

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung secara masif telah mendorong terjadinya perubahan mendasar dalam cara pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnis, khususnya dalam aspek pemasaran.¹ Digitalisasi tidak lagi dipandang sebagai pelengkap, melainkan sebagai kebutuhan utama untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing usaha.² Perubahan ini menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi dari seluruh pelaku ekonomi, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam dunia usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).³ Untuk mengatasinya, pemerintah, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, memulai Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Program ini berfokus pada penerapan digitalisasi bisnis, seperti penggunaan platform *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Secara kelembagaan, program ini berawal dari pemerintah pusat melalui kementerian terkait yang bertanggung jawab untuk merumuskan kebijakan nasional, strategi pengembangan

¹ Mudrika Aqillah et al., “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM” 2, no. 1 (2024): 109–18.

² Akhmad Azhari, “Strategi Inovasi Dan Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Era Digital” 10, no. 1 (2025).

³ Putri I Et Al., “Transformasi Digital Umkm Kota Palembang,” *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha* 3, No. 1 (2023): 28–40.

UMKM, pedoman teknis, dan dukungan regulasi dan anggaran untuk mendukung pelaksanaan program di seluruh Indonesia.

Kebijakan yang dirumuskan di tingkat pusat kemudian diturunkan dan diimplementasikan oleh pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro di tingkat provinsi serta kabupaten/kota. Dinas di daerah berfungsi sebagai pelaksana teknis yang menyesuaikan kebijakan nasional dengan kondisi dan kebutuhan UMKM setempat melalui pemetaan potensi usaha, pelatihan literasi digital, pendampingan penggunaan teknologi digital, serta fasilitasi akses pasar dan pembiayaan. Dengan sinergi antara pemerintah pusat sebagai perumus kebijakan dan pemerintah daerah sebagai pelaksana di lapangan, program ini diharapkan mampu mendorong percepatan transformasi digital UMKM secara merata, meningkatkan daya saing usaha, dan memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat.

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah memiliki berbagai macam program, yang salah satunya adalah program percepatan transformasi digital pemasaran produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang telah diatur oleh Undang-Undang (UU UMKM nomor 20 Tahun 2000).⁴ Salah satu Dinas yang bertugas dan fungsinya membidangi koperasi dan Usaha Mikro adalah Dinas Koperasi dan Usaha Mikro berdasarkan kepada Peraturan Daerah Kabupaten Kediri Nomor 5 Tahun 2016,

⁴ Muhammad Zakir, Zubaidah Assyifa, And Rifqil Khairi, "Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaaan Terhadap Peningkatan Umkm Perspektif Ekonomi Islam" 2 (2023): 175–83.

tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah kabupaten kediri yang disahkan pada tanggal 16 September 2016 yang didalamnya termuat tipe dan urusan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri.⁵ Industri pertanian, kuliner, dan pariwisata juga turut memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal yang pada akhirnya menciptakan peluang usaha bagi masyarakat.⁶

Kabupaten Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki jumlah UMKM yang lebih banyak dibandingkan Kota Kediri. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kabupaten Kediri memiliki 25.833 unit UMKM, sedangkan Kota Kediri memiliki 10.322 unit UMKM.⁷ Selain itu, Kabupaten Kediri memiliki potensi pariwisata yang beragam, seperti Monumen Simpang Lima Gumul, Gunung Kelud, Kampung Inggris Pare, Air Terjun Dolo, Gua Maria Puhsarang, dan Gua Selomangleng, yang turut mendukung perkembangan UMKM. Kondisi tersebut menjadikan Kabupaten Kediri sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pelaksanaan Program Percepatan Transformasi Digital Pemasaran Produk UMKM.

⁵ Mamiek Amiyati, "Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro" 2023.

⁶ Efrida Lailatul Fitriah, "Statistik Daerah Kabupaten Kediri 2023," diakses 27 Oktober 2025, <https://kedarikab.bps.go.id/publication/2023/12/18/16526c0247ec05138f04de35/statistik-daerah-kabupaten-kediri-2023.htm>

⁷ Nahdya Alfaina Karem, Yuliani, and Binti Mutafarrida, "Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Kediri" 1, no. 4 (2024): 149–62.

