

DIGITALISASI UMKM PADA SEKTOR PARIWISATA LAUT PESISIR UTARA MADURA DI MASA PANDEMI COVID-19

Alvin Sugeng Prasetyo¹, Ahmad Kamil²

Email: alvin.prasetyo@trunojoyo.ac.id

^{1,2} Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Era globalisasi ekonomi seperti saat ini sangat membutuhkan peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga dirasakan oleh wilayah Madura, terutama bagi pelaku UMKM yang ada di sektor pariwisata laut seperti pantai biru di kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Hal ini karena UMKM pantai biru di kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan yang melakukan transaksi dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) belum ada. Padahal di masa pandemi, transaksi dengan mengoptimalkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi solusi untuk menjalankan usaha. Secara akademik, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai hasil riset akademik dalam rangka mendorong kemajuan UMKM pantai biru di kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, disamping itu hasil penelitian dapat di publikasikan kedalam jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional yang terakreditasi. Secara praktis, hasil penelitian nantinya akan dijadikan sebagai bahan rekomendasi kebijakan Pemerintah daerah terutama terkait dengan UMKM. Guna mendorong digitalisasi UMKM maka studi ini perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Metode yang digunakan dalam studi ini yaitu regresi berganda. Hasil estimasi menunjukkan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM. Hal ini menandakan bahwa Digitalisasi UMKM pada pantai biru di kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan perlu dikembangkan, sehingga strategi supaya digitalisasi terlaksana.

Kata Kunci: TIK, UMKM, Regresi Berganda, Pantai Biru

PENDAHULUAN

Era globalisasi ekonomi seperti saat ini sangat membutuhkan peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Hal ini mendorong terjadinya transisi perekonomian dari *resource based economy* menjadi *knowledge based economy* (Harris, 2001). Menurut Chun-Chien & Chih-Hai (2008), suatu negara atau wilayah yang pembangunannya bertumpu pada *knowledge based economy*, ternyata mempunyai perkembangan yang jauh lebih baik dibandingkan negara yang mengandalkan *resource based economy*, sebab *knowledge-based economy* lebih menekankan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi

kunci utama keberhasilan ekonomi di masa depan. Oleh sebab itu, penggunaan Informasi Teknologi Komunikasi (TIK) tidak dapat diabaikan untuk kemajuan ekonomi.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga dirasakan oleh wilayah Madura, terutama bagi pelaku UMKM yang ada di sektor pariwisata pesisir utara Madura. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memudahkan untuk memasarkan produk UMKM sektor pariwisata laut pesisir utara Madura, menghemat biaya operasional, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan pelayanan. UMKM yang melakukan transaksi secara online di sektor pariwisata pesisir utara Madura masih tergolong sedikit. Padahal di masa pandemi, transaksi online menjadi solusi untuk menjalankan usaha, sehingga penjualan tetap berjalan dibanding yang melakukan transaksi secara langsung. Hal ini menjadi penting untuk segera melakukan percepatan digitalisasi UMKM. Dengan demikian, mengoptimalkan digitalisasi dapat membantu pengembangan UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura.

UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura jika telah menggunakan TIK dalam operasi sehari-hari dapat mempermudah komunikasi internal, kolaborasi tim, manajemen keuangan, dan mempercepat berbagi informasi baik dengan pemangku kepentingan bisnis maupun dengan konsumen. UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura yang memanfaatkan TIK juga dapat memperbaiki layanan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas. Oleh sebab itu, UMKM pada sektor pariwisata pesisir laut utara Madura dituntut untuk menguasai TIK, sehingga dapat terwujud digitalisasi UMKM. Jika digitalisasi UMKM terwujud, maka kemajuan UMKM sektor pariwisata laut di kawasan Madura akan tercapai.

Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah suatu upaya untuk memasarkan produk UMKM Jawa Timur secara online dengan mengoptimalkan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui marketplace menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian rumah tangga

di era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar.

Peran UMKM sebenarnya telah diuraikan oleh ekonom Schumpeter. Kunci utama perekonomian suatu negara dapat maju berdasarkan pemikiran Schumpeter yaitu adanya peran wiraswasta (Maradana et al, 2017). Wiraswasta dalam hal ini yaitu pelaku UMKM, maka dari itu jiwa *entrepreneur* dalam menjalankan UMKM berperan dalam meningkatkan keuntungan, yang nantinya meningkatkan pendapatan rumah tangga sehingga meningkatkan standar hidup dalam masyarakat (Louçã, 2014). Masyarakat semakin sejahtera, maka perekonomian semakin maju.

