



## **Digitalisasi UMKM Desa Payung Melalui Program PRISMA 3.0 Politeknik SCI Analisis Peluang dan Hambatan**

**Bagaskara Nur Rochmansyah<sup>1</sup>, Rizki Ramadani<sup>2</sup>, Naya Inayah Zulfa<sup>3\*</sup>, Chilyah Rihab<sup>4</sup>,  
Muhammad Farid<sup>5</sup>**

Politeknik Siber Cerdika Internasional, Indonesia

E-mail: inayahnayazulfa@gmail.com

|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kata kunci:                                                                    | <b>ABSTRAK</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| UMKM; desa Payung; adopsi teknologi digital; digitalisasi; PRISMA 3.0          | <p>Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, tetapi masih banyak yang beroperasi secara konvensional sehingga daya saingnya terbatas di era digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat adopsi digitalisasi UMKM di Desa Payung, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka, serta mengidentifikasi peluang dan hambatan transformasi digital melalui pendampingan Program PRISMA 3.0. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga pemilik UMKM (Keripik Emping Tiga Saudara, Teh Gambung, dan Chipi Platano) yang dipilih secara purposif, kemudian dianalisis secara tematik melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital ketiga UMKM masih berada pada tahap awal. Sebelum pendampingan, pemasaran bertumpu pada cara konvensional dan promosi dari mulut ke mulut. Setelah pendampingan, perubahan teramati pada tiga aspek, yaitu rebranding kemasan, pembuatan logo, label ber-NIB, dan akun Google, serta promosi melalui layanan Google dan Instagram, sedangkan pemanfaatan <i>e-commerce</i> masih sangat terbatas. Peluang utama digitalisasi terletak pada perluasan jangkauan pasar dan penguatan identitas merek, sedangkan hambatan utamanya meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, dan kendala finansial. Temuan ini mengimplikasikan perlunya pendampingan berkelanjutan dan sinergi antara pemerintah, institusi pendidikan, dan pemangku kepentingan lain untuk mempercepat transformasi digital UMKM pedesaan yang berdaya saing dan berkelanjutan.</p> |
| Keywords:                                                                      | <b>ABSTRACT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| MSMEs; Payung village; digital technology adoption; digitalization; PRISMA 3.0 | <p><i>Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the national economy; however, many still operate conventionally, which limits their competitiveness in the digital era. This study aims to analyze the level of digital adoption among MSMEs in Payung Village, Rajagaluh District, Majalengka Regency, and to identify the opportunities and barriers to digital transformation facilitated by the PRISMA 3.0 mentoring program. A qualitative case study design was employed. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentation involving three purposively selected MSME owners (Keripik Emping Tiga Saudara, Teh Gambung, and Chipi Platano) and were analyzed thematically through data condensation, data display, and conclusion drawing, with source and method triangulation. The results show that digital adoption among the three MSMEs remains at an early stage. Before mentoring, marketing relied on conventional channels and word of mouth. After mentoring, changes were observed in three aspects: packaging rebranding; the creation of a logo, a product label displaying the Business Identification Number (NIB), and a Google account; and promotion through Google services and Instagram, whereas the use of e-commerce remains very limited. The main opportunities of digitalization lie in expanding market reach and strengthening brand identity, while the principal barriers are low digital literacy, limited internet infrastructure,</i></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

---

*and financial constraints. These findings imply the need for sustained mentoring and synergy among the government, educational institutions, and other stakeholders to accelerate the transformation of rural MSMEs into competitive and sustainable enterprises.*

