

Transformasi Bisnis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Batik Tulis Pancor Emas Desa Bucor Kulon Kecamatan Pakuniran Probolinggo

Deddy Junaedi¹, Avinda Diana², Kholifatul Fiardilah³, Rashika Nabilatus Sa'adah⁴, Safiroh Hukmah⁵

¹Department of Economics, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

^{2,3,4,5}Department of Economics, Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Sep 25, 2024

Revised Oct 10, 2024

Accepted Oct 18, 2024

Keywords:

Transformation
Digital Business
Market Competitiveness
MSMEs

ABSTRACT

Digital transformation in MSMEs refers to the use of information and communication technology to increase efficiency, productivity and business competitiveness. Pancor Mas Written Batik from Bucor Kulon Village, Pakuniran District, Probolinggo Regency is one of Indonesian cultural products that has great potential to be developed. Digital business transformation is an important strategy in increasing the competitiveness of the MSME market. By adopting digital technology, it is hoped that Written Batik MSMEs can expand their market reach, increase operational efficiency, and provide added value to their products. The aim of this research is to identify challenges in the adoption of digital technology by the Batik Tulis Pancor Emas MSMEs in Bucor Kulon Village. This research uses a qualitative approach by taking primary data sources in the form of interviews, secondary data in the form of literature studies. The qualitative research paradigm is research that places humans as research subjects. The findings in this research show that the majority of Pancor Emas Batik Tulis MSME owners show a good understanding of the importance of digitalization, they realize that digital technology helps in marketing, inventory management, and communication with customers. The business has been running for more than 10 years, the number of employees is 7 people, the business owner's latest education is high school. From the level of adoption of digital technology, Batik Tulis Pancor Emas MSMEs still do not use e-commerce but use conventional marketing using outlets or kiosks spread across several places. MSMEs do not use E-Commerce in their sales so they do not experience significant sales, while MSMEs that have used E-Commerce have experienced an increase in sales.

This is an open access article under theCC BY-NClicense.



Corresponding Author:

Deddy Junaedi,
Department of Economic
Universitas Nurul Jadid,
Karanganyar, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur 67291, Indonesia
Email: deddyjunaedy@unuja.ac.id

1. INTRODUCTION

Perkembangan digitalisasi saat ini tidak bisa diabaikan, terutama di kalangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), hal tersebut menciptakan hambatan atau bisa menjadi peluang untuk memastikan daya saing dan berkelanjutan usaha mereka baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Tujuan utama transformasi digital adalah untuk memperoleh data pada pasar baru dan untuk menggunakan pendekatan yang berbasis data dalam menciptakan peluang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang baru pada reorientasi model bisnis. Digitalisasi merupakan proses yang kompleks dan dinamis sebagai inovasi yang membentuk potensi di masa yang akan datang menjadi lebih baik (Simberova, et al. 2022).

Transformasi digital mengandung makna proses perubahan yang mungkin termasuk ketahanan digital sebagai salah satu tujuan strategi dan misi suatu perusahaan (Jones, et.al, 2021). Transformasi digital pada UMKM merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing bisnis. Hal yang dapat diamati dalam fenomena transformasi digital pada UMKM, yaitu tantangan sumber daya alam selama transformasi digital karena transformasi, seperti perubahan apapun membutuhkan sumber daya (Apoga, Petrovska, 2022). Transformasi digital di UMKM menjadi sebuah tantangan dalam pengembangan kapasitas sumber daya tidak hanya pada pelaku bisnis, tetapi juga perilaku bisnis, pola pemasaran, dan pola operasional yang menjadi tantangan. Ketika transformasi digital disebutkan, digitalisasi seharusnya tidak hanya muncul dalam sebuah konsep saja tetapi harus menjadi penerapan model bisnis yang fleksibel (Himawan, 2019).

Fenomena lain yang menjadi hambatan dalam sebuah organisasi adalah kurangnya sumber daya keuangan, kurangnya dukungan manajemen, resistensi terhadap perubahan, dan kurangnya infrastruktur, UMKM masih mengalami keraguan untuk mengimplementasikan teknologi berkelanjutan seperti inovasi teknologi Enterprise Resource Planning (ERP), dan kecerdasan buatan, serta hambatan hukum terkait kerjasama dan integrasi antara manajemen dan departemen, dan juga masalah privasi (Telukdaire, et al, 2023).

Batik Tulis Pancor Mas dari desa Bucor Kulon Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu produk budaya Indonesia yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Transformasi bisnis digital merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing pasar UMKM ini. Dengan adopsi teknologi digital diharapkan UMKM Batik Tulis dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memberikan nilai tambah terhadap produk mereka.

