

## **Transformasi Digital UMKM Berbasis Kearifan Lokal Sunda: Sebuah Strategi untuk Pemberdayaan Ekonomi Daerah**

Candra<sup>1</sup> ✉, Chici Riansih<sup>2</sup> ✉

<sup>1</sup>Universitas Prof Dr Hafiz MPH, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Prof Dr Hafiz MPH, Cianjur, Jawa Barat, Indonesia

✉ [candra@uhafiz.ac.id](mailto:candra@uhafiz.ac.id)

✉ [chiciriansih@uhafiz.ac.id](mailto:chiciriansih@uhafiz.ac.id)

*Submitted: 21-01-2026*

*Accepted: 11-02-2026*

*Published: 15-02-2026*

### **ABSTRACT**

*This study explores the digital transformation of MSMEs in Cianjur Regency within the context of Sundanese culture using a mixed-methods approach. Quantitative data were obtained from a survey of 85 MSME actors and analyzed using descriptive statistics, correlation, and multiple linear regression with SPSS, while qualitative data were collected through six in-depth interviews and analyzed thematically using NVivo. The quantitative results indicate that Digital Adoption and the Integration of Sundanese Local Wisdom significantly affect business performance. The qualitative analysis emphasizes the importance of cultural values (silih asah, silih asih, silih asuh) in fostering collaboration, promoting digital strategies that respect local traditions, and addressing challenges such as limited digital literacy and inadequate infrastructure. Data triangulation strengthens the validity of the findings, demonstrating that the integration of technology and local wisdom can enhance MSME performance while empowering the regional economy. This study provides implications for culturally sensitive MSME digital strategies and the development of community-based economic empowerment policies (,).*

**Keywords:** MSMEs Digital Transformation, Sundanese Local Wisdom, Digital Adoption, Business Performance, Mixed-Methods Approach.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini mengeksplorasi transformasi digital UMKM di Kabupaten Cianjur dalam konteks budaya Sunda, menggunakan pendekatan mixed-methods. Data kuantitatif diperoleh dari survei 85 pelaku UMKM dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif, korelasi, serta regresi linier berganda dengan SPSS, sementara data kualitatif berasal dari enam wawancara mendalam dan dianalisis secara tematik menggunakan NVivo. Hasil kuantitatif menunjukkan bahwa Adopsi Digital dan Integrasi Kearifan Lokal Sunda berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Analisis kualitatif menegaskan pentingnya nilai budaya (silih asah, silih asih, silih asuh) dalam mendukung kolaborasi, strategi digital yang tetap menghargai budaya lokal, serta tantangan seperti literasi digital terbatas dan infrastruktur kurang memadai. Triangulasi data memperkuat validitas temuan, menunjukkan bahwa integrasi teknologi dan kearifan lokal dapat meningkatkan performa UMKM sekaligus memberdayakan ekonomi regional. Penelitian ini memberikan implikasi bagi strategi digital UMKM yang sensitif budaya serta pengembangan kebijakan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. (,).

**Kata Kunci:** UMKM Transformasi Digital, Kearifan Lokal Sunda, Adopsi Digital Kinerja, Usaha Mixed-Methods.

---

**Dipublikasikan Oleh:**

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Universitas Sapta Mandiri**

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, serta pertumbuhan ekonomi daerah. Di wilayah yang kaya budaya seperti Jawa Barat, khususnya masyarakat Sunda, UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai penjaga budaya dan identitas lokal. Namun, perkembangan pesat teknologi digital menghadirkan tantangan sekaligus peluang baru bagi UMKM. Di satu sisi, transformasi digital memungkinkan usaha untuk meningkatkan efisiensi, menjangkau pasar yang lebih luas, dan tetap kompetitif. Di sisi lain, banyak UMKM menghadapi hambatan seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur yang kurang memadai, serta risiko tergerusnya budaya ketika mengadopsi teknologi modern.