Tabel 1.1
Data Perbandingan Regional antar Kabupaten
Karisidenan Kediri 2024

No.	Wilayah	Jumlah Penduduk	Jumlah UMKM	PDRB (Miliar Rupiah)	Program Digital
1	Kabupaten Kediri	1.667.450	25.833	54.649,67	2022
2	Kabupaten Blitar	1.249.500	34.694	47.779,19	2022
3	Kabupaten Tulungagung	1.113.970	24.434	51.246,65	2021
4	Kabupaten Trenggalek	1.482.354	11.559	24.364,74	2025
5	Kabupaten Nganjuk	1.148.611	3.323	36.270,56	2024

Sumber : Dokumentasi data BPS dan Diskopusmik pada tanggal 05 Desember 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.1, Menunjukkan bahwa Kabupaten Kediri, Blitar, dan Tulungagung memiliki karakteristik yang paling relevan untuk dianalisis dalam konteks program percepatan transformasi digital UMKM. Ketiganya menunjukkan keseimbangan antara jumlah penduduk, kapasitas UMKM, dan tahun implementasi program digital yang relatif dekat. Dengan populasi terbesar (1.667.450 orang) dan 25.833 UMKM dan PDRB tertinggi, Kabupaten Kediri menunjukkan daerah dengan potensi ekonomi kuat. Kabupaten Blitar memiliki jumlah UMKM tertinggi (34.694 unit) meskipun PDRB lebih rendah, menunjukkan basis UMKM yang luas. Sementara itu, Kabupaten Tulungagung yang memulai program digital pada 2021, memiliki PDRB kompetitif dan jumlah UMKM yang stabil (24.434 unit). Ketiga sektor tersebut memiliki perbedaan yang cukup signifikan tetapi sebanding.

Sebagai representasi nyata dari tantangan nasional, Kabupaten Kediri di Jawa Timur muncul sebagai sentra UMKM yang potensial. Dengan 25.833 unit usaha mayoritas di sektor makanan, kerajinan, dan pertanian daerah ini mencerminkan dinamika UMKM pedesaan Indonesia secara umum, menurut Laporan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro 2024.⁸ Potensi ekonominya yang kuat, didukung oleh sumber daya alam yang melimpah, membuat Kediri ideal untuk studi digitalisasi, di mana transformasi digital dapat mendorong pertumbuhan inklusif.

Tabel 1.2

Perbandingan Indikator Koperasi, UMKM, dan PDRB di Kabupaten Kediri, Blitar, dan Tulungagung

Aspek perbandingan	Kabupaten Kediri	Kabupaten Blitar	Kabupaten Tulungagung
Jumlah penduduk	1.667.450 jiwa	1.253.600 jiwa	1.113.970 jiwa
Jumlah Koperasi	1.479 unit	1.073 unit	1.393 unit
Jumlah UMKM	25.833 unit	34.694 unit	24.434 unit
PDRB	54.649,67	47.779,19	51.246,65

Sumber: Dokumentasi data BPS 2023 diakses pada tanggal 05 Desember 2025

Berdasarkan data pada tabel 1.2, Kabupaten Kediri menempati posisi yang paling strategis untuk dijadikan subjek penelitian karena memiliki kombinasi kekuatan demografis dan ekonomi yang lebih unggul dibandingkan Blitar dan Tulungagung. Dengan jumlah penduduk terbesar (1.667.450 orang), Kediri memiliki potensi pasar yang lebih luas untuk pengembangan UMKM. Meskipun jumlah UMKM di Kediri tidak sebanyak Blitar (25.833 unit), potensi ekonomi

⁸ Banatil Mufidah, "Laporan Kinerja Interim Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Tahun 2024," (2024).

wilayah ini tercermin dari nilai PDRB yang paling tinggi (54.649,67), menunjukkan kapasitas daya beli dan aktivitas ekonomi yang lebih kuat. Selain itu, jumlah koperasi di Kediri lebih besar (1.479 unit), menunjukkan ekosistem yang mendukung UMKM. Kombinasi keunggulan demografi, ekonomi, dan kelembagaan tersebut menjadikan Kabupaten Kediri sebagai wilayah yang representatif untuk diteliti dalam konteks transformasi digital.

Sebagai upaya meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan teknologi digital, Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri mulai mengimplementasikan Program Percepatan Transformasi Digital pada tahun 2022 melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan digitalisasi pemasaran. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha. Hingga saat ini, program tersebut terus dilaksanakan secara berkelanjutan.⁹ Berikut adalah data yang mengikuti program pelatihan digitalisasi pada tahun 2023-2025:

Tabel 1.3

Data Peserta Pelatihan Program Percepatan Transformasi Digital Pada Tahun 2023-2025

No.	Kegiatan Pelatihan	2023	2024	2025
1	Pelatihan Program Percepatan Transformasi Digital pada UMKM	745 Orang	1250 Orang	1820 Orang

Sumber : Dokumentasi Data Diskopusmik pada tanggal 6 Maret 2026

⁹ Iskuncoro Jati, "Efektivitas Pelatihan Pemasaran Digital Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Ngawi," 2025, 1–12.

