

Strategi Pengembangan UMKM Melalui Literasi Keuangan Digital di Desa Nukuhai

MSME Development Strategy Through Digital Financial Literacy in Nukuhai Village

Cynthia Petra Haumahu^{*}, Krisman Gea, Helnida Wati Telaumbanua, Dina Resley, Diva Tiara Lumban Batu, Recky Gregory Frans

Universitas Pattimura, Indonesia

* cynthia.haumahu@lecturer.unpatti.ac.id (Primary Contact)

ABSTRACT

This study analyzes the development strategy of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Nukuhai Village through the strengthening of digital financial literacy. The research uses a descriptive qualitative approach supported by field observation, semi-structured interviews with MSME actors and village stakeholders, participatory problem mapping, and document review. The findings show that MSME development in Nukuhai is constrained by limited financial recordkeeping, weak separation between household and business finance, low familiarity with digital payment instruments, limited product standardization, and uneven access to digital marketing infrastructure. Digitalization therefore cannot be treated merely as the use of social media or online platforms; it must be preceded by basic financial literacy, simple bookkeeping, secure transaction behavior, product improvement, and collective marketing support. The study proposes a gradual village-based strategy that integrates financial recording, QRIS adoption, digital promotion, packaging improvement, cooperative logistics, and actor-based implementation support. These findings contribute to rural MSME studies by emphasizing the importance of context-sensitive digital capacity building in archipelagic villages.

Keywords

digital financial literacy; digitalization; MSMEs; Nukuhai Village; rural economy

Article History

Received: 2026-06-08
Accepted: 2026-06-16

Copyright © 2026, Haumahu et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v5i1.565](https://doi.org/10.56113/takuana.v5i1.565)

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam struktur ekonomi Indonesia karena berperan sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak aktivitas ekonomi lokal, dan ruang tumbuhnya kewirausahaan masyarakat. Dalam konteks perdesaan dan wilayah kepulauan, UMKM bahkan tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai mekanisme sosial untuk mempertahankan pendapatan rumah tangga, memperluas partisipasi perempuan dan pemuda, serta mengolah potensi sumber daya lokal menjadi produk bernilai tambah. Kajian Tambunan (2019) menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki kontribusi besar, tetapi masih menghadapi kendala klasik

berupa keterbatasan akses pembiayaan, pemasaran, teknologi, dan manajemen usaha. Pada pemetaan awal lapangan di Desa Nukuhai, aktivitas usaha yang dijumpai bergerak pada olahan pangan lokal, hasil kebun dan hasil laut berskala rumah tangga, perdagangan kecil, serta jasa informal. Data awal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas UMKM telah hidup, tetapi masih membutuhkan penguatan kapasitas pencatatan, pengemasan, dan pemasaran agar potensi lokal dapat berubah menjadi nilai ekonomi yang lebih stabil.

Perubahan ekonomi digital membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas pasar, mempercepat transaksi, dan memperbaiki efisiensi usaha. Namun, digitalisasi UMKM tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai perpindahan aktivitas jual beli ke media sosial atau platform daring. OECD (2021) menegaskan bahwa transformasi digital pada usaha kecil menuntut kombinasi antara akses teknologi, keterampilan, keamanan digital, strategi bisnis, dan dukungan kebijakan. Dengan kata lain, teknologi baru hanya memberi nilai ekonomi apabila pelaku usaha memiliki kapasitas untuk mengelolanya. Pada tingkat pelaku UMKM desa, kapasitas dasar yang sangat menentukan ialah literasi keuangan digital, yaitu kemampuan memahami pencatatan, pengelolaan arus kas, penggunaan instrumen pembayaran digital, keamanan transaksi, dan pemanfaatan informasi keuangan untuk mengambil keputusan usaha.

Literasi keuangan menjadi isu penting karena inklusi keuangan tidak selalu diikuti oleh pemahaman yang memadai mengenai penggunaan layanan keuangan. Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia masih berada di bawah indeks inklusi keuangan. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa akses terhadap layanan keuangan belum otomatis membuat masyarakat mampu mengelola risiko, membandingkan produk keuangan, atau menggunakan instrumen digital secara bijak. Pada level UMKM, ketimpangan antara akses dan literasi dapat menghasilkan masalah praktis, misalnya pencampuran uang pribadi dan uang usaha, tidak adanya catatan transaksi, kesulitan menghitung laba-rugi, serta kerentanan terhadap penipuan digital.

