



Peran Pemerintah Kalurahan Hargorejo dalam Meningkatkan Ekonomi Melalui Digitalisasi UMKM

Dian Kurnia Dewi^{1*}, Dewi Sekar Kencono², Muhammad Eko Atmojo³

Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Indonesia

Corresponding Author: dian.kurnia.isip20@mail.umy.ac.id

Article Info

Article History:

Received: 2023-09-17

Revised: 2024-10-11

Accepted: 2024-11-01

How to Cite:

Dewi, D. K., Kencono, D. S., & Atmojo, M. E. (2024). Peran Pemerintah Kalurahan Hargorejo dalam Meningkatkan Ekonomi Melalui Digitalisasi UMKM. *Jurnal Pemerintahan dan Kebijakan (JPK)*, 6(1), 57-67.

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB Indonesia; namun, UMKM menghadapi tantangan dalam hal permodalan dan pemasaran produk selama pandemi COVID-19. Pemerintah Kalurahan Hargorejo telah melaksanakan berbagai program dan inisiatif untuk mengatasi masalah ini dan meningkatkan perekonomian lokal melalui digitalisasi UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran Kalurahan Hargorejo dalam mempromosikan digitalisasi UMKM serta mengevaluasi hasil dari upaya ini dalam meningkatkan kondisi ekonomi warga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode tinjauan pustaka dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan yang didanai oleh anggaran pemerintah Kalurahan telah meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran para pelaku UMKM melalui inisiatif branding "Desa Preneur". Namun, upaya ini menghadapi beberapa tantangan, terutama keterbatasan penguasaan teknologi informasi oleh sebagian pelaku UMKM, yang menyebabkan ketergantungan pada metode pemasaran offline atau manual. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini merekomendasikan agar kapasitas para pelaku UMKM di Hargorejo lebih lanjut ditingkatkan, khususnya dalam hal teknologi informasi dan pemasaran digital melalui media sosial. Selain itu, disarankan adanya penelitian lebih lanjut mengenai efisiensi komputerisasi UMKM di Desa Hargorejo.

Kata Kunci: Digitalisasi; peningkatan ekonomi; pengembangan UMKM; pemerintah desa

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) contribute significantly to Indonesia's GDP; however, they faced capital and product marketing challenges during the COVID-19 pandemic. The Hargorejo Village Government has implemented various programs and initiatives to address these issues and boost the local economy through MSME digitalization. This study aims to describe the role of Hargorejo Village in promoting MSME digitalization and assess the outcomes of these efforts in improving the residents' economic conditions. The research employs a qualitative approach, utilizing literature review and field observation methods. The findings indicate that training programs funded by the village's governmental budget have enhanced digital literacy and marketing skills among MSME actors through the village's "Desa Preneur" branding initiative. However, the efforts face several challenges, primarily the limited proficiency of some MSME operators in information technology, resulting in continued reliance on offline or manual marketing methods. Based on these findings, this study recommends that the capacity of MSME actors in Hargorejo be further developed, particularly in terms of information technology and digital marketing through

social media. Additionally, further research on the efficiency of MSME computerization in Hargorejo Village is suggested.

Keywords: *Digitalization; economic development; MSME development; village government*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memegang peranan signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah. Pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia diproyeksikan mencapai 64,19 juta unit, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,97 persen atau setara dengan Rp8,6 triliun ([M. Junaidi, 2023](#); [Septiany, 2024](#)). Data ini menggambarkan betapa besarnya peran UMKM dalam struktur perekonomian nasional. Namun, pandemi COVID-19 yang melanda pada 2020 menyebabkan berbagai tantangan besar bagi sektor ini, terutama terkait permodalan dan pemasaran produk ([Fiona & Rahmayanti, 2022](#)).

Pandemi COVID-19 memukul keras sektor UMKM di Indonesia. Banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam menjalankan bisnis mereka karena adanya pembatasan sosial, penurunan daya beli masyarakat, serta kesulitan dalam mengakses bahan baku dan pasar. Menurut [Umam & Mafruhah \(2022\)](#), sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang terdampak paling parah akibat pandemi ini, sehingga turut berkontribusi pada penurunan skala perekonomian nasional. Hal ini sangat penting karena sektor UMKM menyumbang lebih dari setengah perekonomian Indonesia. Ketergantungan ekonomi terhadap UMKM menggarisbawahi pentingnya dukungan dan intervensi dari pemerintah serta pihak terkait dalam memulihkan sektor ini.

