memberikan berbagai keuntungan signifikan bagi perusahaan. Selain itu model bisnis digital juga memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan mengurangi biaya operasional. Dengan demikian semakin besar efisiensi transaksi yang diperoleh melalui teknologi digital, semakin rendah biayanya dan semakin bernilai.

Penerapan model bisnis digital dapat meningkatkan produktivitas perusahaan khususnya dalam proses administrasi, pemasaran, penjualan, pembelian, dan distribusi. Dengan menghemat biaya, waktu, dan sumber daya, struktur biaya perusahaan secara keseluruhan dapat ditingkatkan. (Pandowo et al., 2023) Digitalisasi juga dapat memberikan peluang bisnis membuat perubahan dalam bentuk perdagangan, memperluas penawaran dan mempererat hubungan pemasaran. namun sangat disayangkan, penawaran penawaran tersebut belum bisa dirasakan oleh beberapa UMKM yang berada didusun buntaran. salah satu penghambatnya yaitu letak dusun buntaran yang belum terjangkau sepenuhnya oleh jaringan internet. letaknya yang belum strategis tersebut menyebabkan pelaku UMKM didusun tersebut mengalami ketertinggalan. hal tersebut dikenal dengan kesenjangan antar wilayah.

Kesenjangan antarwilayah di Indonesia masih menjadi masalah yang signifikan, salah satunya disebabkan oleh kurangnya antisipasi dalam pembangunan infrastruktur,

khususnya infrastruktur untuk teknologi nirkabel (wireless). Infrastruktur yang baik sangat penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan aksesibilitas, namun saat ini, banyak wilayah yang masih tertinggal dalam hal ini. Dari segi infrastruktur, pembangunan dapat dikatakan efisien jika mampu menghindari ketertinggalan antarwilayah, serta tidak menyebabkan pembangunan yang berlebihan. Ketertinggalan dapat mengakibatkan masyarakat di wilayah tertentu kehilangan kesempatan untuk berkembang, sementara pembangunan yang berlebihan dapat menyebabkan pemborosan sumber daya dan dampak lingkungan yang negatif. Oleh karena itu, perencanaan dan pelaksanaan pembangunan infrastruktur yang hati-hati dan terencana sangat penting untuk menciptakan keseimbangan dan keadilan dalam pembangunan di seluruh wilayah Indonesia (Sugimin, 2004).

### **Tips dan Strategi**

Setelah mengetahui permasalahan atau tantangan yang telah dialami oleh pelaku UMKM warga dusun buntaran tersebut, ada beberapa tips dan strategi bagi pelaku UMKM didusun buntaran memerlukan pendekatan yang strategis dan praktis. Berikut beberapa tips dan strategi yang dapat diterapkan yaitu yang pertama dengan pendidikan dan pelatihan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengadakan workshop dan seminar mengenai teknologi digital, pemasaran online, dan manajemen bisnis yang baik. Setelah melakukan workshop bisa dilanjutkan dengan pendampingan terhadap para pelaku UMKM yang bersangkutan (Nizar et al., 2024). Hal ini bisa dilakukan dengan cara membentuk kelompok pembelajaran atau pendampingan dari relawan yang memiliki pengetahuan teknologi. Hal ini juga dapat berdampak pada pembangunan sdm yang sadar akan digitalisasi ekonomi.

Tips yang kedua yaitu dengan melakukan optimalisasi teknologi sederhana. Hal ini bisa dilakukan dengan cara menggunakan teknologi sederhana berupa pemanfaatan platform komunikasi yang lebih mudah diakses untuk pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan, salah satu contohnya yaitu menggunakan whatsapp dan telepon (Setiawan, B., & Fadillah, A. 2020). Tips yang ketiga yaitu dengan cara memperbaiki insfratruktur dan akses internet. Sebagai rakyat biasa mungkin akan sangat kesulitan jika hanya dilakukan oleh warga sekitar tanpa ulurungan dari pemerintahan setempat. Maka yang harus dilakukan ialah dengan melakukan advokasi kepada pemerintah setempat untuk mendorong dalam peningkatan insfrastruktur internet didaerah terpencil. Selain itu, warga juga bisa memanfaatkan wifi publik untuk kepentingan bisnisnya.

Tips yang keempat yaitu dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang efisien. Salah satu contohnya yaitu dengan memanfaatkan platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat setempat untuk mempromosikan produknya. Selain itu juga dapat dilakukan dengan membuat konten lokal yang relevan dengan budaya dan kebutuhan lokal untuk menarik perhatian konsumen (Cahyaningrum, 2020). Tips yang kelima yaitu membangun jaringan dan komunitas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara bergabung dengan komunitas bisnis lokal untuk bertukar pengalaman dan strategi. Bukan hanya itu saja, tapi hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan atau mengadakan kegiatan bersama untuk meningkatkan visisibilitas dan kolaborasi antar UMKM (Lestari, D. S., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S., 2023).

## Kesimpulan dan Saran

Dalam era digital yang terus berkembang, UMKM di Dusun Buntaran menghadapi tantangan signifikan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi. Meskipun daerah ini memiliki potensi sumber daya lokal yang melimpah, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam mengakses teknologi digital. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur, terutama dalam hal akses internet, yang menyebabkan kesenjangan antara wilayah. Namun, di tengah tantangan tersebut, terdapat peluang besar bagi UMKM untuk memanfaatkan digitalisasi dalam menjalankan bisnis mereka.

