

PERAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA UMKM BATIK TRUSMI DI CIREBON

Aliyah Salsabil¹, Dhian Megananda²

aliyah.123090097@ugj.ac.id¹, dhian.123090105@ugj.ac.id²

Universitas Swadaya Gunung Djati

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola pengelolaan dan pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM Batik Trusmi di Cirebon sebagai sentra batik khas daerah memiliki potensi budaya dan ekonomi yang besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam mendukung pengembangan dan daya saing UMKM Batik Trusmi, serta merumuskan opsi kebijakan yang dapat mendorong transformasi digital yang berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dan analisis kebijakan, serta penelaahan terhadap kondisi ekosistem bisnis UMKM Batik Trusmi. Hasil kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran non-tunai, mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan kualitas pengelolaan usaha. Namun, keterbatasan literasi digital, infrastruktur, dan pendampingan masih menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan pendampingan digital terpadu yang melibatkan pemerintah daerah, sektor swasta, dan komunitas lokal untuk memperkuat kapasitas UMKM sekaligus menjaga keberlanjutan nilai budaya Batik Trusmi.

Kata Kunci: Teknologi Digital, UMKM, Batik Trusmi, Daya Saing, Kebijakan Publik.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku UMKM menjalankan usaha, terutama dalam pemasaran dan pengelolaan bisnis. Digitalisasi seperti penggunaan e-commerce, media sosial, dan aplikasi digital dapat membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, serta menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen modern yang mengandalkan platform digital. Penelitian menunjukkan bahwa kemampuan digital dan literasi teknologi berdampak positif terhadap kinerja UMKM secara umum.

UMKM Batik Trusmi di Cirebon sebagai sentra batik unggulan memiliki potensi budaya dan ekonomi yang besar, namun masih banyak pelaku usaha yang belum optimal memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, transaksi, dan pengelolaan usaha. Hambatan seperti keterbatasan literasi digital dan kurangnya pendampingan menjadi faktor yang menghambat transformasi digital. Dengan demikian, perlu dilakukan kajian yang mendalam mengenai peran teknologi digital dalam mendukung pengembangan UMKM Batik Trusmi, agar pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing dan beradaptasi dalam era ekonomi digital secara berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam peran teknologi digital dalam pengembangan UMKM Batik Trusmi serta dinamika ekosistem bisnis yang melingkupinya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur terhadap buku, jurnal ilmiah, laporan kebijakan, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan digitalisasi UMKM, ekologi bisnis, serta pengembangan ekonomi lokal. Selain itu, penelitian ini juga

memanfaatkan data sekunder dari laporan pemerintah, program digitalisasi UMKM, serta informasi terkait praktik pemanfaatan teknologi digital pada UMKM Batik Trusmi di Cirebon.

Analisis data dilakukan dengan cara mengkaji hubungan antara pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan daya saing UMKM dalam perspektif ekologi bisnis. Data yang diperoleh dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi peluang, tantangan, serta peran aktor-aktor terkait dalam ekosistem digital UMKM. Hasil analisis selanjutnya digunakan untuk merumuskan opsi kebijakan dan rekomendasi strategis yang relevan dan aplikatif bagi pengembangan UMKM Batik Trusmi secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Ekologis

Teknologi digital telah menjadi pendorong utama dalam dinamika ekologi bisnis UMKM batik Trusmi di Cirebon, di mana pelaku usaha kecil ini beradaptasi seperti organisme dalam ekosistem yang saling terkait untuk bertahan dan berkembang. Secara internal, pengrajin menghadapi keterbatasan seperti produksi manual yang lambat dan pengelolaan keuangan campur aduk, tapi alat digital seperti aplikasi pembukuan sederhana dan platform e-commerce membantu memisahkan aset pribadi dari bisnis, mempercepat proses pesanan, dan meningkatkan efisiensi harian hingga membuat operasional lebih ramping tanpa mengubah esensi motif batik khas Cirebon. Lingkungan eksternalnya penuh tekanan, mulai dari saingan batik cetak murah, fluktuasi wisatawan akibat pandemi, hingga kebutuhan ekspansi pasar di luar daerah, sehingga program seperti Kampung UKM Digital dari Telkom sejak 2015 berfungsi sebagai "nutrisi" ekosistem dengan menyediakan akses internet, pelatihan pemasaran online, dan jaringan kolaborasi yang menaikkan daya saing hingga 51% melalui regresi pengaruh TI yang signifikan.

Dalam kerangka ekologi bisnis, teknologi digital bertindak sebagai agen perubahan yang menghubungkan elemen-elemen seperti komunitas pengrajin, pemerintah daerah, konsumen virtual, dan mitra logistik menjadi jaringan simbiosis mutualisme: UMKM Trusmi mendapat eksposur luas via Instagram atau marketplace, sementara konsumen urban menikmati akses motif autentik tanpa harus ke Cirebon, meski tantangan seperti literasi digital rendah dan infrastruktur internet kurang merata masih mengancam keseimbangan. Adaptasi ini tak hanya menyelamatkan usaha selama krisis, tapi juga membuka peluang ekspor kecil-kecilan sambil melestarikan nilai budaya lokal, di mana modal sosial kuat seperti solidaritas antar-pengrajin menjadi pondasi agar transformasi digital tidak mengikis identitas tradisional.

