Journal of Economics and Business Research
Vol. 5, No. 1 (2026), page 36-45
e-ISSN 3024-8515, DOI: https://doi.org/10.22515/juebir.v5i1.15041
Website: https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir

Analisis Transformasi Digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bone Bolango

Desi Putri Dama
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Mandiri Gorontalo
Corresponding email: desiputridama25@gmail.com

Article information

Article history
Received: May, 20th 2026
Revised: May, 30th 2026
Accepted: June, 2nd 2026
Available online: June, 30th 2026

Kata kunci:
Transformasi Digital, UMKM, *Technology Acceptance Model*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transformasi digital pada Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kab. Bone Bolango. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa transformasi digitalisasi telah memberikan keberhasilan bagi sektor UMKM kuliner Kab. Bone bolango. Ditemukan bahwa transformasi digital masih berada pada tahap adaptasi awal, di mana pelaku usaha mulai mengenal teknologi digital namun belum sepenuhnya mengintegrasikan teknologi tersebut dalam seluruh proses bisnis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, dukungan pemerintah, dan kemampuan pelaku usaha dalam menerima perubahan. Transformasi digital pada UMKM merupakan bentuk adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pasar. Transformasi tersebut terlihat melalui penggunaan media sosial, *marketplace*, dan aplikasi digital dalam aktivitas usaha. Implementasi transformasi digital masih menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan resistensi terhadap perubahan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah, pelatihan berkelanjutan, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia agar digitalisasi UMKM dapat berjalan secara optimal.

How to cite in APA style:

Dama, D. P. (2026). Analisis Transformasi Digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bone Bolango. Journal of Economics and Business Research (JUEBIR), 5(1), 36–45. https://doi.org/10.22515/juebir.v5i1.15041

Keywords:
Digital Transformation, MSMEs, Technology Acceptance Model

ABSTRACT

This study aims to examine the digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bone Bolango Regency. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings indicate that digital transformation has positively influenced the culinary MSME sector through the adoption of digital marketing, e-commerce, digital payment systems, and social media to improve market access and business efficiency. However, most MSMEs remain at the early stage of digital adoption, with technology not yet fully integrated into their business operations. The success of digital transformation is influenced by human resource readiness, government support, and entrepreneurs' willingness to embrace change. Key challenges include low digital literacy, limited infrastructure, and resistance to change. Therefore, continuous training, stronger government support, and human resource capacity development are essential to accelerate the sustainable digitalization of MSMEs.

Journal of Economics and Business Research
Vol. 5, No. 1 (2026), page 36-45
e-ISSN 3024-8515, DOI: https://doi.org/10.22515/juebir.v5i1.15041
Website: https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan munculnya ekonomi digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. Transformasi digital turut menciptakan lapangan kerja baru yang relevan dengan kebutuhan ekonomi modern. Peningkatan penggunaan teknologi membuka peluang kerja di bidang pengembangan aplikasi, data analitik, *e-commerce*, pemasaran digital, serta layanan berbasis teknologi lainnya.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara empiris diakui sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal, sumber inovasi, serta pilar utama dalam penciptaan lapangan kerja secara inklusif. Di tingkat regional Provinsi Gorontalo, khususnya di Kabupaten Bone Bolango, UMKM dan Industri Kecil Menengah (IKM) memegang peranan sentral sebagai tulang punggung ekonomi daerah. Peran strategis ini tercermin nyata di tengah upaya pemulihan pascapandemi dan penguatan struktur ekonomi makro wilayah. Hal ini tidak hanya memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang terampil dan inovatif, tetapi juga mendorong munculnya peluang kewirausahaan baru yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan digitalisasi.

Secara agregat, data ekonomi makro menunjukkan performa pembangunan Kabupaten Bone Bolango berada pada tren yang positif namun menghadapi tantangan tingkat kemiskinan yang dinamis. Berdasarkan indikator strategis Badan Pusat Statistik, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bone Bolango sepanjang tahun 2025 menunjukkan kestabilan pergerakan di kisaran angka 4,13%, seiring dengan keberhasilan menekan angka kemiskinan daerah ke posisi 13,16 persen. Dengan tingkat pengangguran terbuka 4,02% dan Indeks pembangunan manusia 73,3% (BPS BonBol,2025). Fluktuasi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah ini sangat dipengaruhi oleh bagaimana sektor-sektor non pemerintah, seperti perdagangan dan industri pengolahan mikro, menggerakkan roda ekonomi dari lapisan bawah masyarakat.