Schumpeter juga memberikan pandangan bahwa pelaku wiraswasta untuk terus melakukan inovasi, karena zaman terus mengalami perubahan, sehingga perlu penyesuaian (Law & Goh, 2020). Jika benar dilakukan maka usaha akan tetap bertahan. Arti inovasi yang dimaksud oleh Schumpeter adalah berupa perbaikan teknologi dengan mengedepankan kreativitas. Hal ini memberikan makna bahwa pelaku UMKM harus terus melakukan inovasi dengan mengedepankan penggunaan teknologi sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas, dan nantinya berdaya saing.

Urgensi penelitian ini dilakukan dapat dilihat secara akademik dan secara praktis. Secara akademik, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai hasil riset akademik dalam rangka mendorong kemajuan UMKM sektor pariwisata laut pesisir utara Madura, disamping itu hasil penelitian dapat di publikasikan kedalam jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional yang terakreditasi. Secara praktis, hasil penelitian nantinya akan dijadikan sebagai bahan rekomendasi kebijakan Pemerintah daerah terutama terkait dengan UMKM. Guna mendorong digitalisasi UMKM maka studi ini perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Penelitian nantinya berusaha untuk merumuskan strategi pengembangan digitalisasi UMKM pada sektor pariwisata pesisir utara Madura sehingga dapat sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dalam proses bisnisnya.

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengujian yang kemudian akan menentukan penentuan teknik analisis dan formula statistik yang digunakan. Selanjutnya, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir, dan meramalkan hasilnya (Sarwono, 2018). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Pengujian dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak STATA.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer dalam studi ini diperoleh melalui survei dengan UMKM yang dijadikan sampel penelitian, sehingga peneliti bisa melakukan pengamatan lapangan dan menulis jawaban langsung dari objek penelitian. Objek penelitian dalam studi ini yaitu pelaku UMKM pada sektor pariwisata laut Pantai Biru Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Jumlah pelaku UMKM yang dijadikan sampel dalam studi ini yaitu pedagang yang ada di pantai biru dan disekitar pantai biru. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 33 pedagang.

Teknik analisis yang digunakan dalam studi ini yaitu regresi berganda. Model regresi membahas tentang saling ketergantungan secara statistik antara satu variabel terhadap variabel lainnya. Secara statistik menunjukkan bahwa kedua variabel saling ketergantungan, namun jika hubungan kedua variabel tidak didasarkan pada teori, maka kedua variabel tidak terdapat hubungan sebab-akibat. Penjelasan tersebut memberikan arti bahwa penggunaan model regresi harus sesuai dengan teori. Model regresi terdiri dari model regresi sederhana dan regresi berganda. Model regresi berganda merupakan perluasan dari model regresi sederhana. Perbedaan antara regresi sederhana dengan regresi berganda terletak pada jumlah variabel independen yang digunakan. Regresi sederhana menggunakan satu variabel independen, sedangkan regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen.

Model Regresi Sederhana

$$Y_t = \alpha + \beta X_t + \varepsilon_t$$

Keterangan Y , α , β , t dan X serta ε adalah variabel dependen, intersep, slope, *subscript* dari *time series data* dan variabel independen serta *error term*.

Model Regresi Berganda

$$Y_t = \alpha + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + \dots + \beta_n X_{nt} + \varepsilon_t$$

Keterangan

Y , α , β , t , dan X serta ε adalah variabel dependen, intersep, slope, *subscript* dari *time series data*, dan variabel independen serta *error term*.