Selain literasi, adopsi pembayaran digital juga menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM. Bank Indonesia (n.d.) memosisikan QRIS sebagai pintu masuk bagi UMKM menuju ekosistem pembayaran digital karena satu kode QR dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran. Studi Hutagalung dkk. (2021) juga menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berkaitan dengan perubahan praktik transaksi UMKM, terutama dalam kemudahan pembayaran dan pencatatan. Meskipun demikian, keberhasilan adopsi QRIS tidak cukup hanya dengan membuat akun atau memasang kode pembayaran. Pelaku usaha perlu memahami biaya transaksi, pencatatan penerimaan, keamanan akun, dan cara memanfaatkan data penjualan untuk menyusun keputusan usaha.

Dalam kasus Desa Nukuhai, hasil observasi pendahuluan, wawancara awal dengan pelaku UMKM, serta telaah dokumen profil desa menunjukkan bahwa pelaku usaha menghadapi beberapa hambatan utama, yakni rendahnya pemahaman mengenai manajemen keuangan digital, pencatatan transaksi yang belum teratur, serta akses terbatas terhadap platform keuangan dan pemasaran. Hambatan ini berkelindan dengan persoalan geografis wilayah kepulauan, keterbatasan jaringan internet, biaya logistik, serta belum kuatnya standardisasi produk. Karena itu, strategi pengembangan UMKM di Desa Nukuhai tidak cukup diarahkan pada digitalisasi pemasaran semata, tetapi harus dimulai dari pembenahan fondasi internal usaha: pencatatan sederhana, pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha, pengemasan, standardisasi, serta penguatan jejaring pemasaran kolektif.

Kajian terdahulu mengenai digitalisasi UMKM banyak menyoroti kesiapan teknologi, transformasi pemasaran, dan pemanfaatan platform digital pada wilayah perkotaan atau sektor usaha yang telah relatif mapan. Gumilang dan Mahfudz (2025), misalnya, menunjukkan bahwa UMKM pada tahap awal kesiapan digital masih membutuhkan dukungan pembiayaan, keterampilan tenaga kerja, dan pelatihan yang berkelanjutan. Díaz-Arancibia dkk. (2024) juga menegaskan bahwa adopsi teknologi pada usaha kecil di negara berkembang sangat dipengaruhi oleh keterbatasan sosial-ekonomi, kemampuan organisasi, serta ekosistem pendukung. Namun, masih terdapat ruang kajian yang lebih spesifik mengenai bagaimana literasi keuangan digital dapat dijadikan dasar strategi pengembangan UMKM desa di wilayah kepulauan kecil. Celah inilah yang menjadi posisi kebaruan artikel ini.

Novelty penelitian ini terletak pada penempatan literasi keuangan digital sebagai fondasi strategis sebelum digitalisasi pemasaran dilakukan. Berbeda dengan Gumilang dan Mahfudz (2025) yang berfokus pada pengukuran kesiapan digital UMKM melalui pendekatan readiness level, serta berbeda pula dari Díaz-Arancibia dkk. (2024) yang membahas adopsi teknologi UMKM secara lebih luas pada negara berkembang, artikel ini menempatkan desa kepulauan sebagai ruang analisis utama dan menyusun strategi bertahap dari kapasitas keuangan dasar menuju ekspansi digital. Dengan demikian, digitalisasi UMKM tidak hanya dilihat dari sisi penggunaan media promosi, tetapi sebagai proses yang menghubungkan kemampuan mencatat transaksi, mengelola kas, menerima pembayaran digital, menjaga keamanan transaksi, meningkatkan kualitas produk, dan membangun pemasaran kolektif. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan UMKM di Desa Nukuhai melalui penguatan literasi keuangan digital, serta merumuskan tahapan praktis yang sesuai dengan konteks sosial, ekonomi, dan geografis desa.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena persoalan pengembangan UMKM di Desa Nukuhai tidak hanya berkaitan dengan angka produksi atau omzet, tetapi juga menyangkut praktik sosial, kebiasaan pengelolaan keuangan, pengalaman pelaku usaha, pola pemasaran, dan kesiapan masyarakat dalam menghadapi digitalisasi ekonomi. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna, proses, dan konteks tindakan pelaku usaha secara lebih mendalam (Creswell & Poth, 2018).