Potensi ekonomi dari basis usaha mandiri tersebut tecermin dari pertumbuhan jumlah fisik unit usaha di lapangan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) mencatat populasi aktif pelaku UMKM di Kabupaten Bone Bolango sepanjang tahun 2025 secara kumulatif bergerak dinamis di kisaran 22.746 hingga mencapai lebih dari 40.000 unit usaha yang tersebar di berbagai sektor domestik seperti industri pangan (kuliner), pertanian pangan unggulan (seperti Kopi Organik Pinogu dan Gula Aren Bulango Ulu), serta sektor jasa perdagangan retail. Luasnya basis populasi usaha mikro ini di satu sisi menjadi modalitas sosial ekonomi yang besar, namun di sisi lain menyimpan kerentanan operasional akibat keterbatasan akses modal, tata kelola manajemen tradisional, serta kendala jangkauan pasar fisik.

Tantangan persaingan pasar modern mengharuskan adanya peningkatan kapabilitas melalui adopsi teknologi informasi, atau disebut sebagai digitalisasi UMKM. Di tingkat nasional, penetrasi UMKM ke dalam ekosistem digital baru menyentuh angka sekitar 26%. Pola yang serupa juga tercermin di Kabupaten Bone Bolango, di mana estimasi tingkat adopsi digitalisasi atau UMKM Go Digital (yang memanfaatkan *e-commerce*, media sosial aktif, maupun integrasi sistem pembayaran nontunai/QRIS) masih berada pada kisaran 15% hingga 20% dari total populasi pelaku usaha yang ada. Rendahnya persentase UMKM digital di wilayah ini umumnya terkonsentrasi pada klaster perkotaan atau pusat administrasi, sedangkan para pelaku mikro di wilayah pelosok pedesaan masih terjebak pada operasional konvensional akibat hambatan literasi digital serta keterbatasan infrastruktur pendukung jaringan.

Fenomena kesenjangan adaptasi teknologi ini memicu terjadinya *digital divide* yang berdampak langsung pada performa daya saing operasional dan pendapatan pelaku usaha lokal. Sementara pemerintah daerah melalui Tim Percepatan dan Perluasan Digitalisasi Daerah (TP2DD) terus mendorong perluasan penggunaan QRIS dan skema pemasaran digital, tingkat adopsi nyata di tingkat pelaku usaha mikro masih bersifat parsial dan belum terstruktur.

Penelitian yang dilakukan oleh Delić dan Johnson (2024) menjelaskan bahwa ekonomi digital merupakan suatu sistem kompleks (*complex system*) yang terbentuk dari interaksi

dinamis antara teknologi, manusia, organisasi, data, dan jaringan global. Penelitian ini menekankan bahwa ekonomi digital tidak dapat dipahami hanya melalui pendekatan ekonomi tradisional karena memiliki karakter yang sangat dinamis, saling terhubung, dan terus berkembang.

Perkembangan UMKM di Kabupaten Bonebolango mulai bertransformasi karena perubahan perilaku konsumen yang cenderung mengikuti tren transaksi digital. UMKM yang cepat beradaptasi biasanya mengalami peningkatan efisiensi operasional, kecepatan pelayanan, dan kualitas pengelolaan keuangan. Sebaliknya, UMKM yang lambat beradaptasi cenderung tertinggal dalam persaingan pasar digital. Peneltian Civelek (2003) menemukan bahwa *dynamic capabilities* UMKM tidak secara langsung memberikan pengaruh positif signifikan terhadap transformasi digital kemampuan organisasi saja belum cukup, UMKM masih menghadapi banyak hambatan dalam digitalisasi, terutama keterbatasan sumber daya dan kompetensi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan internal perusahaan, tetapi juga faktor eksternal dan kesiapan teknologi.