Rafiah et. al (2022) dalam risetnya menggunakan analisis kualitatif dengan menyebar kuesioner kepada 113 UMKM di Jawa Barat, dengan temuan ada 5 hal yang berkaitan dengan transformasi digital meliputi orang, proses, strategi, teknologi, dan integrasi. UMKM di Indonesia menunjukkan tingkat kesiapan yang rendah terkait Industri 4.0. Kesiapan terbaik untuk menghadapi digitalisasi adalah orang yaitu pemilik usaha UMKM. UMKM harus memanfaatkan peluang yang ada yaitu tersedianya berbagai informasi dan data untuk mengembangkan usaha dan mengambil keputusan. Mayoritas pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM yang sadar akan perkembangan digitalisasi namun ragu untuk mengimplementasikannya dan membutuhkan pendampingan yang luas dari berbagai pihak untuk memahami dan mengimplementasikan digitalisasi dalam bisnisnya. Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut; bagaimana tantangan yang dihadapi UMKM Batik Tulis Pancor Emas Desa Bucor Kulon dalam mengadopsi teknologi digital?

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai transformasi bisnis digital pada UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Probolinggo. Dengan fokus pada studi kasus, penelitian ini menitikberatkan pada proses adopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing pasar. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan UMKM tersebut, yang memberikan wawasan tentang pengalaman, tantangan, serta manfaat yang diperoleh dari digitalisasi.

Tabel 1. Penggunaan pratform digital oleh UMKM Batik Tulis Pancor Emas

Platform Digital	Penggunaan Sebelum Digitalisasi	Penggunaan Setelah Digitalisasi	Persentasi Kenaikan Penjualan
Media Sosial	Tidak Ada	Aktif	30%
Marketplace	Tidak Ada	Aktif	25%
Website	Tidak Ada	Aktif	10%

3. RESULT AND DISCUSSION

Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM Batik Tulis Pancor Emas menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya digitalisasi, mereka menyadari bahwa teknologi digital membantu dalam pemasaran, manajemen inventaris, serta komunikasi dengan pelanggan. Sedangkan hambatan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan pengetahuan teknis, biaya tinggi untuk adopsi teknologi, serta keterbatasan infrastruktur internet di daerah pedesaan.

Dalam penelitian ini, proses transformasi digital UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo menunjukkan hasil yang positif dari berbagai aspek. Berikut adalah hasil penelitian yang diperoleh.

1. Volume Penjualan Meningkat. Sebelum dilakukan transformasi digital UMKM Batik Tulis Pancor Emas memiliki volume penjualan yang relatif stabil akan tetapi masih terbatas. Rata-rata penjualan bulanan berkisar 10 sampai 30 lembar kain batik dengan pendapatan bulanan sekitar 2 juta hingga 5 juta. Pasar utamanya adalah konsumen lokal di sekitar Probolinggo dan beberapa kota di Jawa Timur. Setelah transformasi digital volume penjualan meningkat menjadi 40 sampai 70 lembar kain dengan pendapatan bulanan naik signifikan mencapai rata-rata. Hal ini terutama didorong oleh peningkatan aksesibilitas produk secara online dan kemudahan dalam proses transaksi.
2. Jangkauan Pasar Semakin Luas. Transformasi bisnis digital telah secara signifikan memperluas jangkauan pasar UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo. Sebelumnya, pasar mereka terbatas pada wilayah lokal, tetapi dengan adopsi teknologi digital seperti e-commerce dan media sosial, produk batik ini kini dapat diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia, bahkan hingga pasar internasional. Melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Etsy, UMKM ini berhasil menarik pelanggan baru dari luar daerah, yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan hingga 45% dalam beberapa bulan pertama. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan omzet tetapi juga memperkuat branding dan loyalitas pelanggan, menjadikan UMKM Batik Tulis Pancor Emas lebih kompetitif di era globalisasi.
3. Brand Awareness Meningkat. Transformasi digital yang dilakukan oleh UMKM Batik Tulis Pancor Emas tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga secara signifikan meningkatkan brand awareness. Sebelumnya, kesadaran konsumen terhadap produk batik ini terbatas pada komunitas lokal. Namun, dengan kehadiran di platform digital seperti media sosial dan marketplace online, brand Batik Tulis Pancor Emas kini dikenal oleh audiens yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Penggunaan strategi pemasaran digital yang mencakup konten visual menarik di Instagram dan Facebook, serta kolaborasi dengan influencer, telah berhasil menarik perhatian konsumen baru dan memperkuat citra merek. Akibatnya, brand awareness meningkat secara substansial, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Produk batik ini kini lebih mudah ditemukan dan diingat oleh konsumen, memperkuat posisi UMKM ini di pasar yang semakin kompetitif.
4. Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi bisnis digital pada UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo, berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas produk yang tetap terjaga, serta kemudahan akses pembelian melalui platform digital yang diimplementasikan. Secara keseluruhan, transformasi digital ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif, namun perbaikan di beberapa aspek tetap diperlukan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih optimal.
5. Daya Saing Meningkat. Transformasi bisnis digital pada UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo, telah berhasil meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Implementasi teknologi digital memudahkan akses pelanggan terhadap produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi dalam pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi UMKM Batik Tulis Pancor Emas di pasar yang lebih luas, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan.