Di Indonesia, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyediakan lebih dari 90% lapangan pekerjaan ([Limanseto, 2023](#)). Namun, ketidakstabilan ekonomi akibat pandemi memperburuk situasi UMKM yang harus beradaptasi dengan pembatasan aktivitas fisik dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Salah satu strategi yang diharapkan dapat membantu UMKM bertahan dan bahkan berkembang pasca pandemi adalah digitalisasi.

Dalam konteks pemulihan ekonomi pasca-pandemi, salah satu strategi yang dianggap efektif adalah digitalisasi UMKM. Digitalisasi, yang melibatkan penggunaan teknologi digital untuk mengoptimalkan proses bisnis, pemasaran, serta distribusi produk, merupakan solusi yang tepat bagi UMKM untuk dapat bersaing di era modern. Namun, hingga saat ini, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami sepenuhnya konsep digitalisasi ini. Banyak dari mereka yang belum memanfaatkan teknologi untuk pemasaran atau produksi produk secara optimal, terutama karena rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat Indonesia. Mengingat pentingnya digitalisasi, pemerintah diharapkan dapat terus meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM dan mendorong implementasi teknologi di sektor ini ([Emiliani et al., 2021](#)).

Digitalisasi UMKM mencakup pemanfaatan teknologi untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan inovasi produk. Pemerintah, khususnya pemerintah desa, memiliki peran strategis dalam mendukung transformasi digital UMKM, terutama di daerah pedesaan yang menghadapi kendala seperti infrastruktur yang terbatas dan literasi digital yang rendah. Dalam literatur ini, kami

mengkaji berbagai peran yang dapat diambil oleh pemerintah desa untuk mendorong digitalisasi UMKM dan mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta, merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang mengalami dampak serius akibat pandemi COVID-19. Pada masa pandemi, pertumbuhan ekonomi di Kulon Progo tercatat mengalami kontraksi hingga -4,06 persen ([Progo, 2021](#)). Menurut Dinas Koperasi UKM Kabupaten Kulon Progo ([dinkop, 2018](#)), sektor UMKM memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perekonomian daerah ini. Di wilayah Kalurahan Hargorejo, salah satu desa di Kulon Progo, UMKM memiliki potensi yang sangat besar, terutama dalam memproduksi barang-barang dengan kualitas ekspor. Beberapa produk UMKM yang dihasilkan di Kalurahan Hargorejo antara lain adalah wingko, gula kristal, batik, legen, serta berbagai produk lainnya yang telah diekspor ke luar negeri ([Atmojo, 2022](#)). Namun, pandemi COVID-19 menyebabkan banyak pelaku UMKM di wilayah ini mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka. Hal ini disebabkan oleh minimnya pemahaman terhadap teknologi pemasaran digital serta ketergantungan pada metode pemasaran konvensional, seperti pameran produk yang hanya terjadi saat ada acara adat atau kegiatan masyarakat.

Dalam rangka mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kalurahan Hargorejo, diperlukan strategi pemasaran dan branding yang baik agar produk-produk UMKM dari daerah ini dapat lebih dikenal secara luas, baik di tingkat nasional maupun global. Strategi branding yang kuat sangat penting untuk memperluas jangkauan produk dan meningkatkan daya saing di pasar. [Setiawati et al. \(2019\)](#) menyatakan bahwa untuk bersaing di pasar global, produk UMKM harus memiliki kualitas yang baik dan strategi branding yang efektif. Selain itu, digitalisasi juga dapat menjadi kunci utama dalam memperkuat branding dan pemasaran produk UMKM. Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM dapat memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperbaiki proses distribusi produk.

Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran dan produktivitas UMKM di Kalurahan Hargorejo adalah dengan menerapkan digitalisasi secara menyeluruh. Digitalisasi tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam hal pemasaran, tetapi juga memungkinkan mereka untuk memperbaiki proses produksi dan logistik. Misalnya, dengan memanfaatkan platform e-commerce, pelaku UMKM dapat memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas tanpa terhalang oleh batasan geografis. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan pelaku UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen melalui media sosial, platform pemasaran daring, serta aplikasi pesan singkat, yang semuanya dapat meningkatkan efisiensi dalam komunikasi dan transaksi.

Meskipun digitalisasi menawarkan banyak manfaat bagi UMKM, penerapannya di Kalurahan Hargorejo masih memerlukan upaya yang lebih besar. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di daerah ini adalah rendahnya literasi digital dan kurangnya akses terhadap teknologi. Oleh karena itu, diperlukan adanya program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Kalurahan Hargorejo agar mereka dapat memahami dan mengadopsi teknologi digital secara efektif. Pemerintah daerah, terutama dinas yang terkait dengan UMKM, dapat bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi, komunitas, serta sektor swasta, untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam bidang digitalisasi. Sinergi antar berbagai pihak ini sangat penting dalam mewujudkan digitalisasi UMKM di Kalurahan Hargorejo ([Fadly & Sutarna, 2020](#)).

Selain pelatihan digitalisasi, pemerintah desa dan para pelaku UMKM di Kalurahan Hargorejo juga perlu membangun kolaborasi yang erat dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) serta kelompok pemuda setempat. BUMDes dapat berperan sebagai fasilitator

dalam pengembangan UMKM, terutama dalam hal pengelolaan pemasaran dan distribusi produk. Di sisi lain, pemuda setempat yang memiliki keterampilan di bidang teknologi digital dapat berperan sebagai agen perubahan yang membantu memperkenalkan teknologi baru kepada para pelaku UMKM. Dengan melibatkan pemuda, pelaku UMKM dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan teknologi serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif.

Dalam upaya mewujudkan digitalisasi UMKM di Kalurahan Hargorejo, sinergi antara pemerintah, BUMDes, pelaku UMKM, dan kelompok pemuda menjadi sangat krusial. Pemerintah desa dapat memfasilitasi program-program digitalisasi, sementara BUMDes berperan dalam mendukung pengelolaan dan pemasaran produk UMKM. Di sisi lain, pelaku UMKM perlu aktif dalam mengikuti pelatihan dan memanfaatkan teknologi yang ada, sementara pemuda setempat dapat membantu memperkenalkan inovasi-inovasi baru yang relevan dengan dunia digital. Kolaborasi yang baik antara berbagai pihak ini diharapkan dapat mewujudkan digitalisasi UMKM yang efektif dan berkelanjutan di Kalurahan Hargorejo, sehingga dapat mendongkrak perekonomian desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana peran Kalurahan Hargorejo dalam melakukan digitalisasi UMKM dan bagaimana hasil dari implementasinya dalam meningkatkan ekonomi warga.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kepustakaan. Dimana metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah ([Creswell & Clark, 2017](#)). Penelitian kepustakaan adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian ([Taufik & Warsono, 2020](#)). Dimana model penelitian ini lebih menekankan pada pengumpulan data secara skunder dan primer, dimana untuk data sekunder bisa diambil dari data dokumentasi maupun pencermatan data-data dari jurnal dan website pemerintah. Sedangkan untuk data primer dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam kepada pemerintah Kalurahan, pengelola BUMDes dan pelaku UMKM yang ada di Kalurahan Hargorejo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan ekonomi di era sekarang sangatlah masif, terutama untuk pengembangan ekonomi dengan konsep digital. Konsep digital ini tidak hanya pada pengembangan ekonomi saja, akan tetapi juga kepada sektor lain yang mempunyai potensi ekonomi tinggi seperti UMKM, pariwisata dan lainnya. Sektor UMKM dan pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting bagi Indonesia khususnya untuk pertumbuhan ekonomi nasional. Kedua sektor ini merupakan sektor penyumbang PDB terbesar selama ini bagi pertumbuhan ekonomi negara, bahkan sampai dengan adanya pandemi Covid-19 sektor ini masih menjadi salah satu sektor unggulan yang bisa diandalkan untuk pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut ([Bangun et al., 2023](#)) sebelum adanya covid-19 sektor UMKM dan pariwisata merupakan sektor yang berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional, hal ini dapat dilihat dari kontribusi pertumbuhan PDB Indonesia yang meningkat setiap tahunnya.