Teece (2009) dalam buku *dynamic capability* menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan menjadi kunci keberhasilan bisnis. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas bisnis akan lebih mudah bertahan dan berkembang di tengah persaingan ekonomi digital. Namun, dalam praktiknya kemajuan teknologi belum diikuti oleh kesiapan sumber daya manusia UMKM. Banyak pelaku usaha masih menggunakan media sosial secara sederhana dan belum mampu memanfaatkan teknologi untuk pengelolaan keuangan maupun pengambilan keputusan bisnis.

Transformasi digitalisasi di Kabupaten Bone Bolango pada pelaksanaannya seringkali menghadapi berbagai tantangan. Sebagian besar UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional. Adapun permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM di kabupaten Bone Bolango yakni masih terdapat keterbatasan literasi dan keterampilan digital banyak pelaku UMKM yang belum memiliki kemampuan adopsi teknologi yang memadai. Permasalahan berikut adalah Infrastruktur yang belum merata. Ketersediaan dan kualitas infrastruktur digital, terutama di daerah pedesaan, masih menjadi hambatan. Permasalahan berikut adalah perubahan pola pikir. Adanya perilaku kurang percaya diri dari pelaku usaha untuk beralih dari metode tradisional ke digitalisasi.

Berdasarkan latar belakang ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memahami dan memaksimalkan potensi ekonomi digital bagi UMKM di Kabupaten Bone Bolango, sembari mengatasi tantangan yang ada melalui evaluasi yang sistematis. penelitian ini hadir untuk mengkaji secara mendalam Transformasi digital pada UMKM di Kabupaten Bonebolango. Keterbatasan jangkauan riset terdahulu dalam memetakan model manajemen strategis yang adaptif bagi karakteristik pelaku usaha di Bone Bolango menegaskan adanya celah penelitian (*research gap*) yang mendasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengenalisis transformasi digitalisasi dalam peningkatan UMKM di Kabupaten Bone Bolango, menganalisis berbagai kendala yang muncul dalam proses pelaksanaannya, serta menilai sejauh mana digitalisasi mampu meningkatkan ekonomi masyarakat melalui UMKM. Luaran riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis pada manajemen strategi berbasis lokalitas serta rekomendasi kebijakan yang aplikatif bagi pengambil keputusan di daerah.

Kajian Teori

Dynamic Capability Theory yang dikembangkan oleh *Teece, Pisano & Shuen (2009)* menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan menjadi kunci keberhasilan bisnis. UMKM yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam aktivitas bisnis akan lebih mudah bertahan dan berkembang di tengah persaingan ekonomi digital. Pada konteks UMKM, kemampuan dinamis terlihat dari kemampuan menggunakan media sosial untuk pemasaran, penggunaan aplikasi kasir digital, pemanfaatan QRIS dan *mobile banking*, kemampuan membaca data penjualan secara digital. Kesiapan digital

UMKM, kemampuan adaptasi teknologi, inovasi bisnis digital, dan daya saing UMKM berbasis digital merupakan hal-hal yang memerlukan kajian mendalam dari para pelaku UMKM.

Technology Acceptance Model (TAM) Davis (1989) menjelaskan bahwa seseorang akan menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut mudah digunakan (*perceived ease of use*) memberikan manfaat (*perceived usefulness*). Fenomena UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih cepat menggunakan teknologi sederhana yang dianggap praktis, misalnya WhatsApp *Business*, Instagram, TikTok Shop, aplikasi pencatatan keuangan sederhana. Transformasi ekonomi digital dipandang sebagai faktor utama dalam memperbaiki tingkat pengangguran dan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital sebagai elemen kunci dalam seluruh prosesnya, mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi barang dan jasa.

Saputra & Susena (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa literasi digital, dukungan pemerintan dan pengembangan infrastruktur teknologi menjadi elemen kunci dalam memaksimalkan manfaat transformasi digital. Transformasi digital menawarkan peluang termasuk efisiensi operasional, dan transparansi keuangan serta peningkatan layanan terhadap pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Puttanapong & Peechapat (2024) memperoleh hasil dengan jarak kolaborasi yang pendek mendorong pertukaran informasi yang efisien dan sinergi kreatif. Industri musik di thailan terus mengalami perkembangan dengan adanya transformasi digital dan perubahan preferensi konsumen. Jika disandingkan dengan penelitian ini, UMKM akan berkembang dengan menggunakan transformasi digital sebagai alat untuk membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan.