---

## PENDAHULUAN

Desa Payung terletak di Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka, dan merupakan wilayah yang kaya akan potensi UMKM. Beberapa produk UMKM unggulan di desa ini antara lain Keripik Emping Tiga Saudara, Teh Gambung, dan Chipi Platano. Keberadaan UMKM di Desa Payung menunjukkan keberagaman dan kreativitas masyarakat dalam mengolah sumber daya lokal menjadi produk bernilai ekonomi. Namun demikian, sebagian besar UMKM di Desa Payung masih menjalankan kegiatan usaha secara konvensional, baik dari segi produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha, sehingga potensi ekonomi yang dimiliki belum dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai sektor, termasuk dunia usaha (Verhoef et al., 2021). Digitalisasi membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Skare et al., 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menciptakan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka melalui digitalisasi. Teknologi digital, seperti *e-commerce*, media sosial, *fintech*, dan aplikasi berbasis *cloud*, telah menjadi alat penting bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan berinovasi dalam model bisnis (Kraus et al., 2022; Qalati et al., 2022). Namun, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM menunjukkan dinamika yang beragam dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi digital, akses infrastruktur, serta kesiapan finansial pelaku UMKM (Omrani et al., 2024).

Dalam konteks global, kesenjangan digital UMKM bukan fenomena yang khas Indonesia. OECD, (2021) mencatat bahwa UMKM membentuk sebagian besar struktur industri di banyak negara dan menciptakan sebagian besar lapangan kerja, tetapi tertinggal dalam proses transformasi digital dibandingkan perusahaan besar. Ketertinggalan tersebut berpotensi memperlebar ketimpangan antarperusahaan, antarkelompok masyarakat, dan antarwilayah (OECD, 2021). Pandemi COVID-19 kemudian mempercepat pergeseran aktivitas usaha ke kanal digital, termasuk pada UMKM di Indonesia (Ridhwan et al., 2024). Dengan demikian, kemampuan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital menjadi salah satu penentu keberlanjutan usaha dalam lanskap ekonomi yang semakin terhubung secara global (Troise et al., 2022), termasuk bagi UMKM yang berada di wilayah pedesaan.

UMKM memegang peranan strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM, termasuk yang berada di wilayah pedesaan seperti Desa Payung, masih menghadapi keterbatasan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin terintegrasi secara global. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan mendesak untuk memastikan keberlanjutan usaha UMKM di tengah persaingan yang ketat.

Adopsi teknologi digital memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, antara lain memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis, meningkatkan efisiensi operasional melalui penggunaan aplikasi manajemen dan pembukuan digital, serta mendorong inovasi dalam strategi pemasaran dan model bisnis. Namun, manfaat tersebut belum dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku UMKM (Tiwasing et al., 2022). Rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet di wilayah pegunungan, serta kendala finansial menjadi tantangan utama yang dihadapi UMKM di Desa Payung.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan ketahanan UMKM, khususnya pada masa pandemi COVID-19 (Rupeika-Apoga et al., 2022). Demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada UMKM di wilayah perkotaan, seperti Kota Bandung, yang memiliki infrastruktur dan ekosistem digital yang lebih matang. Oleh karena itu, penelitian mengenai digitalisasi UMKM di wilayah pedesaan masih relatif terbatas, khususnya yang mengkaji secara langsung tantangan dan peluang transformasi digital berbasis pendampingan.

Penelitian terdahulu memberikan gambaran yang saling melengkapi mengenai faktor penentu adopsi teknologi digital pada UMKM. Melalui survei terhadap 292 UKM di Indonesia, Rahayu & Day, (2015) menemukan bahwa adopsi *e-commerce* dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, kesiapan teknologi, inovativitas pemilik, kemampuan teknologi informasi (TI) pemilik, dan pengalaman TI pemilik. Temuan tersebut mengisyaratkan bahwa karakteristik pemilik dan kesiapan internal usaha relatif lebih menentukan dibandingkan tekanan lingkungan eksternal.