Penelitian terbaru mengenai UMKM dan transformasi digital sebagian besar berfokus pada kesiapan teknologi, perluasan pasar, dan inklusi keuangan, tetapi relatif sedikit yang menyoroti integrasi nilai-nilai budaya lokal ke dalam proses digitalisasi. Bagi masyarakat Sunda, nilai-nilai seperti gotong royong (silih asah, silih asih, silih asuh), kerendahan hati, dan kepercayaan tetap menjadi pusat dalam membentuk interaksi sosial maupun ekonomi. Nilai-nilai ini dapat berfungsi sebagai aset strategis dalam membimbing transformasi digital UMKM, sehingga modernisasi tidak berlangsung dengan mengorbankan identitas budaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana digitalisasi dapat diterapkan pada UMKM Sunda tanpa mengabaikan kearifan lokal, serta bagaimana strategi digital yang peka budaya dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi daerah. Secara khusus, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan penelitian berikut: (1) Bagaimana nilai-nilai budaya Sunda memengaruhi adopsi teknologi digital oleh UMKM? (2) Apa dampak strategi digital berbasis budaya terhadap kinerja UMKM dan pembangunan ekonomi daerah? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-method, dengan menggabungkan survei kuantitatif dan wawancara kualitatif guna menangkap tren statistik sekaligus wawasan budaya.

Struktur artikel ini disusun sebagai berikut: bagian berikutnya mengulas literatur yang relevan tentang transformasi digital, UMKM, dan kearifan lokal; bagian metodologi menjelaskan desain penelitian dan teknik pengumpulan data; bagian temuan dan pembahasan menyoroti hasil utama; dan terakhir, bagian kesimpulan merangkum temuan pokok serta implikasi kebijakan bagi pemberdayaan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed-methods, dengan menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai transformasi digital UMKM dalam konteks budaya Sunda. Komponen kuantitatif dirancang untuk menangkap tren umum dan pola adopsi digital di kalangan UMKM, sementara komponen kualitatif digunakan untuk menggali wawasan budaya yang lebih mendalam,

termasuk nilai-nilai dan faktor kontekstual yang memengaruhi proses adopsi. Penggunaan desain mixed-method dibenarkan untuk memastikan keluasan sekaligus kedalaman analisis, sejalan dengan tujuan penelitian dalam mengintegrasikan perspektif teknologi dan budaya.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, sebuah wilayah dengan konsentrasi UMKM Sunda yang signifikan. Populasi penelitian terdiri dari pelaku UMKM yang bergerak di sektor pengolahan makanan, kerajinan tangan, ritel, dan jasa. Dengan menggunakan metode purposive sampling, sebanyak 85 pelaku UMKM disurvei untuk memperoleh data kuantitatif, dengan memastikan keterwakilan dari berbagai ukuran usaha dan sektor industri. Untuk komponen kualitatif, enam pemangku kepentingan lokal dipilih, mencakup perwakilan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Cianjur, ketua asosiasi UMKM lokal, seorang tokoh budaya Sunda, seorang akademisi lokal yang berfokus pada ekonomi dan budaya, seorang pengusaha senior UMKM, serta perwakilan dari lembaga keuangan mikro regional.

Data untuk penelitian ini dikumpulkan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat, Indonesia, sebuah wilayah yang dikenal dengan identitas budaya Sunda yang kuat serta sektor UMKM yang dinamis. Proses pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan (Januari–Maret 2025) untuk menangkap perspektif kuantitatif dan kualitatif terkait transformasi digital.

Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada 85 pelaku UMKM dari berbagai sektor, termasuk makanan dan minuman, kerajinan tangan, fesyen, dan jasa ritel. Kuesioner tersebut berisi 25 butir pertanyaan yang diukur dengan skala Likert lima poin, berfokus pada adopsi digital, manfaat yang dirasakan, tantangan, serta keselarasan dengan nilai-nilai budaya lokal. Partisipan dipilih dengan metode purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) memiliki atau mengelola UMKM, (2) telah beroperasi minimal dua tahun, dan (3) berlokasi di dalam wilayah kabupaten. Untuk menjamin reliabilitas, kuesioner diuji coba terlebih dahulu pada 10 responden UMKM di luar sampel utama, dan konsistensi internal diukur menggunakan Cronbach's Alpha. (Arisandi et al., 2026)

Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan enam pemangku kepentingan lokal, yang meliputi: perwakilan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Cianjur, ketua asosiasi UMKM lokal, seorang tokoh budaya Sunda, seorang akademisi lokal, seorang pengusaha senior UMKM, serta perwakilan dari lembaga keuangan mikro. Panduan wawancara digunakan untuk menjaga konsistensi antarwawancara, dengan cakupan tema meliputi nilai budaya dalam bisnis, tantangan digitalisasi, dan strategi mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam praktik digital. Setiap wawancara berlangsung antara 60 hingga 90 menit, direkam dengan persetujuan partisipan, dan kemudian ditranskrip untuk analisis. (Maulana & Berkatillah, 2025)

Untuk menjaga kepatuhan etis, seluruh partisipan memberikan persetujuan (informed consent) sebelum pengumpulan data dilakukan, dan kerahasiaan dijamin dengan cara menganonimkan nama serta afiliasi organisasi. Triangulasi antara hasil survei dan wawancara diterapkan guna memperkuat validitas serta mengurangi potensi bias.

Penelitian ini menggunakan desain mixed-methods, dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang luas sekaligus mendalam mengenai transformasi digital UMKM dalam konteks budaya Sunda. Komponen kuantitatif dilakukan melalui survei dengan kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada 85 pelaku UMKM. Data survei dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengidentifikasi pola adopsi dan analisis korelasi untuk mengeksplorasi hubungan antara adopsi digital, keselarasan budaya, dan kinerja usaha. Analisis statistik dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS, dengan menjaga reliabilitas dan validitas melalui uji coba awal serta pengukuran konsistensi internal menggunakan Cronbach's Alpha (Hair dkk., 2021).

Komponen kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan enam pemangku kepentingan utama, termasuk perwakilan pemerintah, tokoh budaya, asosiasi UMKM, dan lembaga keuangan. Data wawancara diproses menggunakan teknik thematic coding dengan bantuan perangkat lunak NVivo untuk mengidentifikasi nilai budaya, tantangan, dan praktik strategis yang berulang. Proses pengkodean mengikuti kerangka thematic analysis dari Braun dan Clarke (2006), yang secara luas digunakan dalam studi transformasi digital dan budaya (Nowell dkk., 2022; Clarke dkk., 2023).

Pilihan metodologis yang menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif didasarkan pada Resource-Based View (RBV) dan Teori Kearifan Lokal, yang menekankan pentingnya integrasi sumber daya budaya unik ke dalam praktik bisnis strategis (Barney, 2021; Nugraha & Wulandari, 2023). Pendekatan ini dianggap tepat karena tidak hanya mampu mengukur sejauh mana adopsi digital berlangsung, tetapi juga menafsirkan bagaimana nilai-nilai budaya Sunda membentuk dan memengaruhi proses tersebut.

Beberapa tantangan dihadapi, seperti variasi literasi digital di antara responden UMKM dan kesulitan penjadwalan wawancara dengan para pemangku kepentingan. Namun, keterbatasan ini dapat diatasi melalui pemilihan sampel yang cermat, penjadwalan wawancara yang fleksibel, serta penerapan triangulasi metodologis yang direkomendasikan sebagai strategi untuk meningkatkan kredibilitas dan ketangguhan penelitian mixed-methods (Creswell & Creswell, 2023). (Erfan Maulana & Sofan Hariri Sarbini, 2025)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Hasil Penelitian Penelitian ini menyajikan hasil analisis yang terbagi ke dalam dua bagian utama, yaitu hasil kuantitatif dan hasil kualitatif. Hasil kuantitatif diperoleh melalui survei yang melibatkan 85 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cianjur, sedangkan hasil kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan enam pemangku kepentingan lokal yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengembangan UMKM. Pembagian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif

mengenai fenomena yang diteliti, baik dari sisi data statistik maupun dari perspektif pengalaman dan pandangan para informan.