Transformasi digital sangat relevan bagi usaha yang sudah mapan. Perusahaan yang sudah mapan akan menghadapi tantangan dan hambatan ketika mencari dan menerapkan inovasi model bisnis untuk transformasi digital mengingat warisan yang mereka miliki. Mereka sering kali dipaksa untuk menghadapi konflik dan pertimbangan antara cara berbisnis yang ada dan yang baru (Christensen, 2016).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam, holistik, dan kontekstual mengenai bagaimana pelaku UMKM memaknai dan mengalami proses transformasi digital dalam operasional bisnis mereka. Desain studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena kontemporer dalam batas-batas kehidupan nyata (*real-life context*). Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen utama (*human instrument*). Peneliti terlibat langsung dalam proses pengumpulan data di lapangan, mulai dari menentukan fokus, memilih informan, melakukan wawancara, observasi, hingga melakukan analisis dan interpretasi data secara mandiri tanpa intervensi pihak luar.

Penelitian dilakukan pada klaster UMKM sektor kuliner/retail di Kabupaten Bone Bolango. Lokasi ini dipilih karena memiliki tingkat adopsi digitalisasi yang dinamis. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria informan meliputi Pemilik UMKM yang telah beroperasi minimal 3 tahun, dan Telah mengadopsi minimal dua instrumen digital QRIS, *marketplace*, atau media sosial untuk pemasaran dalam 1 tahun terakhir. Berdasarkan prinsip saturasi data, jumlah informan ditetapkan sebanyak 8 orang pemilik UMKM.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik triangulasi Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) dilakukan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk menggali motivasi, hambatan, dan perubahan perilaku setelah transformasi digital. Observasi langsung, Peneliti mengamati aktivitas transaksi harian, cara interaksi digital dengan pelanggan, dan penggunaan aplikasi kasir/pembukuan oleh UMKM dan dokumentasi. Pengumpulan data catatan penjualan digital, foto aktivitas operasional, serta profil akun digital UMKM terkait.

Hasil dan Pembahasan

Journal of Economics and Business Research
Vol. 5, No. 1 (2026), page 36-45
e-ISSN 3024-8515, DOI: https://doi.org/10.22515/juebir.v5i1.15041
Website: https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir

Transformasi digital pada UMKM bukan sekadar adopsi perangkat keras atau aplikasi, melainkan sebuah proses rekonstruksi budaya bisnis dan adaptasi kognitif pemilik usaha.

1. Bentuk Transformasi Digital pada UMKM di Kabupaten Bone Bolango

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mulai terlihat melalui penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran dan komunikasi usaha. Informan 2 mengatakan "Awalnya saya takut pakai QRIS karena tidak paham, tapi sekarang lebih mudah karena pembeli jarang bawa uang tunai." Informan 5 mengatakan bahwa lebih nyaman menggunakan QRIS dan catatan manual dengan promosi menggunakan WA dan *Marketplace*. Ada juga Informan 9 mengatakan bahwa dengan menggunakan pencatatan QRIS sebagai pembayaran dan menggunakan paket bundling akan menarik pelanggan untuk membeli. Informan 7 mengatakan bahwa dengan melakukan *free* ongkos kirim di area yang dekat dengan lokasi tugu Bone bolango, maka akan meningkatkan penjualan.

Dari beberapa hasil wawancara dengan informan Sebagian besar pelaku UMKM telah memanfaatkan aplikasi seperti WhatsApp Business, Facebook, Instagram, dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Transformasi tersebut terjadi karena adanya perubahan perilaku konsumen yang cenderung memilih transaksi secara *online*. Kondisi ini mendorong UMKM untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar tetap mampu bersaing. Dalam perspektif teori transformasi digital, perubahan ini menunjukkan adanya pergeseran dari sistem usaha konvensional menuju sistem usaha berbasis teknologi informasi. Selain pemasaran digital, beberapa UMKM juga mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana untuk membantu pengelolaan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya terjadi pada aspek promosi, tetapi juga pada aspek manajemen usaha.