Sementara itu, studi kasus majemuk Priyono et al., (2020) terhadap tujuh UKM manufaktur di Indonesia selama pandemi COVID-19 mengidentifikasi tiga jalur transformasi digital, yaitu percepatan digitalisasi menyeluruh pada UKM dengan kematangan digital tinggi, digitalisasi yang terbatas pada fungsi penjualan pada UKM dengan kematangan digital rendah, serta solusi berbasis kemitraan pada UKM yang literasi digitalnya sangat terbatas tetapi memiliki modal sosial yang kuat. Jalur yang ditempuh ditentukan oleh kematangan digital, budaya belajar, dan modal sosial yang dimiliki usaha.

Penelitian lain di Indonesia menyoroti pentingnya literasi digital dan kesiapan UMKM (Anatan & Nur, 2023; Raharjo et al., 2024; Rosyidiana & Narsa, 2024), peran media digital dalam memperluas jangkauan pasar, serta *e-commerce* sebagai metode pemasaran modern. Namun, studi-studi tersebut umumnya berfokus pada determinan adopsi atau manfaat digitalisasi secara umum, sedangkan kajian penerapan teknologi digital pada UMKM kreatif lebih banyak dilakukan di kawasan perkotaan seperti Bandung. Dengan kata lain, literatur yang ada telah banyak menjelaskan faktor *apa* yang memengaruhi adopsi, tetapi belum banyak menjelaskan *bagaimana* proses adopsi berlangsung ketika UMKM pedesaan dengan literasi digital terbatas menerima intervensi pendampingan dari pihak eksternal, seperti perguruan tinggi.

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan beberapa kerangka teori adopsi teknologi sebagai lensa analisis. *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memperluas penjelasan tersebut dengan empat determinan utama, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial,

dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Pada tingkat organisasi, kerangka *Technology–Organization–Environment* (TOE) memandang adopsi inovasi sebagai hasil interaksi antara konteks teknologi, organisasi, dan lingkungan. Adapun teori difusi inovasi memandang adopsi sebagai proses bertahap yang meliputi tahap pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi (Rogers, 2003). Dalam penelitian kualitatif ini, kerangka-kerangka tersebut tidak digunakan untuk menguji hipotesis, melainkan sebagai konsep pengarah (*sensitizing concepts*) dalam menafsirkan temuan lapangan.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat tiga celah penelitian yang menjadi dasar kajian ini. Pertama, celah kontekstual: studi adopsi digital UMKM di Indonesia masih didominasi oleh konteks perkotaan atau sampel UKM secara umum (Rahayu & Day, 2015), sehingga karakteristik UMKM pedesaan di wilayah pegunungan dengan infrastruktur terbatas belum banyak terungkap. Kedua, celah proses: penelitian berbasis survei menjelaskan determinan adopsi, tetapi belum menggambarkan bagaimana perubahan praktik digital terjadi secara konkret pada tingkat usaha.

Ketiga, celah intervensi: Priyono et al., (2020) menunjukkan bahwa UKM dengan literasi digital rendah dapat bertransformasi melalui kemitraan dengan pihak yang lebih cakap secara digital, tetapi kemitraan tersebut berlangsung antarpelaku usaha dalam situasi krisis pandemi, bukan melalui program pendampingan terstruktur oleh perguruan tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini memetakan perubahan praktik digital sebelum dan sesudah pendampingan Program PRISMA 3.0 pada UMKM pedesaan dan menafsirkannya melalui lensa teori adopsi teknologi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat adopsi digitalisasi UMKM di Desa Payung serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam proses transformasi digital melalui Program PRISMA 3.0. Secara eksplisit, rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) bagaimana kondisi dan tingkat adopsi teknologi digital UMKM di Desa Payung sebelum dan sesudah pendampingan Program PRISMA 3.0; (2) peluang apa saja yang dapat dimanfaatkan UMKM melalui digitalisasi; dan (3) faktor-faktor apa saja yang menghambat maupun mendukung keberhasilan digitalisasi UMKM tersebut. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian digitalisasi UMKM pedesaan berbasis pendampingan program, yang masih jarang dibahas dalam penelitian sebelumnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM dengan metode studi kasus. Desain penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh serta hubungan antara digitalisasi terhadap kinerja UMKM secara objektif. yang dilaksanakan di Desa Payung, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka, pada akhir tahun 2025 melalui program PRISMA 3.0 Politeknik SCI. Kemudian data yang diperoleh dari wawancara dan studi literatur dianalisis secara deskriptif untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi digital di kalangan UMKM di Desa Payung.