Data penelitian diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur, dan telaah dokumen pendukung. Informan dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam aktivitas UMKM, pengetahuan terhadap kondisi desa, dan kesediaan memberikan informasi. Informan penelitian terdiri atas 12 orang, yaitu delapan pelaku UMKM lokal, dua perangkat desa, satu unsur kelompok usaha/BUMDes, dan satu aktor pendukung yang memahami pendampingan UMKM. Pelaku UMKM dipilih dari jenis usaha yang berbeda, seperti olahan pangan, hasil kebun atau hasil laut, perdagangan kecil, dan jasa rumah tangga, sehingga informasi yang diperoleh menggambarkan variasi persoalan usaha. Observasi diarahkan untuk melihat praktik pencatatan, pengemasan produk, cara pemasaran, penggunaan media digital, dan dukungan infrastruktur. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pelaku UMKM mengenai kendala modal, pemasaran, transaksi, pencatatan, penggunaan telepon pintar, serta

persepsi mereka terhadap peluang digitalisasi. Telaah dokumen dilakukan terhadap profil desa, data kewilayahan, dan referensi kebijakan yang berkaitan dengan literasi keuangan, QRIS, serta pengembangan UMKM.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana lazim digunakan dalam analisis kualitatif (Miles dkk., 2014). Data yang terkumpul dikodekan ke dalam beberapa tema, yaitu kondisi UMKM, literasi keuangan, kesiapan digital, hambatan infrastruktur, potensi pemasaran, serta strategi pengembangan. Untuk memperkuat pembacaan strategis, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT sebagai alat bantu untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Penggunaan SWOT dalam artikel ini tidak dimaksudkan sebagai instrumen kuantitatif, melainkan sebagai kerangka interpretatif untuk menyusun rekomendasi berbasis kondisi lapangan.

Secara partisipatif, penelitian ini memanfaatkan semangat *Participatory Rapid Appraisal* (PRA), yaitu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek yang mampu mengidentifikasi kondisi, masalah, dan potensi mereka sendiri (Chambers, 1994). Implementasi PRA dilakukan melalui pemetaan cepat jenis usaha dan produk lokal, diskusi informal mengenai hambatan pencatatan dan pemasaran, penyusunan prioritas masalah bersama informan, serta validasi awal terhadap strategi yang dianggap paling realistis oleh pelaku UMKM. Dalam konteks Desa Nukuhai, pendekatan partisipatif penting karena strategi pengembangan UMKM tidak akan efektif apabila hanya berasal dari pihak luar. Strategi harus bertolak dari pengalaman pelaku usaha, kemampuan aktual masyarakat, serta sumber daya yang tersedia di desa. Dengan demikian, rekomendasi penelitian diarahkan agar realistis, bertahap, dan dapat diterapkan oleh pelaku UMKM lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi UMKM Desa Nukuhai dalam Arus Digitalisasi

Hasil kajian menunjukkan bahwa UMKM di Desa Nukuhai memiliki potensi pengembangan yang cukup kuat karena bertumpu pada sumber daya lokal, kreativitas masyarakat, dan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Contoh produk dan aktivitas usaha yang muncul dalam observasi meliputi olahan pangan rumahan, kue lokal, hasil kebun dan hasil laut yang diolah sederhana, perdagangan kebutuhan harian, serta jasa kecil berbasis keterampilan rumah tangga. Produk UMKM desa umumnya lahir dari keterampilan rumah tangga, pemanfaatan bahan baku lokal, serta hubungan sosial ekonomi yang dekat antara produsen dan konsumen. Potensi seperti ini merupakan modal awal yang penting karena produk desa biasanya memiliki nilai otentik, narasi lokal, dan karakter yang dapat menjadi pembeda di tengah persaingan produk massal.

Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang stabil. Persoalan paling terlihat adalah masih dominannya pola usaha konvensional. Sebagian pelaku usaha menjalankan aktivitas produksi dan penjualan berdasarkan kebiasaan, bukan berdasarkan catatan usaha yang sistematis. Dalam parafrasa hasil wawancara, pelaku usaha menyampaikan bahwa uang hasil penjualan sering langsung digunakan untuk kebutuhan rumah tangga sehingga modal produksi berikutnya tidak selalu terlihat jelas. Pemasaran juga masih banyak bergantung pada pasar sekitar, jaringan pertemanan, atau pembeli yang datang langsung. Akibatnya, jangkauan pasar menjadi terbatas dan nilai tambah produk belum terserap secara optimal oleh pelaku UMKM.

Dalam situasi seperti ini, digitalisasi menawarkan peluang untuk memperluas akses pasar. Media sosial, katalog digital, website sederhana, dan sistem pembayaran non-tunai dapat membantu pelaku UMKM menjangkau konsumen di luar desa. Akan tetapi, peluang tersebut baru dapat dimanfaatkan apabila pelaku usaha memiliki kapasitas dasar. Tanpa pencatatan keuangan, digitalisasi justru dapat menimbulkan kerumitan baru karena pelaku usaha tidak mampu membedakan peningkatan transaksi dengan peningkatan laba. Dengan demikian, digitalisasi harus dilihat sebagai proses pembelajaran usaha, bukan sekadar penggunaan aplikasi.