Teori Embeddedness dalam penelitian Mark Granovetter sangat kuat untuk penelitian UMKM karena menjelaskan bahwa aktivitas ekonomi dipengaruhi hubungan sosial masyarakat. UMKM kuliner di Kabupaten Bonebolango telah berkembang karena relasi sosial. Rata-rata pelanggan berasal dari lingkungan sosial. media sosial memperluas jaringan sosial menjadi jaringan ekonomi. Media sosial bukan hanya alat promosi, tetapi alat membangun kepercayaan, hubungan pelanggan, jaringan usaha. Salah satu informan mengatakan bahwa dengan melihat Live tiktok Kedai Kopi tersebut, cara mereka menarik pelanggan dengan memberikan fasilitas karaoke maka pengunjung akan ramai membeli Kopi dan dimsum. Terlebih anak-anak gen Z, sangat menyukai Kopi dan Dimsum dengan mendengarkan musik.

Penggunaan media sosial oleh UMKM di Tugu Kabupaten Bone Bolango menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak terlepas dari hubungan sosial masyarakat. Media sosial digunakan bukan hanya untuk menjual produk, tetapi juga membangun komunikasi dan kedekatan dengan pelanggan. Kondisi ini sejalan dengan teori embeddedness dari Granovetter yang menyatakan bahwa aktivitas ekonomi melekat pada hubungan sosial yang terbentuk di masyarakat. Berdasarkan reduksi data lapangan, terdapat 3 poin utama dalam pembahasan fenomena ini:

a) Pergeseran Mindset dan Hambatan Psikologis Awal (*Mental Block*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fase awal transformasi digital selalu diwarnai oleh resistensi psikologis internal dari pelaku UMKM. Informan menyatakan adanya ketakutan akan hilangnya kontrol finansial, kerumitan sistem baru, dan kekhawatiran terhadap keamanan siber (seperti penipuan digital). "Awalnya saya takut pakai QRIS, pikir saya nanti uangnya masuk ke mana, repot tidak mencairkannya. Lebih tenang pegang uang *cash*." (Informan 1, Pemilik Stand Cofee) Namun, ketika tuntutan pasar dan tekanan dari kompetitor memaksa untuk menggunakan tekologi digital, maka

mereka siap atau tidak siap harus keluar dari zona nyaman. Transformasi digital pada UMKM didorong oleh motif survival (bertahan hidup). UMKM harus mengupdate diri jika ingin bertahan dalam pasar.

b) Restrukturisasi Operasional dan Efisiensi Finansial

Setelah melewati fase resistensi, adopsi teknologi digital mengubah pola tata kelola keuangan informal UMKM menjadi lebih terstruktur. Penggunaan aplikasi pencatatan digital mengeliminasi masalah klasik UMKM, yaitu bercampurnya uang pribadi dengan uang usaha. Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi pemasaran UMKM, tetapi juga memperbaiki pola pengelolaan keuangan usaha. Pelaku UMKM mulai mampu memantau transaksi secara lebih sistematis melalui penggunaan QRIS. Selain itu, media sosial membantu meningkatkan volume penjualan sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

Teori Pengelolaan Keuangan menjelaskan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha mengelola pemasukan, pengeluaran, laba, dan keputusan keuangan. Media sosial dan QRIS bukan hanya alat teknologi, tetapi juga alat penguatan pengelolaan keuangan usaha. Dengan menggunakan media social sebagai sarana promosi, penjualan akan meningkat. QRIS membantu pencatatan transaksi, sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih terstruktur.

Secara kualitatif, efisiensi yang dirasakan informan tidak hanya diukur dari peningkatan omzet secara matematis, melainkan dari "efisiensi waktu" dan "reduksi stres kerja". Pemilik usaha memiliki waktu lebih banyak untuk memikirkan strategi pengembangan produk karena pencatatan stok dan rekapitulasi harian sudah otomatisasi oleh sistem.