## **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah 3 pelaku UMKM diantaranya (Keripik Emping Tiga Saudara, Teh Gambung, Chipi Platano) yang akan melakukan peerapan teknologi digital dalam kegiatan usahanya. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling, dengan kriteria UMKM yang telah menggunakan dan memanfaatkan satu bentuk digitalisasi, seperti media social, marketplace, atau system pembayaran digital.

## **Intrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang dibantu oleh pedoman **wawancara semi-terstruktur**. Wawancara semi-terstruktur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman, persepsi, serta tantangan pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi usaha. Pedoman wawancara disusun berdasarkan tujuan penelitian dan kajian pustaka terkait digitalisasi UMKM, yang mencakup latar belakang usaha, proses produksi, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta tantangan yang dihadapi, sehingga pertanyaan yang diajukan tetap terarah namun fleksibel mengikuti alur jawaban informan.

## **Analisis Data**

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode statistic deskriptif yang dimana dengan cara menggambarkan dan merangkum dari sebuah penelitian umum. Bertujuan untuk menyajikan data dalam bentuk yang mudah di pahami.

## **Objek Penelitian**

1. Keripik Emping Tiga Saudara
2. Teh Gambung
3. Chipi platano

## **Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, wawancara mendalam dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi terkait latar belakang usaha, proses produksi, strategi pemasaran, dan tantangan yang dihadapi. Kedua, observasi terhadap proses produksi dan pemasaran. Ketiga, dokumentasi, yaitu pencatatan dan pengambilan foto kondisi usaha sebagai bahan pendukung analisis data. Pengumpulan data dilaksanakan pada akhir tahun 2025 selama periode pelaksanaan Program PRISMA 3.0.

## **Keabsahan Data**

Keabsahan data diuji menggunakan kriteria kredibilitas melalui triangulasi (Lincoln & Guba, 1985). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari ketiga pemilik UMKM, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informasi yang konsisten antarsumber dan antarteknik dijadikan dasar penarikan kesimpulan, sedangkan informasi yang berbeda ditelaah lebih lanjut sebagai variasi antarkasus.

## **Etika Penelitian**

Sebelum wawancara dilakukan, setiap informan diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan menyatakan kesediaannya secara sukarela untuk diwawancarai (*informed*

*consent*), termasuk persetujuan atas penyebutan nama usaha, nama pemilik, dan penggunaan foto dokumentasi dalam publikasi ini. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

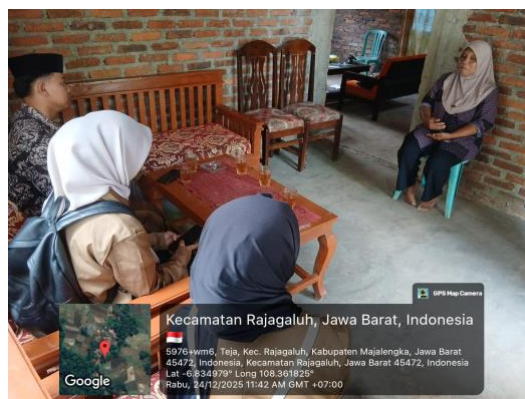
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi UMKM di Desa Payung

UMKM di Desa Payung memiliki beberapa produk unggulan yang berpotensi untuk berkembang, seperti Emping Tiga Saudara, Teh Gambung, dan Chipi Platano. Produk-produk ini berbahan dasar lokal dan memiliki keunikan yang dapat menarik perhatian pasar. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan penjualan secara langsung, melalui pasar tradisional, atau dengan sistem titipan ke tempat-tempat wisata terdekat.