Metode yang digunakan mengestimasi model regresi sederhana dan model regresi berganda, yaitu *Ordinary Least Square* (OLS). Definisi metode OLS, yaitu prosedur meminimalkan *sum of square residual* (SSR) (Ramanathan, 1995:90). Tujuan dari prosedur OLS dalam model regresi ialah mencari nilai estimasi dari intersep dan slope serta mendapatkan inferensi nilai aktual dari intersep dan slope. Prosedur *Ordinary Least Square* (OLS) memiliki beberapa asumsi yang tidak boleh dilanggar. Berikut ini asumsi-asumsi yang mendasari prosedur *Ordinary Least Square* (OLS) (Gujarati dan Porter, 2011):

1. Model regresi linier dalam parameter (intersept dan slope);
2. Tidak ada korelasi antara variabel independen dengan *error term*;
3. Nilai rata-rata dari *error term* sama dengan nol;
4. Homoskedastisitas
5. Tidak ada autokorelasi
6. Jumlah data lebih besar dari jumlah parameter yang akan diestimasi.
7. Variabel dependen bersifat *stokastik*, sedangkan variabel independen bersifat deterministik.

Model Analisis dalam penelitian ini:

$$\text{Ln}(Y_i) = \alpha + \beta_1 \text{Ln}(X_{1i}) + \beta_2 \text{Ln}(X_{2i}) + \beta_3 (X_{3i}) + \beta_4 (X_{4i}) + \beta_5 D_i + e_i$$

Keterangan

Y : Hasil penjualan (dalam rupiah)

X_1 : jumlah pekerja (dalam orang)

X_2 : modal (dalam rupiah)

X_3 : bahan baku (dalam rupiah)

X_4 : listrik (dalam rupiah)

D : 1 = jika menggunakan ICT

0 = jika tidak menggunakan ICT

e : error term

i ; cross section

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Biru yang berada di desa Telaga Biru Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Menurut penjelasan warga sekitar desa Telaga Biru, pantai ini dinamakan dengan Pantai Biru karena warna air dari pantai tersebut berwarna hijau akan tetapi masyarakat Madura sudah terbiasa mengatakan warna hijau dengan warna biru maka akhirnya pantai tersebut diberi nama pantai Biru. Wisata pantai Biru ini adalah destinasi wisata baru yang telah banyak dikenal oleh masyarakat yang berada di desa Telaga Biru. Pasalnya, Pantai Biru ini banyak dikunjungi oleh masyarakat khususnya para remaja yang hendak menginginkan liburan yang instagramable. Dan Pantai Biru ini cukup menarik di mata para millennial karena di pantai ini menyediakan area spot untuk foto yang instagramable.

Dahulu objek wisata pantai biru tanjung bumi adalah daerah pantai berstatus tanah kas desa yang dimanfaatkan untuk tambak bandeng. Ada 18 area pertambakan yang berdiri di sana, namun, dalam perjalanannya, kegiatan tambak itu berhenti, hingga akhirnya menjadi lokasi pembuangan sampah dan air limbah. Perubahan wajah Pantai Biru dimulai pada 2018. Pemangku kebijakan dan warga desa tersebut bergerak untuk menata ulang wajah pantai yang sebenarnya memiliki potensi besar itu. Pada tahap awal, 40–50 persen dana desa (DD) dialokasikan untuk membenahi pantai itu. Secara bertahap, berbagai wahana baru didirikan. Karena upaya tersebut pula, wisatawan yang datang mengalir tiada henti.

Pada 2022, wisata Telaga Biru bakal menyediakan wahana edukasi batik tulis. Pantai Biru sebuah wisata buatan warga dibawah pengelolaan BUMDes. Keberhasilan Pantai Biru menjadi salah satu destinasi unggulan di Bangkalan juga tidak terlepas dari faktor lain. Salah satunya adalah letaknya yang cukup strategis. Posisi Pantai Biru memang cukup ideal. Lokasinya berada di kawasan pantura Pulau Madura yang banyak terdapat objek wisata lain. Hal itu membuat wisatawan yang berlibur ke Pulau Garam memiliki banyak pilihan destinasi.

Hasil estimasi dengan menggunakan regresi berganda dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Hasil Estimasi Regresi Berganda

Variabel	Koefisien & Standar Error	Probabilitas	Keterangan
Ln(X _{1i})	0,34523*** (0,24422)	0,0034	Signifikan Positif
Ln(X _{2i})	0,47891** (0,12892)	0,0378	Signifikan Positif
Ln(X _{3i})	0,02367** (0,00899)	0,0452	Signifikan Positif
Ln(X _{4i})	0,51127* (0,02345)	0,0988	Signifikan Positif
D	0,00678 (0,00899)	0,2981	Tidak berpengaruh signifikan

Keterangan:

***, **, * signifikan pada 1%, 5%, dan 10%

(...) standar error

Y : Hasil penjualan (dalam rupiah)