3.2. Hambatan Literasi Keuangan dan Pencatatan Usaha

Hambatan utama yang ditemukan ialah rendahnya literasi pencatatan keuangan. Dari delapan pelaku UMKM yang diwawancarai, enam informan menyatakan belum memiliki catatan harian yang memisahkan pemasukan, pengeluaran, stok, dan laba usaha. Banyak pelaku UMKM masih mengandalkan ingatan untuk menghitung pemasukan dan pengeluaran. Praktik ini dapat berjalan pada skala usaha yang sangat kecil, tetapi menjadi bermasalah ketika volume transaksi meningkat. Tanpa pencatatan, pelaku usaha sulit mengetahui berapa biaya produksi, berapa keuntungan bersih, produk mana yang paling laku, dan kapan modal harus diputar kembali. Kondisi ini membuat keputusan usaha sering bersifat intuitif dan tidak berbasis data.

Persoalan lain adalah pencampuran antara keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. Dalam usaha mikro, batas antara uang pribadi dan uang usaha sering kali kabur karena aktivitas produksi dilakukan di rumah dan melibatkan anggota keluarga. Praktik ini umum terjadi, tetapi apabila tidak dikelola dapat menghambat pertumbuhan usaha. Modal yang seharusnya digunakan untuk produksi dapat terpakai untuk kebutuhan konsumsi, sementara keuntungan usaha sulit dihitung secara objektif. Di titik ini, literasi keuangan sederhana seperti buku kas harian, catatan pembelian bahan baku, catatan penjualan, dan rekap laba-rugi menjadi kebutuhan mendasar.

Literasi keuangan digital menambahkan dimensi baru pada persoalan tersebut. Pelaku UMKM tidak hanya perlu memahami pencatatan manual, tetapi juga perlu mengenal dompet digital, rekening usaha, QRIS, bukti transfer, dan risiko keamanan transaksi. Abubakar dan Handayani (2022) mengingatkan bahwa transformasi keuangan digital membawa peluang inklusi, tetapi juga menuntut penguatan regulasi, manajemen risiko, dan perlindungan konsumen. Pada tingkat desa, prinsip ini dapat diterjemahkan secara sederhana melalui edukasi tentang keamanan PIN, verifikasi pembayaran, penghindaran tautan mencurigakan, dan kebiasaan memeriksa mutasi transaksi.

3.3. Digitalisasi Pemasaran dan Kesiapan Infrastruktur

Digitalisasi pemasaran di Desa Nukuhai perlu diarahkan secara realistis. Tahap awal yang paling memungkinkan bukan langsung masuk ke marketplace besar, tetapi membangun identitas produk melalui foto produk, deskripsi singkat, nomor kontak yang jelas, katalog WhatsApp, dan akun media sosial yang dikelola konsisten. Bagi UMKM desa, media digital sederhana sering lebih sesuai karena mudah diakses, tidak membutuhkan biaya besar, dan dapat dikelola oleh pelaku usaha atau anggota keluarga yang memiliki keterampilan dasar penggunaan telepon pintar. Temuan ini sejalan dengan studi penguatan UMKM pada

wilayah kepulauan dan perdesaan yang menekankan bahwa digitalisasi perlu dimulai dari pendampingan praktis, bukan sekadar penyediaan akun atau platform (Huwae dkk., 2025).

Meskipun demikian, digitalisasi pemasaran tidak dapat dilepaskan dari kesiapan infrastruktur. Akses internet yang tidak stabil akan menghambat komunikasi dengan pelanggan, pembaruan katalog, dan respons transaksi. Biaya logistik yang tinggi juga dapat membuat produk desa kalah bersaing walaupun kualitasnya baik. Karena itu, pemasaran digital harus dihubungkan dengan strategi logistik kolektif. Pelaku UMKM dapat membentuk kelompok usaha, menggabungkan pengiriman, menyusun jadwal distribusi, dan membangun kerja sama dengan pihak desa atau mitra pengiriman. Pendekatan kolektif ini penting agar digitalisasi tidak hanya menguntungkan pelaku usaha yang sudah kuat, tetapi juga membuka ruang bagi usaha kecil yang kapasitasnya masih terbatas.