Pertumbuhan ekonomi di masa pandemi covid-19 memang sangat memprihatinkan, karena hampir semua negara terkena dampak. Akibat pandemi covid ini ekonomi dunia mengalami penurunan drastis, termasuk Indonesia yang mengalami penurunan ekonomi

nasional. Penurunan ekonomi ini berlaku untuk semua sektor yang ada di Indonesia dan yang paling banyak terdampak adalah sektor UMKM dan pariwisata. Akan tetapi secara perlahan sektor unggulan UMKM bisa mulai bangkit dari keterpurukan, sehingga bisa membantu mengangkat pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini dapat dilihat dari mulai tahun 2020-2023 jika dilihat berdasarkan PDB maka ada peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Dimana berdasarkan data dari bps.go.id bahwa tahun 2020 pertumbuhan ekonomi sebesar -2,07, tahun 2021 pertumbuhan meningkat menjadi 3,69, untuk tahun 2022 pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,31, dan untuk tahun 2023 laju pertumbuhan ekonomi sebesar 5,05 ([BPS, 2024](#)). Berdasarkan data BPS tersebut laju pertumbuhan ekonomi nasional mengalami kenaikan yang signifikan.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi nasional meningkat pasca pandemi covid salah satunya adalah dari sektor UMKM dan pariwisata. Kalurahan Hargorejo ini juga salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat sejak pasca pandemi covid-19 produk UMKM juga semakin meningkat, terlebih produk UMKM yang mempunyai kualitas ekspor. Salah satu program pemerintah Kalurahan untuk meningkatkan dan memberi daya saing produk UMKM yang ada di Kalurahan Hargorejo tersebut adalah dengan menggalakkan program digitalisasi.

Dampak Pandemi Terhadap UMKM dan Peran Digitalisasi

Penelitian terdahulu terhadap peningkatan ekonomi UMKM yang dilakukan oleh [Angeline et al. \(2022\)](#) menunjukkan bahwa ketidakstabilan ekonomi akibat pandemi COVID-19 berdampak serius terhadap UMKM, terutama dengan menurunnya daya beli konsumen. Selain itu, kebijakan pembatasan sosial menyebabkan penurunan interaksi fisik, memaksa UMKM untuk beradaptasi melalui penggunaan teknologi digital. Dalam konteks ini, strategi digitalisasi menjadi penting, meliputi penguasaan teknik pemasaran digital, penggunaan platform e-commerce, serta pengembangan konten inovatif untuk menarik minat konsumen.

Program digitalisasi membantu UMKM memperluas jangkauan pelanggan, memperkuat branding, dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, pelaku bisnis UMKM masih menghadapi tantangan besar dalam proses digitalisasi, termasuk keterbatasan infrastruktur, literasi digital yang rendah, dan sulitnya akses terhadap teknologi. Sebagaimana diungkapkan oleh [Barus et al. \(2023\)](#), produsen membutuhkan pemasaran berbasis media digital untuk menjangkau konsumen sehari-hari, tetapi rantai distribusi yang tidak efisien dan biaya tinggi sering kali menjadi penghalang.

Penelitian oleh [Miftitah & Mashudi \(2023\)](#) di Kabupaten Tulung Agung mengungkapkan bahwa digitalisasi membantu UMKM menghemat biaya penjualan, memperkuat branding, dan mempermudah akses pasar. Namun, penelitian ini juga mencatat keterbatasan, seperti kurangnya fokus pada lebih dari satu UMKM dan teori yang masih bersifat umum. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi memang membuka peluang besar bagi UMKM, tetapi membutuhkan dukungan struktural yang lebih kuat, terutama dari pemerintah lokal.

Program digitalisasi ini merupakan salah satu program pemberdayaan kepada masyarakat yang diberikan oleh pemerintah ke pelaku UMKM. Tentu pemberian program ini karena melihat di masa pandemi banyak sekali pelaku UMKM yang mengalami keterpurukan dan kerugian, sehingga pasca pandemi mulai ada program-program yang berpihak kepada pelaku UMKM khususnya untuk membantu meningkatkan daya saing produk UMKM.