X1 : jumlah pekerja (dalam orang)

X2 : modal (dalam rupiah)

X3 : bahan baku (dalam rupiah)

X4 : listrik (dalam rupiah)

D : 1 = jika menggunakan TIK

0 = jika tidak menggunakan TIK

Tenaga kerja sebagai *human resources* mengandung dua pengertian. Pertama mengandung pengertian usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. Tenaga kerja mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Pengertian kedua dari tenaga kerja menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang bernilai ekonomis, yaitu bahwa kegiatan tersebut

menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara fisik, kemampuan bekerja diukur dengan usia. Orang dalam usia kerja dianggap mampu bekerja. Kelompok penduduk dalam usia kerja tersebut dinamakan tenaga kerja atau *manpower*.

Mulyadi (2003) mengemukakan bahwa tenaga kerja adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa. Menurut Rosyidi (2004:57), tenaga kerja merujuk pada kemampuan manusiawi yang dapat disumbangkan untuk memungkinkan dilakukannya produksi barang-barang dan jasa-jasa. Tenaga kerja merupakan salah input yang digunakan dalam proses produksi. Faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting untuk diperhatikan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya lapangan kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja (Machfudz, 2007:97).

Hasil estimasi menunjukkan bahwa tenaga kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Hasil studi ini juga sejalan dengan teori fungsi produksi. Hasil estimasi menunjukkan bahwa jumlah pekerja berpengaruh signifikan positif terhadap penjualan UMKM di Pantai Biru Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Hal ini memberikan arti bahwa tenaga kerja berperan dalam meningkatkan penjualan UMKM di Pantai Biru Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Koefisien sebesar 0,34 artinya peningkatan 1 tenaga kerja dapat meningkatkan penjualan sebesar 0,34 persen, asumsi ceteris paribus. Studi ini juga menunjukkan bahwa elastisitas tenaga kerja berjenis inelastis. Hal ini karena memiliki nilai elastisitas kurang dari satu.

Tenaga kerja memegang peranan penting dalam setiap penyelenggaraan kegiatan UMKM di pantai biru, karena pada kenyataannya sampai saat ini tenaga kerja masih menjadi faktor yang penting dalam menentukan jalannya proses produksi (Sulistiana, 2010). Teori fungsi produksi menunjukkan bahwa tenaga kerja dengan output memiliki hubungan positif (Sulistiana, 2010). Setiap proses produksi pada UMKM harus disediakan tenaga kerja yang cukup memadai, jumlah tenaga kerja yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga optimal. Suatu proses produksi tidak akan berjalan dengan lancar

tanpa adanya tenaga kerja di dalamnya, karena tenaga kerja merupakan sumber daya untuk menjalankan suatu proses produksi sehingga tenaga kerja sangat penting dan diperhatikan dalam proses produksi. Temuan dalam penelitian ini yaitu pertama hubungan kerja yang tidak terdokumentasi, kedua tidak adanya mekanisme kenaikan upah, dan ketiga banyak tenaga kerja yang diketahui belum terdaftar sebagai peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS).

Menurut Rosyidi (2004), modal mencakup uang yang tersedia di dalam perusahaan untuk membeli mesin-mesin serta faktor produksi lainnya, sedangkan Mankiw (2006) mendefinisikan modal sebagai seperangkat sarana yang dipergunakan oleh para pekerja. Schwiedlend (2001), modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Konsep modal kerja dibagi menjadi 3, yaitu 1) konsep kuantitatif, 2) konsep kualitatif, dan 3) konsep fungsional (Khasmir, 2010). Modal kerja konsep kuantitatif, menyebutkan bahwa modal kerja adalah seluruh aktiva lancar. Konsep ini sering disebut dengan modal kerja kotor (*gross working capital*). Modal kerja kotor (*gross working capital*) adalah semua komponen yang ada di aktiva lancar secara keseluruhan dan sering hanya disebut modal kerja (Marsh, 1995; Brigham dan Ehrhardt, 2005). Modal kerja konsep kualitatif, merupakan konsep yang menitikberatkan kepada kualitas modal kerja. Dalam konsep ini melihat selisih antara jumlah aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Konsep ini disebut modal kerja bersih (*net working capital*). Jadi modal kerja bersih (*net working capital*) merupakan seluruh komponen aktiva lancar dikurangi dengan seluruh total kewajiban lancar (utang jangka pendek) (Marsh, 1995; Brigham dan Ehrhardt, 2005). Modal kerja konsep fungsional, menekankan kepada fungsi dana yang dimiliki perusahaan dalam memperoleh laba. Artinya, sejumlah dana yang dimiliki dan digunakan perusahaan untuk meningkatkan laba perusahaan (Khasmir, 2010).