### UMKM Emping 3 Saudara

Keripik Emping Tiga Saudara merupakan UMKM yang bergerak di bidang produksi, emping berbahan baku biji melinjo merah asli yang dibeli dengan harga disekitar Rp 25.000 per kilogram, sementara harga jual emping bisa mencapai Rp 80.000 per kilogram. Meskipun usaha ini memiliki potensi pasar yang baik, mereka menghadapi beberapa kendala, antara lain harga bahan baku, ketergantungan pada cuaca untuk proses pengeringan emping, dan keterbatasan tenaga kerja yang membuat produksi tidak berjalan stabil.



**Gambar 1.** Dokumentasi Wawancara ke pemilik usaha  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)*

Bapak Darsa selaku pemilik usaha menjelaskan, “Enam bulan ke belakang produksi sempat berhenti karena bahan baku melinjo mahal dan cuaca tidak mendukung. Kalau kurang sinar matahari, emping bisa berjamur”. Program PRISMA 3.0 diharapkan dapat membantu UMKM Emping Tiga Saudara untuk memulai digitalisasi, termasuk pembuatan identitas merek dan pemanfaatan media sosial. Dengan demikian, usaha ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

### Digitalisasi pada UMKM Teh Gambung

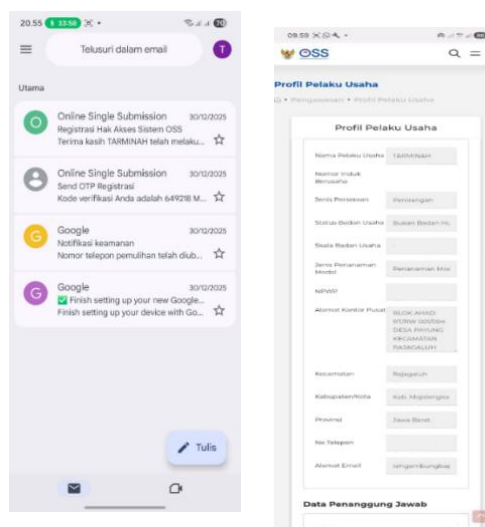
UMKM Teh Gambung merupakan usaha pengolahan teh tradisional yang bahan bakunya berasal dari kebun sendiri. Proses produksi dilakukan secara tradisional. Walaupun produk ini telah memiliki pasar yang cukup luas hingga ke luar Jawa, pemasaran masih dilakukan dari mulut ke mulut karena belum adanya media sosial dan identitas merek yang jelas.

“Kami berharap mendapatkan lebih banyak peminat dan pembeli. Teh Gambung ini sudah berjalan sejak 1982, namun pemasaran kami masih terbatas pada jaringan lokal.” Jelas Bapak Suhandi, pemilik usaha tersebut.



**Gambar 2.** Dokumentasi dan Pembuatan Logo  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)*

Melalui pendampingan Program PRISMA 3.0, UMKM Teh Gambung memperoleh dukungan dalam penguatan identitas usaha, antara lain pembuatan akun Google serta label produk yang mencantumkan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai bukti legalitas usaha.



**Gambar 3.** Pembuatan google dan NIB  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)*

### UMKM Keripik Pisang Chipi Platano

Chipi Platano merupakan UMKM olahan keripik pisang yang bahan bakunya diperoleh dari petani lokal Desa Payung dan sekitarnya. Jenis pisang yang diolah meliputi pisang usuk, pisang nangka, dan pisang engklek. Usaha ini berdiri sejak tahun 2001 dan telah beberapa kali berganti nama, mulai dari Sanana, Mister Chau, hingga Chipi Platano, yang saat ini masih dalam tahap penguatan identitas merek.