Peran Pemerintah Desa dalam Digitalisasi UMKM

Di tengah berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dalam proses digitalisasi, pemerintah desa memiliki peran strategis untuk membantu mempercepat transformasi ini. Sebagai pemerintahan tingkat bawah yang dekat dengan masyarakat, pemerintah desa dapat menjadi fasilitator utama dalam mendukung dan mempromosikan adopsi teknologi oleh UMKM di wilayah pedesaan. Peran ini mencakup beberapa aspek penting:

1) Pembangunan Infrastruktur Teknologi

Salah satu hambatan utama yang dihadapi UMKM di desa adalah keterbatasan infrastruktur, terutama akses internet yang andal. Pemerintah desa dapat bekerja sama dengan pihak swasta maupun pemerintah daerah untuk memperluas jaringan internet di wilayah desa. Desa-desanya yang telah berhasil membangun infrastruktur digital, seperti Desa Tamanmartani di Yogyakarta, menunjukkan bahwa akses internet yang memadai memungkinkan UMKM untuk terlibat dalam ekonomi digital melalui e-commerce dan platform pemasaran online ([Simbolon et al., 2021](#)).

2) Peningkatan Literasi Digital

Selain infrastruktur, literasi digital menjadi kunci penting dalam proses digitalisasi. Banyak pelaku UMKM di pedesaan yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai penggunaan teknologi untuk bisnis mereka. Pemerintah desa dapat menyelenggarakan program pelatihan literasi digital, yang mencakup penggunaan media sosial untuk pemasaran, manajemen keuangan berbasis teknologi, dan pengelolaan operasional secara digital. Pelatihan semacam ini bisa melibatkan kolaborasi dengan perguruan tinggi, lembaga pelatihan, atau praktisi teknologi.

Contoh yang baik adalah Desa Sidomulyo di Jawa Tengah yang secara aktif melibatkan UMKM dalam pelatihan e-commerce, sehingga membantu pelaku UMKM memahami cara menjual produk melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia ([Hasanah et al., 2022](#)).

3) Dukungan Akses Pembiayaan Digital

Kurangnya akses terhadap modal usaha menjadi kendala lain bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Pemerintah desa dapat berperan sebagai penghubung antara UMKM dengan fintech yang menyediakan layanan pinjaman modal secara digital. Misalnya, pemerintah desa di beberapa wilayah Jawa Barat telah bekerja sama dengan platform fintech untuk memberikan akses modal yang lebih mudah dan cepat bagi UMKM. Dengan adanya dukungan ini, UMKM dapat lebih mudah mengembangkan bisnis mereka melalui digitalisasi ([Simbolon et al., 2021](#)).

4) Penciptaan Ekosistem E-commerce Lokal

Pemerintah desa juga dapat memfasilitasi terbentuknya ekosistem e-commerce lokal yang terintegrasi. Misalnya, dengan membangun platform e-commerce desa yang memungkinkan pelaku UMKM memasarkan produk mereka secara kolektif. Ekosistem semacam ini tidak hanya membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan kesadaran merek lokal. Desa Bojongsari adalah salah satu contoh yang berhasil menciptakan ekosistem e-commerce lokal dengan dukungan pemerintah desa, membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan mereka secara online ([Hasanah et al., 2022](#)).

5) Kolaborasi dengan *Startup* Teknologi

Pemerintah desa juga dapat berperan dalam menjembatani kolaborasi antara UMKM dan *startup* teknologi. Misalnya, dalam sektor pertanian, pemerintah desa dapat memperkenalkan UMKM ke agritech yang menyediakan teknologi pertanian berbasis digital. Dengan cara ini, UMKM tidak hanya dapat mengadopsi teknologi yang relevan, tetapi juga memanfaatkan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing mereka di pasar. Sebuah contoh program yang melibatkan pemerintah dalam mendukung

UMKM adalah "Program Pondok Curasi" di Jawa Timur. Program ini memberikan kesempatan bagi UMKM batik yang berorientasi ekspor untuk mendapatkan kemudahan perizinan, pelatihan, dan pameran produk. Meskipun program ini telah menyediakan berbagai fasilitas, hasil penelitian menunjukkan bahwa belum semua pelaku UMKM batik mengalami peningkatan signifikan dalam omzet penjualan ([Rania & Prathama, 2022](#)). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun program pemerintah penting, pelaksanaan yang tepat dan penyesuaian terhadap kebutuhan spesifik UMKM menjadi faktor penentu keberhasilan.