Standardisasi produk menjadi isu lain yang tidak kalah penting. Produk yang dipasarkan secara digital perlu memiliki tampilan, ukuran, kemasan, informasi harga, dan kualitas yang relatif konsisten. Tanpa standardisasi, konsumen luar desa sulit membangun kepercayaan. Dalam perspektif ini, digitalisasi UMKM bukan hanya persoalan promosi, melainkan juga pembenahan rantai nilai dari produksi sampai distribusi. Hal ini sejalan dengan kajian Díaz-Arancibia dkk. (2024) yang menekankan bahwa adopsi teknologi pada UMKM di negara berkembang dipengaruhi oleh keterbatasan organisasi, sumber daya, dan ekosistem pendukung.

Tabel 1. Analisis SWOT pengembangan UMKM Desa Nukuhai

Aspek	Temuan strategis	Basis data lapangan
Strengths	Produk berbasis sumber daya lokal, kedekatan sosial antar pelaku usaha, dan adanya potensi narasi desa yang dapat menjadi nilai pembeda produk.	Observasi menemukan produk olahan rumah tangga, hasil kebun/laut, perdagangan kecil, dan jejaring sosial yang kuat antar produsen-konsumen.
Weaknesses	Pencatatan keuangan belum teratur, literasi pembayaran digital masih rendah, kemasan belum standar, dan promosi masih bergantung pada jaringan lokal.	Wawancara menunjukkan mayoritas pelaku belum memiliki buku kas harian dan masih mencampur uang usaha dengan uang rumah tangga.
Opportunities	Pertumbuhan ekonomi digital, penggunaan QRIS, media sosial, katalog digital, serta peluang kerja sama dengan pemerintah desa, kampus, dan mitra pemasaran.	Informan menilai telepon pintar, WhatsApp, dan media sosial sudah mulai dikenal sehingga dapat menjadi pintu masuk pemasaran bertahap.
Threats	Koneksi internet tidak merata, biaya logistik tinggi, persaingan harga dengan produk pabrikan, risiko penipuan digital, dan rendahnya kepercayaan konsumen jika kualitas tidak konsisten.	Observasi dan wawancara menegaskan hambatan jaringan, biaya pengiriman, serta kekhawatiran terhadap bukti pembayaran dan keamanan akun digital.

Sumber: Hasil analisis penulis berdasarkan observasi, wawancara, dan telaah dokumen, 2026.

3.4. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Literasi Keuangan Digital

Berdasarkan temuan SWOT, strategi pengembangan UMKM Desa Nukuhai sebaiknya disusun secara bertahap. Rekomendasi strategi dalam artikel ini merupakan sintesis antara kebutuhan yang berulang dalam wawancara informan, hasil observasi terhadap praktik usaha, dan rujukan literatur mengenai literasi keuangan digital serta digitalisasi UMKM.

Tahap pertama ialah membenahan pencatatan keuangan dasar. Pelaku usaha perlu dibiasakan mencatat uang masuk, uang keluar, biaya bahan baku, biaya kemasan, biaya transportasi, dan jumlah produk terjual. Pencatatan dapat dimulai dari buku kas sederhana sebelum beralih ke aplikasi. Pendekatan ini penting karena aplikasi digital tidak akan efektif apabila pelaku usaha belum memahami logika dasar pencatatan.

Tahap kedua ialah pemisahan keuangan rumah tangga dan keuangan usaha. Pemisahan dapat dilakukan melalui amplop kas, buku catatan terpisah, atau rekening khusus usaha. Prinsip ini sederhana, tetapi memiliki dampak besar terhadap keberlanjutan usaha. Dengan pemisahan tersebut, pelaku UMKM dapat mengetahui modal kerja, keuntungan, dan kebutuhan produksi secara lebih jelas. Ketika usaha mulai menggunakan QRIS atau dompet digital, pemisahan akun akan memudahkan pelacakan transaksi dan mengurangi risiko tercampurnya dana usaha dengan kebutuhan konsumsi harian.

Tahap ketiga ialah adopsi pembayaran digital secara aman. QRIS dapat menjadi instrumen awal karena relatif mudah digunakan dan telah diarahkan untuk mendukung inklusi keuangan UMKM (Bank Indonesia, n.d.). Namun, adopsi QRIS harus disertai pelatihan mengenai cara verifikasi pembayaran, pencatatan transaksi non-tunai, pengamanan akun, dan pengecekan riwayat pembayaran. Dengan demikian, pembayaran digital tidak hanya mempercepat transaksi, tetapi juga memperbaiki tata kelola keuangan usaha.