Berdasarkan data pada tabel 1.3, dapat diketahui peningkatan jumlah UMKM yang mengikuti pelatihan *digital marketing* pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri. Meskipun peminat yang mengikuti program tersebut meningkat, banyak UMKM yang masih belum sepenuhnya mengimplementasikan program percepatan digital pada pemasaran produk UMKM di setiap harinya.¹⁰ Penyebabnya adalah literasi digital bagi pelaku UMKM yang masih kurang mendalam. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2024), hanya 30% pelaku UMKM memiliki kemampuan dasar untuk menggunakan aplikasi *e-commerce*.¹¹ Ini menyebabkan masalah dalam tugas sehari-hari seperti menghentikan produk atau berinteraksi dengan pelanggan. Ketidakmampuan adaptasi semakin diperparah oleh usia lanjut dan tingkat pendidikan yang rendah di sektor ini.

Meskipun pelatihan telah meningkatkan keterampilan pelaku UMKM, keterbatasan akses modal pasca pelatihan dan tidak konsisten dalam menerapkan *digital marketing* merupakan masalah yang saling berkaitan dalam pelaksanaan program percepatan transformasi digital.¹² Namun, keterbatasan finansial menghalangi adopsi teknologi digital secara operasional. Kondisi ini mengakibatkan praktik *digital marketing* yang kurang berkelanjutan, biasanya bersifat sementara dan tidak diinternalisasi sebagai strategi bisnis jangka panjang.

Menurut data awal yang dikumpulkan dari beberapa UMKM yang berpartisipasi dalam program *digital marketing*, terdapat dampak ekonomi setelah

¹⁰ Adena Sawunggaling, "Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM," 2025, 1–33.

¹¹ Muhibbusaabry Et Al., "Melek Digital : Membuka Peluang Baru Bagi Umkm Desa Sei Balai Melalui Seminar Pelatihan Bisnis Digital (E-Commerce)," *Journal Of Human And Education* 4, No. 5 (2024): 540–46

¹² Engelbertus Kukuh Widijatmoko et al., "Pelatihan Digital Untuk Pengembangan Kompetensi Pelaku UMKM" 5, no. 3 (2025): 139–48.

mengikuti Program Percepatan Transformasi Digital. Salah satu UMKM mengalami peningkatan laba bersih usaha dari sekitar Rp3 juta sebelum pelatihan menjadi Rp5 juta setelah mengikuti program digitalisasi pemasaran. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa Program Percepatan Transformasi Digital berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM melalui optimalisasi pemasaran berbasis digital. Fenomena ini menjadi indikasi bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja usaha, khususnya dalam aspek pemasaran dan pendapatan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh pelaksanaan Program Percepatan Transformasi Digital di Kabupaten Kediri dengan fokus pada strategi pelaksanaan, efektivitas program, problematika yang dihadapi, serta perumusan saran kebijakan untuk meningkatkan keberhasilan program di masa mendatang.¹³

Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian yang spesifik menelaah strategi program percepatan digital UMKM pasca-pandemi Covid-19, berbeda dengan penelitian yang dilakukan Arumningtyas yang lebih menekankan pada pengembangan sistem pendukung usaha melalui pembinaan, pemberdayaan, dan pelatihan manajemen secara umum.¹⁴ Meskipun keduanya sama-sama menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam mengkaji pelaksanaan program pemerintah, penelitian ini menghadirkan perspektif yang lebih menyoroti pemanfaatan teknologi digital dan media online sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM binaan Dinas

¹³ Fitria Nur Masithoh and Andi Zulitsnayarti Mardhani Syam, "Optimalisasi Literasi Ekonomi Digital Berbasis Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi," *Ancoms*, no. 54 (2024): 847–62.

¹⁴ Arumningtyas, "Implementasi Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri)," 2022.

Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi studi sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi yang lebih spesifik mengenai strategi transformasi digital sebagai respon strategis terhadap perubahan pola pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Program Percepatan Transformasi Digital dalam Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM (Studi pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri)”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi program percepatan transformasi digital pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana strategi program percepatan transformasi digital dalam mengoptimalkan pemasaran produk UMKM pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan strategi program percepatan transformasi digital pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri.
2. Untuk menganalisis strategi program percepatan transformasi digital dalam mengoptimalkan pemasaran produk UMKM pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah untuk pengembangan penelitian akademik, khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi tambahan bagi siswa dan dosen yang ingin memperdalam pemahaman mereka tentang bagaimana menerapkan program percepatan transformasi digital untuk mengoptimalkan pemasaran produk UMKM. Selain itu, hasilnya juga diharapkan dapat menjadi dasar dan acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa, baik dalam konteks teori pemasaran digital, ekonomi kreatif, maupun pemberdayaan UMKM berbasis teknologi.

b. Peneliti

Penelitian ini diharapkan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang penerapan program percepatan transformasi digital sebagai strategi peningkatan pemasaran produk UMKM. Selain itu, peneliti akan memperoleh pemahaman tentang penerapan konsep *digital marketing* dalam konteks usaha kecil dan menengah.

2. Kegunaan Secara praktis

a. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terutama dengan memberikan pemahaman tentang strategi dan pengembangan produk

melalui program percepatan transformasi digital dalam bidang pemasaran. Melalui penerapan *digital marketing*, UMKM diharapkan dapat menemukan peluang dan masalah dalam penerapan digital marketing, yang dapat meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kelanjutannya.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat tentang pentingnya inovasi dan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk menjadi lebih responsif terhadap kemajuan teknologi dan menggunakannya secara optimal untuk mendukung pertumbuhan produk lokal dan pemberdayaan ekonomi digital. Oleh karena itu, masyarakat memiliki kemampuan untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga menjadi pelaku aktif dalam ekosistem ekonomi digital yang bertahan lama.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sumber informasi yang relevan untuk merumuskan kebijakan, program, dan strategi pendukung untuk pengembangan UMKM berbasis digital. Penelitian ini juga memberikan gambaran tentang masalah yang dihadapi masyarakat dan pelaku usaha saat menerapkan *digital marketing*.

Selain itu, penelitian ini menawarkan solusi yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penyusunan kebijakan transformasi ekonomi digital yang inklusif. Oleh karena itu, dengan memperkuat sektor UMKM,

pemerintah dapat memperkuat peranannya sebagai fasilitator dan katalisator dalam upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut Penelitian terdahulu yang digunakan penulis :

1. Skripsi dengan judul Implementasi Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri) oleh Arumningtyas (2022), mahasiswi IAIN Kediri.¹⁵

Penelitian terdahulu mirip dengan skripsi saya karena kedua penelitian ini mengumpulkan data tentang pelaksanaan program pemerintah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Adapun perbedaan terletak pada fokus kajian dan bentuk program yang diteliti. Penelitian terdahulu lebih menyoroti program pengembangan sistem pendukung usaha yang meliputi kegiatan pembinaan, pemberdayaan, dan pelatihan manajemen usaha bagi UMKM. Sementara itu, skripsi saya lebih menitikberatkan pada program digitalisasi UMKM, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital dan media online untuk meningkatkan daya saing UMKM binaan Dinas Koperasi Kabupaten Kediri. Dari segi waktu, penelitian Arumningtyas dilakukan di masa awal digitalisasi dengan penekanan pada aspek pembinaan usaha secara umum, sedangkan penelitian saya berfokus pada implementasi program digitalisasi secara lebih spesifik pasca-pandemi.

¹⁵ Arumningtyas, "Implementasi Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan Usaha Mikrokabupaten Kediri)," 2022.

2. Skripsi dengan judul Implementasi Penerapan Strategi *Digital Marketing* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Prespektif Islam oleh Putri Nazhifa Farahdina (2022), Mahasiswi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh¹⁶

Kesamaan penelitiannya yaitu terlihat pada fokus pembahasan yang sama-sama menyoroti pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pengembangan UMKM guna meningkatkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keduanya juga menekankan pentingnya kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan teknologi sebagai strategi menghadapi dinamika pasar.

Adapun perbedaannya terletak pada ruang lingkup dan sudut pandang analisis. Penelitian terdahulu lebih memusatkan perhatian pada praktik penerapan strategi *digital marketing* yang dilakukan secara langsung oleh pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Banda Aceh. Sementara itu, penelitian saya lebih berorientasi pada penilaian efektivitas program percepatan transformasi digital yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri sebagai bentuk kebijakan pemerintah daerah. Dengan demikian, perbedaan utama terletak pada fokus penelitian berupa penerapan strategi oleh pelaku usaha dibandingkan evaluasi program pemerintah, pendekatan analitis yang digunakan, serta perbedaan lokasi penelitian.