Peran pemerintah desa dalam mendukung digitalisasi UMKM sangat penting dalam memfasilitasi pemulihan ekonomi pasca pandemi. Dengan membangun infrastruktur digital, meningkatkan literasi digital, memfasilitasi akses pembiayaan, dan menciptakan ekosistem e-commerce lokal, pemerintah desa dapat membantu UMKM di pedesaan beradaptasi dengan era digital. Namun, tantangan masih tetap ada, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur yang belum memadai. Oleh karena itu, kolaborasi yang kuat antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan sektor swasta menjadi kunci untuk mewujudkan digitalisasi yang berkelanjutan.

Penelitian ini menjadi kami lakukan ditengah dampak pandemi yang dihadapi oleh kabupaten Kulon Progo terutama sektor UMKM. Keadaan yang dihadapi selama masa pandemi tidak mudah. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama pemerintah desa dalam melakukan fasilitasi pengembangan ekonomi Masyarakat sehingga UMKM yang sempat layu di desa Hargorejo bisa kembali tumbuh melalui kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah desa.

Adapun program yang dilakukan Kalurahan Hargorejo untuk meningkatkan ekonomi melalui digitalisasi adalah sebagai berikut:

a. Penganggaran untuk Pelatihan

Pelatihan pemberdayaan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) diberikan oleh pemerintah desa dengan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa (APBKel) Hargorejo. Selama kurun waktu tahun 2022 hingga 2023, pemerintah desa Hargorejo telah memberikan pelatihan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebanyak 18 jenis pelatihan terkait kewirausahaan dan pemasaran digital. Total anggaran pelatihan tersebut sebesar 189 juta yang bersumber dari dana desa dan CSR (Corporate Social Responsibility) BUMDesa dengan rincian 175 juta (93%) dari Dana Desa dan 14 juta (7%) dari CSR BUMDesa. Dari peresentase ini terlihat kontribusi CSR BUMDesa masih perlu ditingkatkan untuk mendukung pelatihan-pelatihan dan peningkatan SDM. Untuk mengatasi kendala terkait perlunya peningkatan anggaran untuk peningkatan pasitas Kalurahan Hargorejo berkomitmen membentuk Desa Preneur sekaligus agar mendapatkan peluang memperoleh Dana Keistimewaan dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Pelatihan Kewirausahaan bagi UMKM

Pelatihan Pemasaran Digital (atau yang lebih dikenal dengan pemasaran daring) dan Pelatihan Desain Kemasan Produk merupakan dua contoh dari sekian banyak tugas yang telah diselesaikan. Pelatihan budidaya kelapa, padi, jagung, dan kedelai; pelatihan membuat dan anyaman bambu; serta pelatihan budidaya padi dan jagung. Pelatihan Pengembangan Pariwisata atau yang lebih dikenal dengan Pelatihan BUMDesa. Pelatihan Pembuatan Besek, Pelatihan Sablon, Pelatihan Usaha Ekonomi Produktif bagi Perempuan dengan Tema Pengolahan Pangan Lokal, Pelatihan Budidaya Ikan, Pelatihan Budidaya Vanili, Pelatihan Prima Village dengan Tema Pengolahan Buah, Pelatihan Usaha Ekonomi Produktif bagi Perempuan dengan Tema Pembuatan Sepatu Rajut, Pelatihan Pemanfaatan Limbah Kayu, Pelatihan Pemanfaatan Limbah Plastik, dan Pelatihan Pemanfaatan Limbah Kelapa merupakan beberapa topik yang akan dibahas dalam pelatihan ini. Setelah selesai

mengikuti kegiatan pasca pelatihan, peserta akan mendapatkan pendampingan dalam pembuatan akun, pemotretan produk, dan promosi produk.