Teori Efisiensi Keuangan menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu usaha menjadi lebih efisien dalam transaksi, pencatatan, pengeluaran operasional, dan pengelolaan arus kas. Penggunaan QRIS pada UMKM dapat mengurangi risiko uang tunai hilang, mempercepat transaksi, mempermudah pencatatan pemasukan, dan meningkatkan keteraturan arus kas usaha. Penggunaan QRIS pada UMKM Kabupaten Bone Bolango memberikan dampak terhadap efisiensi pengelolaan keuangan usaha. Pelaku UMKM mengakui bahwa transaksi menjadi lebih cepat dan pencatatan pemasukan lebih mudah dipantau dibandingkan sistem pembayaran tunai. Hal tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran berkontribusi terhadap efisiensi finansial usaha melalui pengurangan biaya transaksi dan peningkatan kontrol arus kas.

c) Integrasi Budaya Digital dan Relasi Pelanggan

Teknologi digital mengubah cara UMKM membangun keintiman sosial *(social intimacy)* dengan konsumen. Jika dahulu loyalitas pelanggan dibangun lewat obrolan fisik di kedai, kini loyalitas tersebut bergeser ke ruang digital melalui interaksi media sosial dan kecepatan respons pesan instan. Transformasi digital tidak mematikan sentuhan kemanusiaan (*human touch*) dari UMKM, melainkan memediasinya ke dalam bentuk baru seperti layanan pelanggan yang dipersonalisasi lewat platform digital. UMKM yang sukses bertransformasi adalah mereka yang mampu mengawinkan kecepatan digital dengan kehangatan pelayanan tradisional.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa Seseorang akan menerima teknologi apabila teknologi dianggap bermanfaat (*perceived usefulness*), dan mudah digunakan (*perceived ease of use*). Dari hasil wawancara terhadap 10 UMKM, kemungkinan ditemukan bahwa awalnya pelaku usaha cenderung merasa takut menggunakan QRIS. Mereka belum memahami media sosial untuk bisnis, namun setelah melihat manfaatnya, mereka mulai menerima teknologi tersebut. Temuan penelitian

menunjukkan bahwa penerimaan teknologi digital pada UMKM Kabupaten Bone Bolango terjadi secara bertahap.

Pada tahap awal, sebagian informan mengalami keraguan menggunakan QRIS dan media sosial karena keterbatasan pengetahuan digital. Namun setelah merasakan kemudahan transaksi dan peningkatan komunikasi dengan pelanggan, pelaku usaha mulai menerima teknologi tersebut sebagai bagian dari aktivitas bisnis. Kondisi ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan Davis, bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi. Teori ini dikembangkan oleh Tornatzky dan Fleischer bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh teknologi, organisasi, dan lingkungan. Hasil penelitian Schumpeter (2021) juga menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi terjadi karena transformasi digital UMKM, inovasi bisnis, penggunaan marketplace, media sosial, dan QRIS, merupakan bentuk inovasi yang mendorong perubahan model bisnis dan pertumbuhan ekonomi usaha kecil.

2. Faktor Pendorong Transformasi Digital

Penelitian ini menemukan beberapa faktor yang mendorong UMKM melakukan transformasi digital, yaitu:

a) Perubahan Perilaku Konsumen

Konsumen saat ini lebih aktif menggunakan media digital dalam mencari produk dan melakukan transaksi. Kondisi ini mendorong pelaku UMKM untuk hadir di platform digital agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

b) Persaingan Usaha

Persaingan antar pelaku usaha semakin ketat sehingga UMKM perlu melakukan inovasi agar tidak tertinggal. Digitalisasi menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.

c) Dukungan Pemerintah

Pemerintah daerah melalui pelatihan dan pendampingan UMKM turut berperan dalam meningkatkan kemampuan digital pelaku usaha. Program digitalisasi UMKM memberikan motivasi bagi pelaku usaha untuk mulai menggunakan teknologi dalam aktivitas bisnis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Peter C. Verhoef (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital telah mengubah secara mendasar perilaku konsumen, model bisnis, dan strategi perusahaan. Penelitian ini menekankan bahwa transformasi digital bukan hanya penggunaan teknologi, tetapi perubahan menyeluruh dalam organisasi dan cara perusahaan menciptakan nilai. Dukungan pemerintah sangat dibutuhkan dalam mendukung UMKM melalui penguatan digitalisasi.