**Gambar 4.** Foto produk dan wawancara pemilik usaha  
*Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026)*

### Adopsi teknologi Digital di UMKM Desa Payung

Adopsi teknologi digital di kalangan UMKM Desa Payung masih tergolong rendah. Walaupun sebagian UMKM telah mengenal media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memasarkan produk, pemanfaatan platform digital seperti *e-commerce* masih sangat terbatas, sejalan dengan rendahnya tingkat adopsi *e-commerce* pada UKM di Indonesia secara umum (Bening et al., 2023). Hal ini tercermin pada Tabel 1 seluruh perubahan yang dicapai selama pendampingan berkaitan dengan identitas merek, legalitas, dan promosi, sedangkan tidak ada perubahan yang tercatat pada aspek pemanfaatan *marketplace* sebagai kanal penjualan.

Keterbatasan akses terhadap infrastruktur digital, kurangnya literasi digital, serta keterbatasan dana untuk berinvestasi pada teknologi baru menjadi kendala dalam adopsi teknologi. Temuan ini sejalan dengan studi di Indonesia yang menunjukkan bahwa kekuatan sinyal seluler memengaruhi pemanfaatan internet oleh usaha mikro dan kecil (Falentina et al., 2021), serta bahwa tingkat adopsi digital usaha ultramikro, mikro, dan kecil berkaitan dengan literasi keuangan pelakunya (Affandi et al., 2024). Berdasarkan hasil wawancara, beberapa pelaku UMKM mengaku masih kesulitan memahami cara mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran. Selain itu, biaya pengelolaan platform digital secara profesional juga menjadi pertimbangan yang memengaruhi keputusan adopsi teknologi digital.

### Manfaat dan Tantangan Digitalisasi

Digitalisasi berpotensi memberikan manfaat bagi UMKM, antara lain peningkatan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan peningkatan daya saing (Qalati et al., 2021). Namun, tantangan seperti keterbatasan pengetahuan tentang platform digital dan rendahnya kualitas infrastruktur di wilayah tersebut menjadi hambatan yang perlu diatasi. Oleh karena itu,

peran pemerintah dan pihak terkait penting dalam memberikan pelatihan serta dukungan yang diperlukan agar UMKM di Desa Payung dapat memanfaatkan teknologi secara optimal (Suyanto et al., 2023). Ringkasan perubahan pada masing-masing UMKM setelah pendampingan disajikan pada Tabel 1.

Fokus intervensi pada setiap UMKM berbeda karena pendampingan disesuaikan dengan kebutuhan paling mendesak yang teridentifikasi dari hasil wawancara dan observasi. Oleh karena itu, Tabel 1 tidak dimaksudkan untuk membandingkan kinerja antar-UMKM, melainkan untuk memetakan perubahan pada aspek yang menjadi fokus pendampingan di setiap kasus.

**Tabel 1.** Perubahan Praktik Usaha Sebelum dan Sesudah Pendampingan Program PRISMA 3.0

| <b>Nama Brand</b>          | <b>Fokus Intervensi</b> | <b>Sebelum Pendampingan</b>                        | <b>Sesudah Pendampingan</b>                                            |
|----------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>Emping Tiga saudara</b> | Kemasan                 | Menggunakan kemasan plastik biasa                  | Kemasan diperbarui melalui <i>rebranding</i>                           |
| <b>Teh Gambung</b>         | Logo dan NIB            | Belum memiliki logo; pemasaran dari mulut ke mulut | Logo dan label produk ber-NIB telah dibuat; akun Google telah tersedia |
| <b>Chipi Platano</b>       | Promosi                 | Promosi dari mulut ke mulut                        | Promosi melalui layanan Google dan Instagram                           |

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketiga UMKM berada pada tahap awal proses adopsi. Dalam kerangka difusi inovasi, pelaku usaha telah melewati tahap pengetahuan dan persuasi, yang ditandai oleh kesadaran akan manfaat digitalisasi dan harapan untuk menjangkau lebih banyak pembeli, serta mulai memasuki tahap keputusan dan implementasi awal melalui pembuatan logo, label, akun Google, dan akun media sosial (Rogers, 2003). Namun, tahap konfirmasi, yakni ketika teknologi telah menjadi bagian rutin dari praktik usaha dan manfaatnya dievaluasi, belum dapat diamati dalam periode penelitian ini.