Hasil estimasi menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM Pantai Biru. Hal ini memberikan arti bahwa modal juga berperan dalam meningkatkan penjualan. Koefisien modal sebesar 0,48, artinya peningkatan modal sebesar 1 persen, maka penjualan akan meningkat sebesar 0,48 persen, asumsi ceteris paribus. Koefisien modal paling besar dibandingkan dengan variabel

lain nya. Hasil ini memberikan makna bahwa modal menjadi input yang diutamakan dalam menjalankan UMKM di pantai biru. Apabila jumlah modal yang tersedia bisa memenuhi seluruh kebutuhan dalam proses produksi, maka proses produksi akan berjalan dengan lancar dan akan berpengaruh terhadap peningkatan hasil produksi (Sulistiana, 2010). Jika pelaku UMKM menambah jumlah modal, maka akan meningkatkan jumlah produksi, dengan penambahan jumlah modal, maka pelaku UMKM dapat menambah bahan baku untuk diolah, sehingga kapasitas output akan menjadi lebih besar. Apabila jumlah produksi bertambah banyak maka laba yang diperoleh pengusaha industri akan bertambah pula sehingga selain digunakan untuk memberi gaji karyawan, juga dapat digunakan untuk cicilan pembayaran utang modal di bank ataupun koperasi (Sulistiana, 2010).

Menurut Mulyadi (2005) bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh, sedangkan menurut Kholmi (2003), bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian besar produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri. Menurut Prawirosentono (2001) bahan baku adalah bahan utama dari suatu produk atau barang. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa bahan baku merupakan bahan yang utama didalam melakukan proses produksi sampai menjadi barang jadi. Bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksi.

Kebijakan perusahaan terhadap persediaan bahan baku sangat penting untuk mendukung proses produksi disuatu perusahaan terutama pada perusahaan manufaktur, dimana kesalahan dalam menentukan jumlah persediaan dapat menghambat proses produksi, hal ini tentunya juga berakibat pada penurunan keuntungan perusahaan (Nuryanto, 2016). Teori fungsi produksi menunjukkan bahwa bahan baku dengan output memiliki hubungan positif (Sulistiana, 2010). Setiap proses produksi pada industri harus disediakan bahan baku yang cukup memadai, bahan baku yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga output yang dihasilkan efisien dan optimal.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa bahan baku berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Koefisien bahan baku sebesar 0,02, artinya peningkatan bahan baku sebesar 1 persen, maka meningkatkan penjualan

sebesar 0,02 persen, asumsi ceteris paribus. Hal ini memberikan arti bahwa bahan baku merupakan hal mendasar yang harus disiapkan sebelum produksi berjalan. Bahan baku disebut mendasar karena bagian besar kecilnya bahan baku menentukan jumlah output industri yang dihasilkan sehingga persediaan bahan baku memiliki peranan yang sangat penting bagi industri, walaupun ada faktor-faktor lain yang penting tetapi persediaan bahan baku akan sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan proses produksi, sehingga bahan baku perlu mendapat perhatian yang besar dari industri (Rinawati, 2007). Profesionalitas dan manajemen yang baik dalam mengorganisir bahan baku yang ada merupakan suatu keharusan untuk dapat mencapai hal tersebut (Maryaningsih dkk, 2014). Bahan baku dipengaruhi estimasi tentang fluktuasi harga bahan mentah, peraturan-peraturan pemerintah yang menyangkut persediaan material, dan tingkat kecepatan material menjadi rusak atau turun kualitasnya (Banda, 2011). Upaya pengambilan dan pengumpulan bahan baku sangat erat hubungannya dengan lokasi sumber bahan baku tersebut. Upaya pengolahan bahan baku harus memperhitungkan isi sumber bahan baku dan pangsa pasar hasil kegiatan UMKM. Sehingga UMKM harus memperhitungkan terhadap lokasi yang mendukung segala bahan dan proses kegiatan UMKM berlangsung.