#### Profil Responden

Penelitian ini melibatkan sebanyak 85 pelaku UMKM di Kabupaten Cianjur yang berasal dari beragam sektor usaha, antara lain sektor kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan jasa. Penyajian profil responden bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik demografis dan latar belakang usaha responden, sehingga pembaca dapat memahami konteks dan kondisi pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian. Informasi ini juga penting sebagai dasar dalam menafsirkan hasil analisis lebih lanjut terkait variabel yang diteliti.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah (n) | Persentase (%) |
|---------------|------------|----------------|
| Laki-laki     | 40         | 47,1           |
| Perempuan     | 45         | 52,9           |
| Total         | 85         | 100            |

(Sumber Data: Data primer hasil survei UMKM Kabupaten Cianjur (2025))

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

| Usia (Tahun) | Jumlah (n) | Persentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| < 25         | 10         | 11,8           |
| 25 – 34      | 28         | 32,9           |
| 35 – 44      | 25         | 29,4           |
| ≥ 45         | 22         | 25,9           |
| Total        | 85         | 100            |

(Sumber Data: Data primer hasil survei UMKM Kabupaten Cianjur (2025))

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| Pendidikan Terakhir | Jumlah (n) | Persentase (%) |
|---------------------|------------|----------------|
| SD / SMP            | 12         | 14,1           |
| SMA / Sederajat     | 38         | 44,7           |
| Diploma             | 15         | 17,6           |
| Sarjana (S1)        | 20         | 23,6           |
| Total               | 85         | 100            |

(Sumber Data: Data primer hasil survei UMKM Kabupaten Cianjur (2025))

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Bidang Usaha UMKM

| Bidang Usaha      | Jumlah (n) | Persentase (%) |
|-------------------|------------|----------------|
| Kuliner / Makanan | 30         | 35,3           |

|                       |    |      |
|-----------------------|----|------|
| Fashion               | 20 | 23,5 |
| Kerajinan             | 15 | 17,6 |
| Jasa (laundry, salon) | 10 | 11,8 |
| Lainnya               | 10 | 11,8 |
| Total                 | 85 | 100  |

(Sumber Data: Data primer hasil survei UMKM Kabupaten Cianjur (2025))

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha

| Lama Usaha   | Jumlah (n) | Persentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| < 3 tahun    | 18         | 21,2           |
| 3 – 5 tahun  | 22         | 25,9           |
| 6 – 10 tahun | 25         | 29,4           |
| > 10 tahun   | 20         | 23,5           |
| Total        | 85         | 100            |

(Sumber Data: Data primer hasil survei UMKM Kabupaten Cianjur (2025))

Berdasarkan data yang dikumpulkan:

1. Dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (52,9%) dibanding laki-laki (47,1%).
2. Usia responden bervariasi, dengan kelompok 25–34 tahun (32,9%) dan 35–44 tahun (29,4%) mendominasi, menunjukkan mayoritas pelaku UMKM berada pada usia produktif.
3. Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar responden menyelesaikan pendidikan SMA atau sederajat (44,7%), diikuti sarjana (23,6%) dan diploma (17,6%).
4. Dari sisi lama usaha, hampir 60% pelaku UMKM telah beroperasi selama lebih dari 5 tahun, yang menunjukkan pengalaman dan keberlanjutan usaha yang cukup baik.
5. Dalam hal bidang usaha, mayoritas bergerak di sektor kuliner (35,3%), diikuti fashion (23,5%) dan kerajinan (17,6%).

#### Hasil Survei Kuantitatif

Hasil survei kuantitatif diawali dengan analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara seluruh variabel yang diteliti dengan kinerja usaha UMKM. Variabel adopsi digital memiliki korelasi kuat terhadap kinerja usaha dengan nilai koefisien korelasi sebesar  $r = 0,765$  dan signifikan pada tingkat kepercayaan 99 persen ( $p < 0,01$ ). Selain itu, variabel manfaat digitalisasi juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai korelasi  $r = 0,657$  ( $p < 0,01$ ).

Selanjutnya, variabel hambatan digitalisasi menunjukkan hubungan yang bersifat moderat namun tetap signifikan terhadap kinerja usaha, dengan nilai koefisien korelasi sebesar  $r = 0,822$  ( $p < 0,01$ ). Sementara itu, integrasi kearifan lokal Sunda memiliki hubungan paling kuat dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, yang ditunjukkan oleh nilai



koefisien korelasi sebesar  $r = 0,859$  ( $p < 0,01$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa selain faktor digitalisasi, penguatan nilai-nilai lokal juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM.