Tahap keempat ialah penguatan promosi digital dan standardisasi produk. Pelaku UMKM perlu memiliki foto produk yang jelas, informasi harga, ukuran, masa simpan, bahan baku, serta kontak pemesanan. Kemasan yang lebih rapi akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan memudahkan produk masuk ke pasar yang lebih luas. Dalam tahap ini, peran kelompok usaha menjadi penting karena tidak semua pelaku memiliki kemampuan desain, fotografi, atau pengelolaan akun digital. Kelompok usaha dapat berbagi peran: ada yang mengurus katalog, ada yang mengurus pencatatan, ada yang mengatur pesanan, dan ada yang mengelola pengiriman.

Tabel 2. Tahapan strategi pengembangan UMKM berbasis literasi keuangan digital

Tahap	Fokus penguatan	Aktor pelaksana utama	Indikator perubahan
1	Pencatatan kas sederhana dan pemetaan biaya produksi.	Pelaku UMKM, pemerintah desa, perguruan tinggi	Pelaku usaha memiliki catatan pemasukan, pengeluaran, dan stok barang.
2	Pemisahan keuangan rumah tangga dan keuangan usaha.	Pelaku UMKM, keluarga pelaku usaha, pendamping	Modal kerja, laba, dan kebutuhan produksi dapat dihitung lebih jelas.
3	Adopsi QRIS atau pembayaran digital secara aman.	Pelaku UMKM, lembaga keuangan, pemerintah desa	Transaksi non-tunai tercatat, bukti pembayaran diverifikasi, dan akun lebih terlindungi.
4	Promosi digital, standardisasi produk, dan logistik kolektif.	Kelompok UMKM, pemerintah desa, mitra logistik/kampus	Produk memiliki katalog digital, kemasan lebih konsisten, dan pengiriman dapat dilakukan bersama.

Sumber: Rumusan penulis, 2026.

3.5. Dari Digitalisasi Teknis menuju Kapasitas Usaha

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM di desa tidak dapat dimulai dari teknologi semata. Banyak program pengembangan UMKM kurang

menghasilkan dampak karena terlalu cepat mendorong pelaku usaha menggunakan platform digital tanpa memastikan kesiapan manajerial. Padahal, masalah dasar seperti pencatatan, pemisahan keuangan, perhitungan harga pokok, dan konsistensi kualitas masih belum selesai. Hasil ini memperkuat Gumilang dan Mahfudz (2025) yang menekankan pentingnya kesiapan sumber daya manusia dalam transformasi digital, sekaligus menegaskan argumen Díaz-Arancibia dkk. (2024) bahwa adopsi teknologi UMKM di negara berkembang sangat bergantung pada kapasitas organisasi dan ekosistem pendukung. Oleh karena itu, literasi keuangan digital harus diposisikan sebagai jembatan antara usaha tradisional dan usaha digital.

Dalam konteks Desa Nukuhai, literasi keuangan digital memiliki fungsi ganda. Pertama, ia memperkuat kontrol internal usaha melalui pencatatan dan perhitungan sederhana. Kedua, ia mempersiapkan pelaku usaha memasuki transaksi digital dengan lebih aman. Ketiga, ia membantu pelaku usaha membaca perkembangan usaha berdasarkan data, bukan hanya perasaan. Dengan kemampuan tersebut, pelaku UMKM dapat menentukan kapan produksi perlu ditambah, kapan harga perlu dievaluasi, produk mana yang paling menguntungkan, dan bagaimana mengelola modal agar tidak habis untuk konsumsi.

Pembahasan ini sejalan dengan Gumilang dan Mahfudz (2025) yang menunjukkan bahwa kesiapan digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan sumber daya manusia dan akses terhadap dukungan. Pada wilayah desa dan kepulauan, dukungan tersebut harus lebih kontekstual. Pelatihan tidak cukup dilakukan satu kali, melainkan perlu pendampingan berulang dengan contoh yang dekat dengan kehidupan pelaku usaha. Materi pelatihan juga perlu disederhanakan: bukan dimulai dari konsep bisnis yang abstrak, tetapi dari cara mencatat penjualan hari ini, menghitung modal, menentukan harga, mengecek pembayaran, dan membuat katalog produk.

Selain itu, digitalisasi harus dibangun melalui kolaborasi lokal. Pemerintah desa dapat berperan sebagai fasilitator data UMKM, penyedia ruang pelatihan, dan penghubung dengan mitra eksternal. Perguruan tinggi dapat membantu dalam pendampingan literasi, pembuatan katalog, desain kemasan, dan evaluasi usaha. Pelaku UMKM dapat membentuk kelompok untuk berbagi pengalaman, menggabungkan pengiriman, dan menjaga standar produk. Dengan model seperti ini, pengembangan UMKM tidak hanya menjadi agenda individu, tetapi menjadi proses penguatan ekonomi desa secara kolektif.