Salah satu bentuk energi yang sering dimanfaatkan bagi kehidupan manusia pada zaman modern ini adalah energi listrik. Seiring berkembangnya zaman, terjadi proses yang sebaliknya terhadap energi listrik yaitu semakin tidak seimbangya penggunaan energi listrik dengan pembangkitannya. Hal ini disebabkan semakin banyaknya penggunaan energi listrik dalam kegiatan sehari-hari, oleh karena itu perlu adanya tindakan yang tepat untuk mengatur penggunaan dan pelestarian terhadap energi tersebut. Salah satu upaya pemerintah terhadap energi adalah dengan tindakan konservasi energi yang pada dasarnya adalah pengurangan biaya melalui strategi manajemen energi. Konservasi energi dapat dicapai melalui penggunaan teknologi hemat energi dalam penyediaan, baik dari sumber energi terbarukan maupun sumber energi tak terbarukan dan menerapkan budaya hemat energi dalam pemanfaatan energi. Penerapan konservasi energi meliputi perencanaan, pengoperasian, dan pengawasan dalam pemanfaatan energi. Pada

sebuah industri, efektifitas dan efisiensi pemakaian energi sangat penting. Tidak hanya dari sisi perencanaan, namun juga sisi operasionalnya.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa konsumsi listrik berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Energi listrik memiliki koefisien positif. Kebutuhan energi listrik di pantai biru mutlak harus terpenuhi, karena energi listrik adalah salah satu faktor utama dalam berlangsungnya proses produksi, sehingga energi listrik berdampak positif terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Kebijakan perusahaan terhadap konsumsi listrik sangat penting untuk mendukung proses produksi. Setiap proses produksi harus mengkonsumsi listrik yang cukup memadai, daya listrik yang digunakan harus disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga output yang dihasilkan efisien dan optimal.

Digitalisasi merupakan proses konversi dari analog ke digital dengan menggunakan teknologi dan data digital dengan sistem pengoprasian otomatis dan sistem terkomputerisasi. Oleh sebab itu, perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Teknologi digital masa kini yang semakin canggih menyebabkan terjadinya perubahan besar dunia. Manusia telah dimudahkan dalam melakukan akses terhadap informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas

Semakin canggih teknologi, maka menjadi peluang UMKM untuk menggunakan digital. Digitalisasi UMKM merupakan suatu upaya untuk mendigitalkan pemasaran produk-produk UMKM oleh pelaku UMKM. Secara mudahnya, di zaman dengan teknologi yang semakin canggih telah memudahkan para pelaku usaha dalam memasarkan dan menjual produk-produknya secara online. Pelaku usaha dapat memasarkan produknya di media-media sosial bahkan dengan memberikan informasi titik lokasi pada maps yang tersedia di media sosial, sehingga memudahkan customer untuk datang langsung ke lokasi. Sebagian pelaku usaha juga sudah tidak memerlukan lagi lapak dagangan, karena perubahan cara

penjualan melalui media sosial dan ecommerce sebagai ruang baru. Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui marketplace menjadi suatu pemecahan masalah bagi UMKM untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian masyarakat di Pantai Biru pada era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM pantai biru.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa TIK yang dibentuk *dummy* ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM Pantai Biru. Hal ini memberikan arti bahwa perkembangan TIK belum dioptimalkan untuk mendukung penjualan. Ada tiga tantangan utama terkait Transformasi Digital Bagi UMKM di Pantai Biru. Tantangan pertama yang sering menghambat pelaku UMKM go digital adalah terbatasnya kemampuan dan pengetahuan dalam memanfaatkan teknologi serta platform digital. Pelaku UMKM umumnya belum mengetahui cara mengunduh aplikasi untuk berjualan, mengunggah informasi dan foto terkait produk mereka di situs e-commerce, serta memaksimalkan ragam fitur yang dihadirkan situs online. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pelaku usaha harus belajar secara bertahap. Proses belajar ini bisa dilakukan mulai dari bergabung dengan komunitas UMKM, mencari mentor, hingga mengikuti ragam kelas online atau webinar.