d) Kemudahan Akses Teknologi

Penggunaan smartphone dan internet yang semakin luas mempermudah pelaku UMKM untuk mengakses platform digital dengan biaya yang relatif terjangkau. Hal ini sejalan dengan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karl S. R. Warner dan Maximilian Wäger dalam artikel *Building Dynamic Capabilities for Digital Transformation* menunjukkan bahwa transformasi digital bukan sekadar penerapan teknologi, tetapi merupakan proses pembaruan strategi organisasi secara berkelanjutan (*strategic renewal*).

3. Hambatan Transformasi Digital pada UMKM

Meskipun transformasi digital mulai berkembang, penelitian menemukan beberapa hambatan utama yang dihadapi UMKM di Kabupaten Bone Bolango, antara lain:

a) Rendahnya Literasi Digital

Journal of Economics and Business Research
Vol. 5, No. 1 (2026), page 36-45
e-ISSN 3024-8515, DOI: https://doi.org/10.22515/juebir.v5i1.15041
Website: https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir

Sebagian pelaku UMKM belum memahami penggunaan teknologi digital secara optimal. Mereka masih mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi digital, membuat konten pemasaran, maupun melakukan transaksi online.

b) Keterbatasan Infrastruktur

Kualitas jaringan internet di beberapa wilayah kab. Boe bolango masih belum stabil sehingga menghambat aktivitas pemasaran digital dan transaksi online.

c) Keterbatasan Modal

Beberapa UMKM belum mampu menyediakan perangkat teknologi yang memadai untuk mendukung digitalisasi usaha.

d) Resistensi terhadap Perubahan

Sebagian pelaku usaha masih mempertahankan pola bisnis tradisional karena merasa nyaman dengan sistem lama dan kurang percaya terhadap efektivitas teknologi digital. Hasil wawancara menyatakan bahwa ada 3 orang Informan yang masih nyaman dengan melakukan pembayaran tunai dengan pencatatan melalui Ms. Excel.

Dalam perspektif teori perubahan organisasi, kondisi ini menunjukkan bahwa proses transformasi membutuhkan kesiapan sumber daya manusia serta dukungan lingkungan yang memadai. Hal ini sejalan dengan penelitian yang di kemukakan oleh Huang (2024) dalam penelitiannya bahwa dalam ekonomi digital, data bukan lagi sekadar informasi, tetapi telah menjadi faktor produksi utama seperti modal, tenaga kerja, dan teknologi. Ekonomi digital berkembang karena kemampuan platform mengumpulkan, mengolah, dan memanfaatkan data secara besar-besaran.

4. Dampak Transformasi Digital Terhadap UMKM

Transformasi digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Bone Bolango. Dampak tersebut meliputi meningkatnya jangkauan pemasaran yakni dengan bertambahnya jumlah pelanggan, meningkatnya efisiensi komunikasi bisnis, meningkatkan percepatan transaksi penjualan, dan meningkatnya kemampuan promosi produk. Hal ini sejalan dengan *Diffusion of Innovation Theory* yang dikemukakan oleh Roger (2003) tentang bagaimana inovasi dan teknologi menyebar dalam masyarakat atau organisasi.

Saputri dan Tarigan (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa transformasi budaya organisasi sangat diperlukan untuk menghadapi perubahan dunia kerja modern, terutama karena adanya perkembangan teknologi digital, perubahan pola kerja, meningkatnya kebutuhan fleksibilitas kerja dan adanya tuntutan kesejahteraan karyawan. Budaya organisasi yang adaptif mampu meningkatkan keterlibatan karyawan (*Employee Engagement*) dan keberlanjutan perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wafa dan Damanhuri mengemukakan hasil bahwa perkembangan ekonomi digital telah mengubah struktur industri, model bisnis, dan perilaku konsumen secara signifikan melalui inovasi teknologi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa transformasi digital dengan penggunaan media sosial oleh UMKM kuliner di Tugu Kabupaten Bone Bolango menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi tidak terlepas dari hubungan sosial masyarakat. Media sosial sebagai sarana digital digunakan bukan hanya untuk menjual produk, tetapi juga membangun komunikasi dan kedekatan dengan pelanggan. Kondisi ini sejalan dengan teori Embeddedness dari Granovetter (1985) yang menyatakan bahwa aktivitas ekonomi melekat pada hubungan sosial yang terbentuk di masyarakat.