Dari sudut pandang TAM, pernyataan pemilik Teh Gambung yang berharap memperoleh lebih banyak peminat dan pembeli menunjukkan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) teknologi digital telah terbentuk (Davis, 1989). Sebaliknya, pengakuan beberapa informan bahwa mereka kesulitan memahami cara mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran mengindikasikan rendahnya persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Ketimpangan antara kedua persepsi inilah yang dapat menjelaskan mengapa minat terhadap digitalisasi belum berbanding lurus dengan tingkat pemanfaatannya. Hal ini sejalan dengan konsep kesiapan digital UKM di negara berkembang yang tidak hanya mencakup pemaknaan terhadap teknologi (*technological sensemaking*), tetapi juga kelincahan dan kemampuan implementasi (Pingali et al., 2023).

Temuan tersebut sejalan dengan Rahayu & Day, (2015) yang menempatkan kemampuan dan pengalaman TI pemilik sebagai determinan signifikan adopsi *e-commerce* pada UKM di Indonesia. Pada usaha mikro seperti UMKM Desa Payung, pemilik umumnya berperan sebagai

pengambil keputusan sekaligus pelaksana usaha, sehingga keterbatasan literasi digital pemilik secara langsung membatasi pemanfaatan teknologi, sebagaimana karakteristik usaha dan pemilik terbukti berperan dalam menjelaskan hambatan adopsi teknologi digital pada usaha mikro dan kecil di Indonesia (Trinugroho et al., 2022).

Dalam kerangka UTAUT, pendampingan PRISMA 3.0 dapat dipahami sebagai bentuk kondisi pendukung (*facilitating conditions*) yang untuk sementara mengisi keterbatasan kemampuan internal UMKM (Venkatesh et al., 2003). Hal ini menjelaskan mengapa perubahan yang paling cepat terjadi adalah perubahan yang dapat dikerjakan bersama pendamping dalam waktu singkat, seperti pembuatan logo, label, dan akun digital, sedangkan pemanfaatan *e-commerce* yang menuntut pengelolaan rutin oleh pemilik belum terlihat, padahal kinerja *e-commerce* UKM sangat bergantung pada komitmen pelaku usaha dalam mengelola kanal tersebut (Ballerini et al., 2023).

### KESIMPULAN

UMKM di Desa Payung, Kecamatan Rajagaluh, Kabupaten Majalengka, memiliki potensi ekonomi yang besar melalui produk unggulan berbasis sumber daya lokal seperti Keripik Emping, Teh Gambung, dan Chipi Platano. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya maksimal karena rendahnya tingkat adopsi teknologi digital. Pemanfaatan media sosial, pembuatan identitas merek, penggunaan Google bisnis, serta rebranding kemasan merupakan langkah awal yang menunjukkan perubahan dalam pengelolaan UMKM di Desa Payung.

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi rendahnya tingkat adopsi teknologi antara lain keterbatasan literasi digital, akses infrastruktur, serta kendala finansial. Melalui pendampingan Program PRISMA 3.0, pendampingan branding dan pengenalan teknologi digital mampu menjadi pemicu awal transformasi UMKM menuju arah yang lebih maju dan berkelanjutan. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah dan pihak terkait serta peningkatan infrastruktur digital sangat dibutuhkan untuk mendorong digitalisasi UMKM agar mampu beradaptasi di era digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Y., Ridhwan, M. M., Trinugroho, I., & Hermawan Adiwibowo, D. (2024). Digital adoption, business performance, and financial literacy in ultra-micro, micro, and small enterprises in Indonesia. *Research in International Business and Finance*, 70, 102376. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2024.102376>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Ballerini, J., Herhausen, D., & Ferraris, A. (2023). How commitment and platform adoption drive the e-commerce performance of SMEs: A mixed-method inquiry into e-commerce affordances. *International Journal of Information Management*, 72, 102649. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102649>
- Bening, S. A., Dachyar, M., Pratama, N. R., Park, J., & Chang, Y. (2023). E-Commerce Technologies Adoption Strategy Selection in Indonesian SMEs Using the Decision-Makers, Technological, Organizational and Environmental (DTOE) Framework. *Sustainability*, 15(12), 9361. <https://doi.org/10.3390/su15129361>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of