Tantangan kedua yaitu saat melakukan transformasi digital, sering kali pelaku UMKM kebingungan terhadap platform mana yang harus mereka manfaatkan guna menjangkau konsumen lebih luas. Namun, sebelum menentukan platform digital yang digunakan, pelaku usaha harus terlebih dahulu menentukan target konsumennya, mulai dari gender, usia, lokasi, kebiasaan, hingga penghasilan konsumen. Informasi ini bisa membantu UMKM menentukan platform digital yang hendak digunakan, seperti email, telepon, blog, atau media sosial. Tantangan ketiga yaitu strategi pemasaran digital atau digital marketing juga jadi salah satu tantangan yang harus dihadapi UMKM dalam perjalanan transformasinya. Sebenarnya, bila pelaku usaha sudah memiliki pengetahuan lebih terhadap teknologi dan telah menentukan platform digital yang digunakan sesuai persona konsumennya, mereka akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran.

Bagaimana Bentuk Digitalisasi UMKM?

1. Visual

Visual adalah sebuah rangkaian proses penyampaian informasi atau pesan kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indra penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaian. Contohnya ialah iklan di aplikasi online shop seperti shopee, olx, tokopedia, lazada, dan lain-lain.

2. Audio Visual

Audio visual atau pandang dengar merujuk kepada penggunaan komponen suara (audio) dan komponen gambar (visual), dibutuhkan beberapa peralatan untuk dapat menyajikan hal ini. Film dan program televisi adalah beberapa contoh dari penyajian audio visual, contoh lain nya ialah dari story video aplikasi seperti instagram, facebook dan lain-lain

Cara Mengenalkan Produk Melalui digitalisasi

1. Melalui media Sosial, yaitu : Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, Whatsapp dan media lainnya.
2. Market Place, yaitu : Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dsb.
3. Website Toko
4. Melalui Ojek Online yaitu : Gojek, Grab, dsb.
5. Terhubung dengan Internet 24 Jam/Hari
6. Review dan Endorsement oleh Influencer
7. Terhubung dengan Program Pusat

Cara agar Produk di Minati

1. Produk harus berkualitas dan tersedia di berbagai platform
2. Deskripsi produk jelas dan menarik
3. Foto dan Video produk jelas dan terlihat profesional
4. Respon penjual cepat
5. Packing menarik dan aman
6. Review dan Feedback di kelola dengan baik.

Penelitian ini akan memberikan beberapa strategi untuk digitalisasi UMKM:

1. Pemilik usaha UMKM perlu melakukan riset pasar terlebih dahulu sebelum mengelola produk, sehingga dapat mengetahui produk apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Selain itu, juga dapat melakukan riset kompetitor terkait pengelolaan produk barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
2. Poin promosi brand juga perlu dilakukan untuk mengawali usaha UMKM. Anda dapat menggunakan langkah kecil melalui *WhatsApp Business API* dengan melakukan promosi melalui media yang banyak digunakan oleh konsumen. Mulai dari orang terdekat terlebih dahulu agar banyak orang semakin mengenal produk atau jasa yang Anda tawarkan. Brand ini menjadi penting agar dikenal banyak orang mulai dari produk, logo hingga yang menjadi ciri khas dari usaha UMKM di Pantai Biru.
3. Pemasaran juga dapat dilakukan secara online. Pelaku UMKM dapat mengirimkan barang tanpa harus membuka toko secara fisik. Pelaku UMKM dapat menggunakan platform media jualan online yang membuka toko etalase secara digital. Konsumen saat ini juga sering belanja melalui platform digital. Peluang besar ini dapat dimanfaatkan UMKM untuk mengembangkan pasar konsumen agar tertarik belanja melalui UMKM.
4. Sebagai pemilik usaha UMKM, dapat melakukan kolaborasi usaha. Bagaimana caranya? Dapat melakukan kerja sama dengan berbagai pihak, mulai dari pemerintah atau dinas terkait, perusahaan swasta hingga platform jual beli online yang sudah memberikan wadah bagi usaha UMKM untuk menunjukkan identitas dan mengembangkan usaha. Pelaku UMKM juga dapat bergabung dengan komunitas UMKM lainnya untuk mendapat pengalaman bagaimana cara bisnis UMKM berhasil. Melalui komunitas, dapat menemukan teman seperjuangan sehingga Anda dapat mengaplikasikan untuk usaha Anda.
5. Hal terpenting juga dilakukan digitalisasi untuk internal UMKM. Artinya pemilik UMKM juga dapat melakukan pengoperasian secara digital. Pengoperasian ini dapat berupa pelayanan kepada konsumen secara digital dengan menggunakan *customer relationship management*. Selain itu, Anda dapat melakukan pengelolaan keuangan melalui *software akuntansi online* yang sudah terintegrasi dengan sistem keuangan lainnya.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil estimasi menunjukkan bahwa tenaga kerja, modal, bahan baku, dan konsumsi listrik berpengaruh signifikan positif terhadap penjualan UMKM pantai biru. Hasil estimasi menunjukkan bahwa tenaga kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan. Hasil studi ini juga sejalan dengan teori fungsi produksi. Hasil estimasi menunjukkan bahwa jumlah pekerja berpengaruh signifikan positif terhadap penjualan UMKM di Pantai Biru Kecamatan Tanjang Bumi, Kabupaten Bangkalan. Hal ini memberikan arti bahwa tenaga kerja berperan dalam meningkatkan penjualan UMKM di Pantai Biru Kecamatan Tanjang Bumi, Kabupaten Bangkalan. Hasil estimasi menunjukkan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM Pantai Biru. Hal ini memberikan arti bahwa modal juga berperan dalam meningkatkan penjualan. Koefisien modal paling besar dibandingkan dengan variabel lain nya. Hasil ini memberikan makna bahwa modal menjadi input yang diutamakan dalam menjalankan UMKM di pantai biru. Apabila jumlah modal yang tersedia bisa memenuhi seluruh kebutuhan dalam proses produksi, maka proses produksi akan berjalan dengan lancar dan akan berpengaruh terhadap peningkatan hasil produksi.