6. Transformasi Digital Berkelanjutan. Transformasi digital yang berkelanjutan pada UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Probolinggo, telah menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan relevansi di pasar yang dinamis. Dengan terus mengadopsi teknologi baru dan mengoptimalkan penggunaan platform digital, UMKM ini tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan pelanggan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Langkah-langkah transformasi yang konsisten ini memastikan bahwa UMKM Batik Tulis Pancor Emas tetap adaptif terhadap perubahan kebutuhan pasar dan tren industri, menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

4. CONCLUSION

Kesimpulan dari penelitian tentang transformasi bisnis digital untuk meningkatkan daya saing pasar UMKM Batik Tulis Pancor Emas di Desa Bucor Kulon, Kecamatan Pakuniran, Kabupaten Probolinggo, yaitu transformasi bisnis digital telah terbukti menjadi langkah strategis yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM Batik Tulis Pancor Emas. Implementasi teknologi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran online, telah memberikan kemudahan akses bagi pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merespons positif terhadap kualitas produk, keamanan transaksi, dan kemudahan pembelian yang ditawarkan melalui platform digital. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Kendala dalam pengelolaan logistik dan harga produk menjadi perhatian utama, dengan adanya keluhan terkait keterlambatan pengiriman dan harga yang dianggap relatif tinggi.

REFERENCES

- Apoga, R.R.; Petrovska, K. 2022. Barriers to Sustainable Digital Transformation in Micro Small and Medium Sized Enterprises. *Sustainability Journal* Vol. 14 p. 1-19
- Djamal, M. (2015). *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Mitra Pustaka
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Nomor: 1
- Hartanty, Irfanunnisa' Tsalits dan Alifah Ratnawati, 2013, Peningkatan kinerja pemasaran melalui optimalisasi keunggulan bersaing. *Jurnal EKOBIS*, Vol. 14 No. 2 Hal. 72-89
- Himawan, A. F. I., & Faisal, M. E. (2019). Positioning Travel Sites Online Traveloka According to Student Perception in Gresik using Method Multidimensional Scaling. In *23rd Asian Forum of Business Education (AFBE 2019)* (pp. 178-184). Atlantis Press.
- Jones, M.D.; Hutcheson, S; Camba, J.D., 2021. Past, present, and future barriers to digital transformation in manufacturing: A review. *Journal of Manufacturing Systems* p. 1-13
- Kamaludin R. 2018. Competitiveness and exports sustainability of the Indonesian natural rubber. *Sriwijaya International Journal Of Dynamic Economics And Business*. 2(1): 85-98
- Nadya. 2016. Peran Digital Marketing dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 133–144.
- Pradoko, 2017. *Paradigma Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rafiah, K.K; Widiyanto, S.; Kamal, I; Shofiana, A; Fajar, M.; Rudini, A.A. 2022. Digital Readiness Of SMES: An Insight From Indonesia. *AFEBI Management and Business Review (AMBR)* p. 12-26
- Rasid, F.E.T., H.S.P., & Rizal, M.N. 2021. Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Jurnal Informasi Interaktif*, Vol. 6 No., 62–71
- Schwertner, K. (2017) 'Digital transformation of business', *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), pp.388–393. Doi: 10.15547/tjs.2017.s.01.065
- Simberova, I; Koraos, A.; Schuller, D.; Smolikova, L. Strakova, J; Vachal, J. 2022. Threats and Opportunities in Digital Transformation in SMEs from the Perspective of Sustainability: A Case Study in the Czech Republic. *Sustainability Journal* Vol. 14 p. 1-17.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung. Alfabeta
- Sulistiyani, Aditya Pratama, Setiyanto. 2020. Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* Vol 3 No. 2 p. 31-39
- Telukdarie, A., Dube, T.; Matjuta, P.; Philbin, S. 2023. The Opportunities and Challenges of Digitalization for SME's. *Procedia Computer Science* 217 p. 689-698
- Wijayanto, H., & Harsadi, P. (2021). *Modul Transformasi Digital*. Kampus Merdeka, 1–116.