- information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Falentina, A. T., Resosudarmo, B. P., Darmawan, D., & Sulistyaningrum, E. (2021). Digitalisation and the Performance of Micro and Small Enterprises in Yogyakarta, Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(3), 343–369. <https://doi.org/10.1080/00074918.2020.1803210>
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Omrani, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabić, M., & Kraus, S. (2024). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 5030–5043. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3215727>
- Pingali, S. R., Singha, S., Arunachalam, S., & Pedada, K. (2023). Digital readiness of small and medium enterprises in emerging markets: The construct, propositions, measurement, and implications. *Journal of Business Research*, 164, 113973. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113973>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Qalati, S. A., Ostic, D., Sulaiman, M. A. B. A., Gopang, A. A., & Khan, A. (2022). Social Media and SMEs' Performance in Developing Countries: Effects of Technological-Organizational-Environmental Factors on the Adoption of Social Media. *Sage Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221094594>
- Qalati, S. A., Yuan, L. W., Khan, M. A. S., & Anwar, F. (2021). A mediated model on the adoption of social media and SMEs' performance in developing countries. *Technology in Society*, 64, 101513. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101513>
- Raharjo, K., Afrianty, T. W., & Prakasa, Y. (2024). Digital literacy and business transformation: social-cognitive learning perspectives in small business enterprises. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2376282>
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Ridhwan, M. M., Suryahadi, A., Ismail, A., & Hidayat, A. A. (2024). The dynamics of digitalisation of ultra-micro, micro, small, and medium enterprises during COVID-19 pandemic and recovery periods: evidence from Indonesia. *Oxford Development Studies*, 52(3), 325–345. <https://doi.org/10.1080/13600818.2024.2420322>
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=Rogers%2C+E.+M.+%282003%29.+Diffusion+of+innovations+%285th+ed.%29.+Free+Press.&btnG=](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Rogers%2C+E.+M.+%282003%29.+Diffusion+of+innovations+%285th+ed.%29.+Free+Press.&btnG=)
- Rosyidiana, R. N., & Narsa, I. M. (2024). Micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) during the post-pandemic economic recovery period: digitalization, literation, innovation, and its impact on financial performance. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342488>
- Rupeika-Apoga, R., Petrovska, K., & Bule, L. (2022). The Effect of Digital Orientation and Digital Capability on Digital Transformation of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(2), 669–685. <https://doi.org/10.3390/jtaer17020035>

- Skare, M., de las Mercedes de Obesso, M., & Ribeiro-Navarrete, S. (2023). Digital transformation and European small and medium enterprises (SMEs): A comparative study using digital economy and society index data. *International Journal of Information Management*, 68, 102594. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102594>
- Suyanto, B., Sugihartati, R., Egalita, N., Mas'udah, S., Singgih, D. S., & Sudarso. (2023). Digital literacy and survival mechanism of micro-small enterprises in practicing sharing economy. *Cogent Social Sciences*, 9(2). <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2245691>
- Tiwasing, P., Clark, B., & Gkartzios, M. (2022). How can rural businesses thrive in the digital economy? A UK perspective. *Heliyon*, 8(10), e10745. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10745>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 102156. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2022). How can SMEs successfully navigate VUCA environment: The role of agility in the digital transformation era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121227. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121227>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>