Adopsi teknologi digital mengubah pola tata kelola keuangan informal UMKM menjadi lebih terstruktur. Penggunaan aplikasi pencatatan digital mengeliminasi masalah klasik UMKM, yaitu bercampurnya uang pribadi dengan uang usaha. Transformasi digital tidak hanya

mempengaruhi pemasaran UMKM, tetapi juga memperbaiki pola pengelolaan keuangan usaha. Pelaku UMKM mulai mampu memantau transaksi secara lebih sistematis melalui penggunaan QRIS. Hal ini sejalan dengan *Agency Theory* bahwa efisiensi Keuangan yang menjelaskan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu usaha menjadi lebih efisien dalam transaksi, pencatatan, pengeluaran operasional, dan pengelolaan arus kas.

Daftar Rujukan

Abdurrahman, A., Gustomo, A., & Prasetio, E. A. (2024). Impact of Dynamic Capabilities on Digital Transformation and Innovation to Improve Banking Performance: A TOE Framework Study*. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100215.

Aguiar, Luis, Imke Reimers, and Joel Waldfogel. (2023). Platforms and the transformation of the content industries*. Journal of Economics & Management Strategy*. Early View.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Bone Bolango. (2025). *Statistik Daerah Kabupaten Bone Bolango 2025*. https://bonebolangokab.bps.go.id/id/publication/2025/10/31/d4acaab91a0fdc4f5f43b6ba/ statistik-daerah-kabupaten-bone-bolango-2025.html

Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). What is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44–53.

Civelek, M., Krajčík, V., & Ključnikov, A. (2023). The impacts of dynamic capabilities on SMEs' digital transformation process: The resource-based view perspective. *Oeconomia Copernicana*, 14(4), 1367–1392.

Delic, K. A., & Johnson, J. (2024). *The Digital Economy as a Complex System*. ACM Ubiquity

Granovetter, M., & Swedberg, R. (Eds.). (2001). *The Sociology of Economic Life* (2nd ed.). Boulder, CO: Westview Press.

Huang, Y. (2024). A Theory of Digital Economy Development: An Examination of the Practice of Chinese Platforms*. Social Sciences in China*, 45(1), 36–53.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.

Ladian, S. T., & Fauzi, A. (2025). Dampak Kapabilitas Digital Terhadap Kinerja UMKM Dengan Peran Mediasi Transformasi Bisnis Digital*. Management Studies and Entrepreneurship Journal.*

Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital Transformation And Customer Value Creation in Made in Italy SMEs: A Dynamic Capabilities Perspective*. Journal of Business Research*, 123, 642–656.

Putri, E., et al. (2025). Dynamic Capability Theory: Digital Transformation as a Sustainable Competitive Performance Strategy for MSMEs. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 10(3).

Puttanapong nattapong & Peechapat wichaya. (2024). Collaboration and Competition; A Social Network Anlysis of Thailand Music Indutry. *Journal Economies.*

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.

Saputra Muhamad Fadli, & Susena Karona Cahya. 2025. Digital tranformtion in finansial management*. Journal of Apllied Finansial Management*. 1(2): 31-34.

Saputri, V. D., Susena, K. C., & Tarigan, H. P. (2024). Organisational Culture Transformation at Bengkulu Company: 2024 Trends in Improving Employee Engagement. *Innovative Business Management Journal*, 1(1), 63-68.

Schumpeter, J. A. (2021). *The Theory of Economic Development*. Routledge Classics.

Teece, D. J. (2009). *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*. Oxford University Press.

Verhoef, P. C., et al. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.

Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation: An ongoing process of strategic renewal. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349.

Wafa, F., & Damanhuri, A. (2025). Memahami dan Menganalisis Tiga Teori Ekonomi Digital. *Ekopedia Jurnal Ilmiah Ekonomi*.