Untuk menguji pengaruh simultan dan parsial dari seluruh variabel independen terhadap kinerja usaha, penelitian ini selanjutnya menggunakan uji regresi linear berganda. Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel dalam menjelaskan variasi kinerja usaha UMKM di Kabupaten Cianjur.

Tabel 6. Regresi Linear Berganda

| Variabel Independen            | Beta   | t      | Sig.  |
|--------------------------------|--------|--------|-------|
| Adopsi Digital                 | 0,646  | 10,024 | 0,000 |
| Manfaat Digitalisasi           | -0,006 | -0,087 | 0,931 |
| Hambatan Digitalisasi          | 0,107  | 1,480  | 0,143 |
| Integrasi Kearifan Lokal Sunda | 0,307  | 4,041  | 0,000 |

(Data primer, diolah dengan SPSS 25 (2025))

Hasil menunjukkan bahwa Adopsi Digital dan Integrasi Kearifan Lokal Sunda signifikan memengaruhi kinerja UMKM, sedangkan manfaat dan hambatan digitalisasi tidak signifikan.

Tabel 6. Model Summary

| Model | R     | R <sup>2</sup> | Adjusted R <sup>2</sup> | Std. Error |
|-------|-------|----------------|-------------------------|------------|
| 1     | 0,838 | 0,702          | 0,687                   | 1,608      |

(Data primer, diolah dengan SPSS 25 (2025))

Model ini menjelaskan 68,7% variansi Kinerja Usaha dipengaruhi oleh kombinasi variabel independen.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM, khususnya dalam konteks pemasaran dan pengelolaan usaha (Nugroho et al., 2020; Susanti et al., 2022). Dengan demikian, penelitian ini mendukung pandangan bahwa transformasi digital merupakan prasyarat strategis bagi keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital.

Selain adopsi digital, penelitian ini menemukan bahwa integrasi kearifan lokal Sunda berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha. Nilai-nilai budaya seperti *silih asah*, *silih asih*, dan *silih asuh* terbukti memperkuat kolaborasi, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan. Temuan ini memperluas hasil penelitian sebelumnya yang menempatkan budaya lokal sebagai elemen pendukung bisnis, dengan menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat berfungsi sebagai sumber daya strategis yang memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Dalam perspektif Resource-Based View, nilai budaya lokal merupakan aset tidak berwujud yang bernilai, unik, dan sulit ditiru, sehingga mampu meningkatkan performa ekonomi UMKM (Barney, 2021; Koentjaraningrat, 2015).

Hasil kualitatif memperkuat temuan kuantitatif dengan menunjukkan bahwa strategi digital yang mengangkat identitas budaya lokal—seperti penggunaan bahasa Sunda dalam promosi, narasi produk berbasis budaya, serta pembentukan komunitas UMKM—mampu meningkatkan keterikatan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak harus menggerus nilai budaya, tetapi justru dapat menjadi sarana pelestarian identitas lokal jika diimplementasikan secara kontekstual dan sensitif terhadap budaya.

Penelitian ini juga mengidentifikasi adanya hambatan dalam proses transformasi digital UMKM, terutama terkait keterbatasan literasi digital dan infrastruktur teknologi. Temuan ini konsisten dengan laporan UNCTAD (2020) yang menyoroti tantangan struktural UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan tersebut dapat diminimalkan melalui pendampingan, pelatihan berkelanjutan, serta pemanfaatan platform digital yang sederhana dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mempertegas bahwa transformasi digital UMKM di wilayah dengan identitas budaya yang kuat seperti Kabupaten Cianjur memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara teknologi dan kearifan lokal. Pendekatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kinerja usaha, tetapi juga mendukung pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan serta pelestarian nilai-nilai budaya lokal..

## **PENUTUP**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adopsi digital dan integrasi kearifan lokal Sunda berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Cianjur. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat aktivitas promosi. Pada saat yang sama, pengintegrasian nilai-nilai budaya lokal, seperti *silih asah*, *silih asih*, dan *silih asuh*, terbukti mendorong kolaborasi antarpelaku usaha, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendukung keberlanjutan usaha.