3. Skripsi dengan judul Pemanfaatan *Digital Marketing* terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (UMKM Awan *Food And Drink* di Desa Siraman Kecamatan

¹⁶ Putri Nazhifa Farahdina, "Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sektor Kuliner Di Kota Banda Aceh Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam" (2022).

Pekalongan Kabupaten Lampung Timur) oleh Annisa Yuliana Safitri (2023), mahasiswi IAIN Metro.¹⁷

Keduanya sama-sama mengkaji peran teknologi digital dalam mendukung pengembangan UMKM serta meningkatkan kinerja usaha. Dari segi metodologi, kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, kedua penelitian juga menegaskan bahwa penelitian *marketing* menjadi strategi penting dalam memperluas akses pasar dan memperkuat daya saing UMKM.

Perbedaanya terletak pada fokus penelitian. Penelitian terdahulu lebih memusatkan perhatian pada pemanfaatan *digital marketing* oleh satu pelaku usaha, yakni UMKM Awan *Food And Drink*, serta menganalisis dampaknya secara langsung terhadap peningkatan pendapatan. Sementara itu, penelitian saya lebih menitikberatkan pada penilaian strategi program percepatan transformasi digital yang dijalankan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri sebagai kebijakan pemerintah daerah. Jika penelitian Annisa berorientasi pada analisis dampak penggunaan media sosial terhadap pendapatan usaha secara individual, maka penelitian saya mengarah pada evaluasi pelaksanaan program digitalisasi secara kelembagaan dalam mengoptimalkan pemasaran produk UMKM secara lebih luas.

4. Skripsi dengan judul Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Magetan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Mikro Di Kabupaten Magetan

¹⁷ Annisa Yuliana Safitri, "Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha (UMKM Awan Food And Drink Di Desa Siraman Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)," 2023.

Pada Masa Pandemi Covid-19 oleh Alfu Nur Auliya (2021), Mahasiswi IAIN Ponorogo.¹⁸

Penelitian terdahulu, memiliki keterkaitan erat dengan skripsi saya. Persamaannya terletak pada fokus pembahasan yang sama-sama meninjau program digitalisasi UMKM pemerintah, khususnya dalam bentuk pemanfaatan *digital marketing* sebagai sarana pengembangan usaha. Kedua penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Perbedaannya, penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada implementasi *digital marketing* sebagai strategi pemasaran produk UMKM binaan Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kabupaten Madiun. Sementara itu, skripsi saya berfokus lebih luas pada program digitalisasi UMKM pemerintah daerah, tidak hanya dari sisi pemasaran, tetapi juga mencakup pendampingan, pelatihan, dan pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM binaan Dinas Koperasi Kabupaten Kediri.

5. Skripsi dengan judul Strategi *Digital Marketing* terhadap Penjualan UMKM di Kecamatan Murhum, Kota Baubau (Studi pada Cafe Saja dan Umbati Coffee) oleh St. Aulia P. Asri Utami (2024), Mahasiswi Universitas Islam Indonesia.¹⁹

Keduanya sama-sama mengkaji peran *digital marketing* dalam mendukung perkembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pemasaran produk. Ditinjau dari sisi aspek metodologi, kedua

¹⁸ Alfu Nur Auliya, "Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Magetan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Mikro Di Kabupaten Magetan Pada Masa Pandemi Covid-19" 3, No. 5 (2021): 6.

¹⁹ Aulia P. Asri Utami, "Strategi Digital Marketing Terhadap Penjualan UMKM Di Kecamatan Murhum, Kota Baubau (Studi Pada Cafe Saja Dan Umbati Coffee)," 2024.

penelitian tersebut sama-sama menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu keduanya menekankan bahwa pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi penting bagi UMKM dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital.

Perbedaan utama kedua penelitian tersebut terletak pada fokus kajian dan pembahasannya. Penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada penerapan strategi *digital marketing* yang dilakukan secara langsung oleh dua UMKM, serta mengkaji dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Sebaliknya, penelitian saya lebih diarahkan pada analisis strategi program percepatan transformasi digital yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Kediri sebagai bagian dari kebijakan pemerintah daerah.