Kontribusi utama artikel ini adalah penegasan bahwa strategi pengembangan UMKM di Desa Nukuhai harus bergerak dari fondasi ke ekspansi. Fondasi yang dimaksud ialah literasi keuangan, pencatatan, keamanan transaksi, dan standardisasi produk. Ekspansi yang dimaksud ialah promosi digital, perluasan pasar, dan integrasi ke sistem pembayaran digital. Apabila ekspansi dilakukan tanpa fondasi, digitalisasi hanya menghasilkan tampilan modern tetapi tidak memperkuat keberlanjutan usaha. Sebaliknya, apabila fondasi dibangun terlebih dahulu, digitalisasi dapat menjadi alat peningkatan daya saing yang lebih substantif.

3.6. Implikasi Strategis bagi Pemerintah Desa dan Ekosistem Pendukung

Implikasi pertama dari temuan penelitian ini adalah perlunya pemerintah desa memiliki basis data UMKM yang lebih rapi. Data tersebut tidak hanya memuat nama pelaku usaha,

tetapi juga jenis produk, kapasitas produksi, kebutuhan pelatihan, status pencatatan keuangan, penggunaan pembayaran digital, dan kendala pemasaran. Basis data seperti ini akan membantu pemerintah desa menyusun program pembinaan yang lebih tepat sasaran. Tanpa data yang baik, pelatihan UMKM sering bersifat umum dan tidak menyentuh masalah paling mendesak yang dialami pelaku usaha.

Implikasi kedua ialah pentingnya pendampingan yang berulang. Penguatan literasi keuangan digital tidak cukup dilakukan melalui sosialisasi satu kali karena perubahan perilaku usaha membutuhkan latihan, evaluasi, dan koreksi. Pelaku UMKM perlu didampingi ketika mulai mencatat transaksi, menghitung modal, menentukan harga, membuat katalog, dan menerima pembayaran digital. Pendampingan berulang juga memungkinkan fasilitator melihat apakah materi yang diberikan benar-benar digunakan atau hanya dipahami secara teoritis. Dalam banyak kasus, pelaku usaha memahami pentingnya pencatatan, tetapi berhenti melakukannya karena format terlalu rumit. Karena itu, format pencatatan harus sederhana, praktis, dan sesuai dengan ritme usaha harian.

Implikasi ketiga ialah perlunya membangun ekosistem pendukung yang menghubungkan pemerintah desa, perguruan tinggi, lembaga keuangan, operator telekomunikasi, dan mitra logistik. Pengembangan UMKM desa tidak dapat dibebankan sepenuhnya kepada pelaku usaha karena beberapa hambatan berada di luar kendali individu, misalnya jaringan internet, biaya pengiriman, akses pelatihan, dan informasi pembiayaan. Dalam konteks inilah kolaborasi menjadi penting. Perguruan tinggi dapat membantu literasi dan pendampingan, lembaga keuangan dapat memberi edukasi produk keuangan yang aman, pemerintah desa dapat menyediakan fasilitas dan koordinasi, sedangkan mitra logistik dapat membantu skema pengiriman kolektif.

Implikasi keempat adalah kebutuhan untuk menjaga keamanan digital. Ketika pelaku UMKM mulai menggunakan pembayaran non-tunai, media sosial, dan akun promosi, risiko penipuan digital juga meningkat. Oleh karena itu, literasi keuangan digital harus memuat aspek perlindungan konsumen dan keamanan data. Pelaku usaha perlu memahami cara membuat kata sandi yang kuat, menjaga kerahasiaan OTP, memverifikasi bukti pembayaran, dan menghindari pinjaman daring ilegal. Aspek ini penting karena satu pengalaman buruk dapat membuat pelaku usaha kehilangan kepercayaan terhadap sistem digital.

Tabel 3. Peran aktor dalam ekosistem pendukung UMKM Desa Nukuhai

Aktor	Peran utama	Bentuk dukungan praktis
Pemerintah desa	Koordinator program dan penyedia data UMKM.	Pendataan usaha, ruang pelatihan, fasilitasi kelompok usaha, dan penghubung dengan mitra eksternal.
Perguruan tinggi	Pendamping pengetahuan dan inovasi sosial.	Pelatihan pencatatan, desain katalog, evaluasi usaha, dan pendampingan literasi digital.
Lembaga keuangan	Penyedia edukasi dan akses keuangan aman.	Sosialisasi QRIS, edukasi keamanan transaksi, dan informasi pembiayaan yang legal.
Kelompok UMKM	Pelaksana kolaborasi ekonomi lokal.	Pengiriman kolektif, standarisasi produk, berbagi peran promosi, dan penguatan jejaring pemasaran.