Melalui pendekatan yang tepat, seperti pendidikan dan pelatihan, optimalisasi teknologi sederhana, dan strategi pemasaran digital yang efisien, UMKM di Dusun Buntaran dapat meraih kejayaan. Penerapan model bisnis digital dan peningkatan infrastruktur menjadi kunci untuk membangun daya saing dan keberlanjutan ekonomi di daerah ini. Dengan dukungan dari pemerintah dan komunitas, UMKM dapat mengembangkan potensi mereka dan berkontribusi pada perekonomian local(Putri Estiarto & Suraji, 2024). Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Dusun Buntaran dalam menghadapi tantangan era digital, beberapa langkah strategis perlu diambil. Pertama, disarankan agar diadakan lebih banyak program pendidikan dan pelatihan yang berfokus pada teknologi digital dan manajemen bisnis. Workshop dan seminar ini sebaiknya melibatkan relawan atau mahasiswa yang memiliki pengetahuan di bidang tersebut, sehingga pelaku UMKM dapat memperoleh pendampingan langsung dan relevan.

Selanjutnya, optimalisasi penggunaan teknologi sederhana harus menjadi prioritas. UMKM perlu memanfaatkan aplikasi komunikasi yang mudah diakses, seperti WhatsApp, untuk meningkatkan pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Ini akan membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan investasi besar dalam teknologi canggih. Selain itu, advokasi untuk peningkatan infrastruktur internet di Dusun Buntaran sangat penting. Masyarakat setempat disarankan untuk bekerja sama dengan pemerintah dalam mengatasi keterbatasan akses internet. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, diharapkan infrastruktur yang memadai dapat segera dibangun untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

UMKM juga perlu aktif dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk akan sangat menguntungkan. Pembuatan konten yang relevan dengan budaya lokal dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya tarik produk yang ditawarkan. Terakhir, membangun jaringan dan komunitas bisnis lokal sangat penting. UMKM dianjurkan untuk bergabung dalam komunitas bisnis untuk bertukar pengalaman dan strategi. Mengadakan kegiatan bersama tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas, tetapi juga memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM, sehingga mereka dapat saling mendukung dalam mengatasi tantangan yang ada. Dengan menerapkan saran-saran tersebut, diharapkan UMKM di Dusun Buntaran dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal di era digital ini.

## Daftar Pustaka

- Dian Harja, Games, D., & Sari, D. K. (2024). PENGARUH MODEL BISNIS DIGITAL TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO DAN KECIL SEKTOR KULINER DI KOTA PADANG: Efek Mediasi dari Pembaruan Bisnis. *Journal Publicuho*, 7(3), 1328–1342. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.494>
- Fadjri, A., Silitonga, P., Manajemen, P., Pariwisata, S., & Jakarta, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PIZZA MARZANO PONDOK INDAH MALL 2.
- Firdaus, D. H., & Setyobudi, T. (2022). Peran platform digital dalam sertifikasi halal UMKM pasca ditetapkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja di era pandemi Covid-19. *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*, 4(2), 123-144. <http://repository.uin-malang.ac.id/12442/>
- Harto, budi, Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.546>
- Khairi, A., Kohar, Widodo, haryanto kanthi, Ghufron, m ali, Kamalludin, I., Prasaetya, D., Prabowo, dimas setiaji, Setiawan, S., Syukron, akhmad aufa, & anggraeni, dewi. (2022). *Teknologi Pembelajaran: Konsep dan Pengembangannya di Era Society 5.0*. penerbit NEM.
- Permadi, R. N., Sari, maya retno, & prawitasari, novi. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk UMKM. *Avant Garde*, 10(1), 15. <https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>
- Sasongko, D. F., Budianto, E. W. H., Arkaan, D. U., & Herawati, A. (2024). Internalisasi nilai moderasi beragama dalam sistem ekonomi syariah pada UMKM halal melalui produk pembiayaan syariah. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(4), 1303–1320. <http://repository.uin-malang.ac.id/19862/>
- Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, vina. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *JurnalEkonomidanBisnisDigital*, 2(01), 423–431.
- Windusanco, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 32. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>
- Setiawan, B., & Fadillah, A. (2020). Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), 29–36
- Nizar, M., Jamhuri, M., & Rakhmawati, A. (2024). PENGUATAN KAPABILITAS DIGITAL UKM BATIK CANTING KHAS GEMPOL KABUPATEN PASURUAN MELALUI PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN TRANSFORMASI BISNIS DIGITAL. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 755–763. <Https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1805>
- Pandowo, A., Yanto Rukmana, A., & Putri Nugraha Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, J. (2023). DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE. <https://www.researchgate.net/publication/387275452>
- Putri Estiarto, L., & Suraji, R. (2024). Peningkatan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Hjo Chi Minh, Vietnam Melalui Transformasi Digital dan Pelatihan Kewirausahaan. 2(1). <https://doi.org/10.38035/jpmpt.v2i1>

- Safira Tresna Lestari, D., Hamdan Ainulyaqin, M., Edy, S., & Agama Islam Universitas Pelita Bangsa, F. (2023). *Peran Wirausaha Berjamaah dan Individu Berkarakter dalam Penguatan Industri Halal di Indonesia*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7899>
- Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., Achmad, Z. A., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah, A., Syifana, D., & Cahyaningrum, I. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN SIDOKUMPUL, KABUPATEN GRESIK. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.239-263>
- Pranoto, S. (2004). *Reformasi Kebijakan Pembangunan Prasarana dan Sarana Perdesaan Untuk Mendukung Pemberdayaan ekonomi Masyarakat*. Institut Pertanian Bogor.
- Syafitri, D. E., & Nur, M. (2024). Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV. Empang Emak Niyah). 1(2), 3032-7253. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.736>
- Khasanah, U. (2020). *Kolaborasi antara BMT Adzkiya Khidmatul Ummah (AKU) dan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dalam membantu pemberdayaan ekonomi* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).