Gambar 1. Foto produk UMKM Kalurahan Hargorejo yang terdigitalisasi

Pelatihan kewirasuahaan UMKM ini telah menyasar berbagai UMKM di Hargorejo seperti di tabel berikut.

Tabel 1. Peserta Pelatihan Kewirasuahaan

Jenis UMKM	Jumlah
Umum	253 peserta
Kerajinan	71 peserta
Sandang Kulit	30 peserta
Mebeler	6 peserta

c. Digitalisasi UMKM

Setelah mengikuti pelatihan pemasaran digital yang diberikan Pemerintah Desa Hargorejo, masing-masing UMKM secara mandiri juga melakukan pemasaran digital melalui platform media sosial seperti WA Bisnis, Instagram, dan Facebook, dan lain-lain. Grup WhatsApp yang dikenal dengan UKM Hargorejo menjadi wadah bagi para UMKM. Pemerintah desa memanfaatkan platform media sosial ini untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertukaran informasi dan berbagi informasi. Pemasaran digital melalui media sosial ini dapat meningkatkan efisiensi biaya pemasaran dan memperluas jangkauan pemasaran. "Setiap UMKM secara mandiri juga memiliki digital marketing melalui social media seperti WA Bisnis, Instagram, Facebook, dll. setelah mengikuti pelatihan digital marketing dari Pemerintah Kalurahan Hargorejo, selain itu kami juga memberi akses pada UMKM untuk bebas berkreasi dengan tetap mengolah potensi lokal di Hargorejo" (Cahyani, 2024).



Gambar 2. Kegiatan pelatihan dan ruang untuk sharing dan berbagi ilmu

d. Branding UMKM

Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Hargorejo telah berkomitmen bersama untuk berprestasi dan memanfaatkan potensi lokal Hargorejo yang meliputi olahan kelapa, bambu/kayu, umbi-umbian lokal, dan lain sebagainya. Rencananya, pembentukan branding menjadi Desa Preneur, sebuah lembaga yang tengah berupaya menuju Desa Mandiri Budaya, akan dilakukan kedepannya. Tujuan dari branding ini adalah untuk memberikan akses dana khusus kepada seluruh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Hargorejo. Melalui pembentukan Desa Preneur dan ditemukannya sarana untuk memperoleh Dana Khusus, keberlanjutan kegiatan pemberdayaan melalui APBKal Hargorejo, penyediaan wadah berbagi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta pemberian bantuan berbagai kebutuhan produk yang diterima pasar, seperti Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan lain sebagainya.

Kendala masih saja muncul, meski berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah desa untuk proses digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Hargorejo. Salah satu kendala tersebut adalah belum semua pelaku UMKM menguasai teknologi informasi, sehingga sebagian dari mereka masih mengandalkan pemasaran secara offline atau manual. Savira Dwi Cahyani selaku Ulu-Ulu Hargorejo menjelaskan bahwa tidak semua pelaku UMKM mampu menguasai teknologi informasi (IT), sehingga sebagian dari mereka tetap bertahan menggunakan metode pemasaran secara luring atau manual (Cahyani, 2024).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Pemerintah Desa Hargorejo telah melakukan sejumlah upaya untuk memfasilitasi proses digitalisasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Upaya tersebut meliputi perolehan dana dari APBKel, peningkatan kapasitas SDM UMKM untuk pemasaran digital, dan pengembangan strategi branding bagi UMKM yang pada akhirnya akan menjadi Desa Preneur. Upaya ini menghadapi sejumlah tantangan, salah satunya adalah belum semua pelaku di sektor UMKM menguasai teknologi informasi, sehingga sebagian masih mengandalkan pemasaran secara offline atau manual. Berdasarkan hal tersebut, berikut ini rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan kajian tersebut, UMKM di Desa Hargorejo perlu segera ditingkatkan kapasitas SDM-nya terkait penguasaan teknologi informasi dan pemasaran digital melalui media sosial. Serta perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai efisiensi komputersasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Hargorejo