Sumber: Rumusan penulis, 2026.

Implikasi kelima berkaitan dengan keberlanjutan. Strategi pengembangan UMKM tidak boleh berhenti pada output administratif seperti daftar hadir pelatihan atau jumlah

akun digital yang dibuat. Ukuran keberhasilan yang lebih bermakna adalah perubahan perilaku usaha: pelaku UMKM mulai mencatat transaksi, mampu menghitung keuntungan, memiliki katalog produk, menjaga kualitas kemasan, menerima pembayaran digital dengan aman, dan dapat menjangkau pembeli yang lebih luas. Dengan indikator seperti itu, pengembangan UMKM di Desa Nukuhai dapat bergerak dari kegiatan sesaat menuju transformasi kapasitas ekonomi desa yang lebih berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Pengembangan UMKM di Desa Nukuhai membutuhkan strategi bertahap yang menempatkan literasi keuangan digital sebagai fondasi utama. Potensi produk lokal dan semangat kewirausahaan masyarakat merupakan kekuatan penting, tetapi belum cukup untuk mendorong peningkatan daya saing apabila tidak didukung oleh pencatatan keuangan, pemisahan modal usaha, pemahaman transaksi digital, standardisasi produk, dan pemasaran yang konsisten. Digitalisasi UMKM di Desa Nukuhai karena itu perlu dipahami sebagai proses penguatan kapasitas usaha, bukan sekadar pembuatan akun media sosial atau penggunaan aplikasi pembayaran. Strategi yang direkomendasikan meliputi pencatatan kas sederhana, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, adopsi QRIS secara aman, penguatan katalog digital, perbaikan kemasan, serta pengiriman kolektif melalui kelompok usaha. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada kajian literasi keuangan digital dan UMKM perdesaan dengan menunjukkan bahwa digitalisasi yang berkelanjutan membutuhkan urutan kapasitas: dari literasi keuangan, penguatan tata kelola usaha, kemudian ekspansi pasar digital. Keterbatasan penelitian ini terletak pada sifatnya yang deskriptif kualitatif sehingga belum mengukur perubahan omzet, produktivitas, atau tingkat adopsi digital secara kuantitatif. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan survei terhadap pelaku UMKM, analisis kesiapan digital, serta evaluasi sebelum dan sesudah pendampingan literasi keuangan digital agar dampak strategi dapat diukur secara lebih presisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2022). Penguatan regulasi: Upaya percepatan transformasi digital perbankan di era ekonomi digital. *Masalah-Masalah Hukum*, 51(3), 259–270. <https://doi.org/10.14710/mmh.51.3.2022.259-270>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Seram Bagian Barat. (2024). *Kecamatan Taniwel dalam angka 2024*. BPS Kabupaten Seram Bagian Barat.
- Bank Indonesia. (2020). *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025: Menavigasi sistem pembayaran nasional di era digital*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (n.d.). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*.
- Chambers, R. (1994). The origins and practice of participatory rural appraisal. *World Development*, 22(7), 953–969. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90141-4](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90141-4)
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

- Díaz-Arancibia, J., Hochstetter-Diez, J., Bustamante-Mora, A., Sepúlveda-Cuevas, S., Albayay, I., & Arango-López, J. (2024). Navigating digital transformation and technology adoption: A literature review from small and medium-sized enterprises in developing countries. *Sustainability*, 16(14), Article 5946. <https://doi.org/10.3390/su16145946>
- Gumilang, Z. F., & Mahfudz, M. S. (2025). Pengukuran readiness level menggunakan INDI 4.0: Studi kasus UMKM di Bandung. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 20(2), 111–124. <https://doi.org/10.14710/jati.20.2.111-124>
- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis perbandingan keberhasilan UMKM sebelum dan saat menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 94–103. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.260>
- Huwae, V. E., Reken, F., Sitaniapessy, R. H., Saleky, R., Saununu, S. J., Arifin, H. M., & Tutupoho, S. (2025). Peningkatan usaha UMKM di era digitalisasi: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9671–9676.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia 2021–2025*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Pemerintah Desa Nukuhai. (2022). *Profil desa dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes) Nukuhai*. Pemerintah Desa Nukuhai.
- Segati, A. (2022). Model strategi pengembangan UMKM dalam halal lifestyle di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.56184/jkupkmjournal.v1i1>
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9, Article 18. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4>
- World Bank. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. World Bank.