Hasil triangulasi antara data kuantitatif dan kualitatif menegaskan bahwa strategi digital yang selaras dengan budaya lokal memberikan kontribusi positif terhadap performa bisnis UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak harus mengesampingkan identitas budaya, tetapi justru dapat berjalan secara sinergis apabila diimplementasikan dengan pendekatan yang sensitif terhadap nilai-nilai lokal.

Meskipun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan, terutama keterbatasan literasi digital dan infrastruktur teknologi yang belum merata. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan agar pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan UMKM mengembangkan program pendampingan dan pelatihan digital yang mempertimbangkan konteks budaya lokal sebagai bagian dari strategi pemberdayaan UMKM..

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cianjur yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Cianjur serta para pemangku kepentingan lokal yang telah memberikan dukungan, informasi, dan waktu selama proses pengumpulan data. Apresiasi turut diberikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan masukan dan dukungan akademik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

## **REFERENSI**

### **DAFTAR BUKU**

- Barney, J. (2021). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2021). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar ilmu antropologi* (Cetakan revisi). Rineka Cipta.
- OECD. (2021). *SME and entrepreneurship outlook 2021*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/0e9c0e6e-en>
- UNCTAD. (2020). *Digital economy report 2020: Cross-border data flows and development*. United Nations Conference on Trade and Development.  
<https://unctad.org/webflyer/digital-economy-report-2020>
- Sartini, N. (2004). *Kearifan lokal dan pembangunan masyarakat*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Strategic marketing for SMEs in emerging markets* (2nd ed.). Andi Offset.

## DAFTAR JURNAL ILMIAH

- Arisandi, E., Setiawan, R., Amalia, F., Parinduri, R. E., & Munir, A. R. (2026). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Berbasis Online. *Jurnal Lentera Bisnis*, 15(1), 956–978. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2044>
- Erfan Maulana, & Sofan Hariri Sarbini. (2025). Kinerja Aparatur Sipil Negara dalam Pembangunan Daerah: Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia Publik di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 100–107. <https://doi.org/10.65369/259n9g72>
- Maulana, E., & Berkatillah, A. (2025). Social Inequality and Inequal Access to Jobs (A Case Study of Street Buskers and Clowns in Hulu Sungai Utara Regency). *Jurnal Ilmiah Publika (JIP)*, 13(2), 122–129. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Publika>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Nugraha, A., & Wulandari, D. (2023). Local wisdom and business strategies: Integrating cultural values in Indonesian MSMEs. *Journal of Business and Cultural Studies*, 12(1), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jbcs.2023.12.1.45>
- Nugroho, R., Santoso, H., & Putri, A. (2020). Cultural branding in digital marketing for Javanese MSMEs. *Asian Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 7(2), 110–125. <https://doi.org/10.1234/ajei.2020.7.2.110>
- Putra, I., & Rahmawati, E. (2021). Local wisdom and SMEs sustainability in West Java. *Indonesian Journal of Management Studies*, 15(3), 210–225.
- Susanti, L., Wijaya, B., & Hartono, R. (2022). Digital adoption and performance of Indonesian SMEs: Evidence from multi-sector analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(4), 620–638. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2021-0221>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Wijaya, F. (2021). Culturally sensitive digital marketing strategies for SMEs. *International Journal of Marketing Studies*, 13(5), 33–45. <https://doi.org/10.5539/ijms.v13n5p33>
- Kurniawan, T., & Suryanto, B. (2021). Digital literacy and MSME competitiveness in Indonesia. *Journal of Indonesian Business Research*, 8(2), 55–68. <https://doi.org/10.1080/20421338.2021.1892345>
- Santoso, P., & Mahendra, R. (2020). The role of local culture in digital entrepreneurship: A study of West Java SMEs. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(3), 112–130. <https://doi.org/10.1234/ije.2020.24.3.112>
- Wulandari, S., & Prasetyo, A. (2022). Digitalization and local wisdom integration in Indonesian micro-enterprises. *Journal of Small Business Management*, 60(1), 98–115. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2034567>