Hasil estimasi menunjukkan bahwa bahan baku berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Hal ini memberikan arti bahwa bahan baku merupakan hal mendasar yang harus disiapkan sebelum produksi berjalan. Bahan baku disebut mendasar karena bagian besar kecilnya bahan baku menentukan jumlah output UMKM yang dihasilkan sehingga persediaan bahan baku memiliki peranan yang sangat penting bagi industri, walaupun ada faktor-faktor lain yang penting tetapi persediaan bahan baku akan sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan proses produksi, sehingga bahan baku perlu mendapat perhatian yang besar dari industri (Rinawati, 2007). Hasil estimasi menunjukkan bahwa konsumsi listrik berpengaruh signifikan terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Energi listrik memiliki koefisien positif. Kebutuhan energi listrik di pantai biru mutlak harus terpenuhi, karena energi listrik adalah salah satu faktor utama dalam berlangsungnya proses produksi, sehingga energi listrik berdampak positif terhadap penjualan UMKM di pantai biru. Hasil estimasi menunjukkan bahwa TIK yang dibentuk *dummy* ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap

penjualan UMKM Pantai Biru. Hal ini memberikan arti bahwa perkembangan TIK belum dioptimalkan untuk mendukung penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Wilson. 2007. Teori Ekonomi Mikro. Bandung: Penerbit PT. Refika Aditama
- Case, K.L dan Fair, R.C. (2005). Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro. Edisi ketujuh. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Chun-Chien, K., & Chih-Hai, Y. (2008). Knowledge capital and spillover on regional economic growth: evidence from China. *China Economic Review*, 19(4), 594–604.
- Harris, R. G. (2001). The knowledge-based economy: intellectual origins and new economic perspectives. *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 21–40.
- Law, S. H., Sarmidi, T., & Goh, L. T. (2020). Impact of Innovation on Economic Growth: Evidence from Malaysia. *Malaysian Journal of Economic Studies*, 57(1), 113–132.
- Louçã, F. (2014). The elusive concept of innovation for Schumpeter, Marschak and the early econometricians. *Research Policy*, 43(8), 1442–1449. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2014.02.002>
- Maradana, R. P., Pradhan, R. P., Dash, S., Gaurav, K., Jayakumar, M., & Chatterjee, D. (2017). Does innovation promote economic growth? Evidence from European countries. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1–23.
- Nicholson, Walther. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Pindyck, Robert S. and Rubinfeld, Daniel. 1999. Mikro Ekonomi. Jilid 1, Jakarta: Prenhallindo.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D. 2004. Ilmu Mikroekonomi. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Sukirno, Sadono. (2002). Pengantar Teori Ekonomi Mikro. Edisi ketiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.