DAFTAR PUSTAKA

- Angeline, A., Allister, D., & Gunawan, L. L. (2022). Pengembangan UMKM Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina*, 2(1), 85–92.
- Atmojo, M. E. (2022). *Keren! Dosen UMY Kembangkan Potensi UMKM Dengan Digital Marketing*. <https://jejakarya.com/keren-dosen-umy-kembangkan-potensi-umkm-dengan-digital-marketing/>
- Bangun, O. V., Wulandari, S., Ananto, E., & Iranisa. (2023). Pengaruh Anggaran Pariwisata Terhadap Produk Domestik Bruto, Tenaga Kerja, Dan Devisa Pariwisata. *Jurnal Budget: Isu Dan Masalah Keuangan Negara*, 8(2), 293–311. <https://doi.org/10.22212/jbudget.v8i2.165>
- Barus, D. R., Simamora, H. N., Sihombing, M. G. S., Panjaitan, J., & Saragih, L. S. (2023). Tantangan dan Strategi Pemasaran UMKM di Era Teknologi dan Digitalisasi.

- Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(6), 357–365.
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2958>
- BPS. (2024). [Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen), 2024.
- Cahyani, S. D. (2024, Juni). [Wawancara oleh Dian Kurnia Dewi, Kalurahan Hargorejo].
- dinkop. (2018). *Dinas Koperasi UKM Kabupaten Kulon Progo Lakukan Literasi Digital terhadap UMKM*. <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/419/dinas-koperasi-ukm-kabupaten-kulon-progo-lakukan-literasi-digital-terhadap-umkm>
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publications.
- Emiliani, F., Rizqiana, S., Suhandito, R., Muchibbah, N. N., Nurmahfidhoh, R., & Habib, M. A. F. (2021). ANALISIS PEMBERDAYAAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID-19. *SOSEBI Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 83–94. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v1i1.4929>
- Fadly, H. D., & Sutarna, S. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- Fiona, F., & Rahmayanti, D. (2022). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM dan Implementasi Strategi Digital Marketing pada UMKM Indonesia. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 298–322.
- Hasanah, N., Widiyati, D., & Napisah, N. (2022). Peningkatan Daya Saing melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana pada Jaringan Wirausaha (Jawara) Bojongsari. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 101–108. <https://doi.org/10.35912/yumary.v3i2.1510>
- Limanseto, H. (2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. <https://www.ekon.go.ipublikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- M. Junaidi. (2023). *UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkatkan*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Miftitah, F. A. N., & Mashudi. (2023). Peluang Bisnis Bagi Umkm Di Era Digital (Studi Kasus Pada Umkm Sheo Sweet Di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 358–365. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i1.797>
- Progo, P. K. (2021). *Akibat Pandemi Covid-19 Pendapatan Masyarakat Kulon Progo Menurun*. <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/8244/akibat-pandemi-covid-19-pendapatan-masyarakat-kulon-progo-menurun>
- Rania, G., & Prathama, A. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Program Pondok Kurasi. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(4), 729–743. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i4.2722>
- Septiany, F. (2024). REALISASI KEBIJAKAN PEMERINTAH PADA PERKEMBANGAN UMKM INDONESIA PASCA PANDEMI. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis (KOMBIS)*, 1(1), 60–70.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Simbolon, D. S., Sari, J., Purba, Y. Y., Siregar, N. I., Salsabila, R., & Manulang, Y. (2021). Peranan Pemerintah Desa Dalam Pembangunan Infrastruktur. *Jurnal Kewarg*, 5(2), 295–302. <https://doi.org/10.26418/j-psh.v12i1.46323>
- Umam, H. S., & Mafruhat, A. Y. (2022). Strategi Optimalisasi Smart Economy Dalam Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kota Bandung. *Nuansa Akademik: Jurnal*

Pembangunan Masyarakat, 7(2), 355–368.
<https://doi.org/10.47200/jnajpm.v7i2.1317>
Taufik, T., & Warsono, H. (2020). Birokrasi baru untuk new normal: tinjauan model perubahan birokrasi dalam pelayanan publik di era Covid-19. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(1), 1-18. <https://doi.org/10.14710/dialogue.v2i1.8182>