Opsi Kebijakan

Opsi 1. Pelatihan & Pendampingan Berkelanjutan

Program rutin (bukan satu kali) tentang pemasaran digital, keuangan sederhana berbasis aplikasi, keamanan transaksi.

Pro: Dampak langsung pada kapasitas UMKM. Kontra: Perlu SDM pendamping.

Opsi 2. Fasilitasi Infrastruktur Digital Wi-Fi kawasan Trusmi, studio foto produk bersama, pusat layanan UMKM, dorong pembayaran non-tunai.

Pro: Kurangi kesenjangan akses. Kontra: Perlu anggaran awal.

Opsi 3. Pemasaran Digital Terpadu Berbasis Identitas Lokal

Etalase bersama (website/akun resmi), kurasi konten, kolaborasi kreator lokal.

Pro: Branding kolektif kuat. Kontra: Butuh pengelolaan konsisten.

Opsi 4. Insentif & Kemitraan Platform

Onboarding marketplace, diskon iklan, promosi bersama, dukungan logistik.

Pro: Percepat adopsi. Kontra: Bergantung komitmen mitra.

Rekomendasi utama

Untuk meningkatkan daya saing UMKM Batik Trusmi di Cirebon, disarankan agar pemerintah daerah melaksanakan program pendampingan digital terpadu yang menggabungkan penguatan kapasitas pelaku usaha, akses teknologi, dan pemasaran berbasis identitas lokal. Pendampingan ini meliputi pelatihan berkelanjutan tentang pemasaran online, manajemen media sosial, fotografi produk, pencatatan keuangan digital, dan keamanan transaksi, disertai bimbingan rutin agar keterampilan dapat langsung diterapkan. Di sisi infrastruktur, fasilitas seperti Wi-Fi publik, studio foto produk bersama, co-working space, serta dorongan penggunaan pembayaran digital dan integrasi logistik akan memperluas akses dan efisiensi operasional UMKM. Selain itu, pembangunan etalase digital kolektif melalui website resmi atau akun media sosial terkurasi, yang menonjolkan keunikan Batik Trusmi dan bekerja sama dengan kreator lokal, akan memperkuat branding dan memperluas jangkauan pasar. Pendekatan terpadu ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM terhadap ekosistem digital, tetapi juga mendorong pertumbuhan penjualan, memperkuat keberlanjutan usaha, dan memajukan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Visualisasi Data



KESIMPULAN

Teknologi digital memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM Batik Trusmi di Cirebon. Pemanfaatan media sosial, marketplace, aplikasi digital, dan sistem pembayaran non-tunai terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperbaiki pengelolaan usaha tanpa menghilangkan identitas budaya batik lokal. Dalam perspektif ekologi bisnis, teknologi digital berfungsi sebagai agen penghubung antar unsur ekosistem, seperti pelaku UMKM, pemerintah daerah, konsumen digital, dan mitra logistik, sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan.

Meskipun demikian, transformasi digital UMKM Batik Trusmi masih menghadapi berbagai hambatan, terutama keterbatasan literasi digital, akses infrastruktur, dan minimnya pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi kebijakan berupa pendampingan digital terpadu yang mengombinasikan pelatihan berkelanjutan, fasilitasi infrastruktur digital, serta strategi pemasaran kolektif berbasis identitas lokal. Pendekatan ini diharapkan mampu mendorong keberlanjutan UMKM Batik Trusmi, meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah, serta menjaga kelestarian nilai budaya dalam era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Jurnal Sebatik. (2022). Digitalisasi bisnis industri Batik Trusmi Kabupaten Cirebon. Jurnal Sebatik, 1(2), 15–28.
- Jurnal Ilmiah SMART. (2020). Analisis kesiapan UMKmhadapi ekonomi digital. Jurnal Ilmiah SMART, 5(1), 34–47.
- Bank Indonesia. (2021). Tantangan digitalisasi UMKM berbasis budaya. Bank Indonesia.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Transformasi digital UMKM. Tokopedia Seller. (2023). Edukasi UMKM. <https://seller.tokopedia.com/edu>

Azizah, A. R., Aprilia, P., Rahman, L. M., & Setiawan, A. (2025). Digitalisasi marketing UMKM melalui pemanfaatan media sosial. *Brilliant Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Nusantara*, 1(1). <https://journalweb.org/ojs/index.php/brilliantociety/article/view/520>

Gustiana, I. Z., Hadi, A. E., & Al Firah, (2025). Peningkatan pemasaran UMKM dengan teknologi cloud dan digital marketing. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1). <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.241>