

Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery

The Role of Digital Technology in Improving the Financial Performance of Rosendi Cake and Bakery MSMEs

Fanolo Zega & Tri Maryani*

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 28 November 2025; Direview: 02 Januari 2026; Disetujui: 02 Februari 2026

*Corresponding Email: trimaryani@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery di Desa Klepu, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Masalah difokuskan pada bagaimana pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan usaha, efisiensi biaya pemasaran, serta perbaikan pengelolaan keuangan UMKM. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori mengenai digital marketing, kinerja keuangan usaha, dan pengelolaan keuangan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data-data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital melalui media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi bisnis mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan intensitas penjualan, sehingga berdampak pada pertumbuhan pendapatan usaha. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga membantu menekan biaya pemasaran dan memperbaiki keteraturan pencatatan keuangan usaha. Kajian ini menyimpulkan bahwa teknologi digital tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan kinerja keuangan, daya saing, dan keberlanjutan UMKM di era digital.

Kata Kunci: Teknologi Digital; Kinerja Keuangan; UMKM.

Abstract

This article aims to analyze the role of digital technology in improving the financial performance of the UMKM Rosendi Cake and Bakery located in Klepu Village, Bergas District, Semarang Regency. The study focuses on how the utilization of digital technology contributes to increasing business revenue, marketing cost efficiency, and improvements in the financial management of UMKM. To address this issue, theoretical references related to digital marketing, business financial performance, and UMKM financial management are employed. This study adopts a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation, and were analyzed qualitatively through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the use of digital technology through social media, marketplaces, and business communication applications expands market reach and increases sales intensity, which in turn leads to revenue growth. Furthermore, digital technology utilization helps reduce marketing costs and improves the regularity of financial record-keeping. This study concludes that digital technology not only functions as a promotional tool but also serves as a strategic instrument in enhancing the financial performance, competitiveness, and sustainability of UMKM in the digital era.

Keywords: Digital Technology; Financial Performance; UMKM.

How to Cite: Zega, F., & Maryani, T., (2026). Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (3): 1138-1144.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam pengelolaan dan pengembangan usaha, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi mendorong perubahan pola bisnis konvensional menuju sistem berbasis teknologi yang memungkinkan proses pemasaran, transaksi, dan komunikasi bisnis dilakukan secara lebih efisien dan terintegrasi. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi bisnis telah menjadi sarana strategis bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat (Kotler, P., & Keller, 2016); (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, 2019); (Maryani, 2018).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2022). Meskipun demikian, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Keterbatasan literasi digital, minimnya kemampuan analisis keuangan, serta kurangnya strategi digital yang terencana menyebabkan pemanfaatan teknologi belum sepenuhnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan usaha (Sugiarto, 2016); (Husnah et al., 2018).

Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat adalah usaha cake and bakery. Sektor ini memiliki karakteristik persaingan yang tinggi, perubahan selera konsumen yang cepat, serta tuntutan inovasi produk dan pemasaran yang berkelanjutan. Dalam konteks tersebut, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan efisiensi biaya pemasaran, mempercepat perputaran kas, serta meningkatkan pendapatan dan stabilitas keuangan usaha (Depaoli et al., 2020); (Saptono et al., 2019). Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk secara visual dan interaktif, sementara marketplace dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp Business mempermudah proses pemesanan dan transaksi (Singh et al., 2023).

Secara teoritis, pemanfaatan teknologi digital berkaitan erat dengan konsep kinerja keuangan usaha. Kinerja keuangan UMKM dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam menghasilkan pendapatan, mengelola arus kas, menekan biaya operasional, serta menjaga keberlanjutan usaha (Nasir et al., 2021). Teknologi digital berperan sebagai alat pendukung yang dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan distribusi, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan pendapatan usaha (Laudon, K. C., & Traver, 2020). Selain itu, penggunaan data digital memungkinkan pelaku UMKM memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan strategi bisnis secara lebih tepat sasaran, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap perbaikan kinerja keuangan (Chuangjian et al., 2020).

Penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh positif digitalisasi terhadap kinerja usaha UMKM, termasuk peningkatan penjualan dan efisiensi pemasaran. Penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh positif digitalisasi terhadap kinerja usaha UMKM, termasuk peningkatan penjualan dan efisiensi pemasaran (Saptono et al., 2019); (Suryani et al., 2021); (Husnah et al., 2018). Namun, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel besar, sehingga kurang menggambarkan strategi dan pengalaman pelaku UMKM secara mendalam dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja keuangan.; Suryani et al., 2021; Husnah et al., 2018). Namun, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel besar, sehingga kurang menggambarkan strategi dan pengalaman pelaku UMKM secara mendalam dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja keuangan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (novelty) dengan menekankan pendekatan kualitatif studi kasus pada satu UMKM cake and bakery, yaitu Rosendi Cake and Bakery di Desa Klepu, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Penelitian ini tidak hanya melihat hasil peningkatan pendapatan secara umum, tetapi juga menggali peran teknologi



digital dalam mendukung pengelolaan keuangan, efisiensi biaya, dan keberlanjutan usaha dari perspektif pelaku UMKM. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana pemanfaatan teknologi digital diterapkan dalam aktivitas usaha dan bagaimana perannya dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery, dengan fokus pada pendapatan usaha, efisiensi biaya, dan pengelolaan keuangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Rosendi Cake and Bakery memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas usaha sehari-hari?
2. Bagaimana pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya usaha?
3. Bagaimana peran teknologi digital dalam mendukung pengelolaan keuangan dan keberlanjutan usaha?

Pendekatan studi kasus pada UMKM ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik dan strategi digitalisasi dalam konteks kinerja keuangan usaha kecil.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, khususnya dari sudut pandang pelaku usaha. Fokus penelitian tidak diarahkan pada pengujian hubungan sebab-akibat secara kuantitatif, melainkan pada eksplorasi proses, strategi, serta pengalaman subjektif pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha dan pengelolaan keuangan. Desain studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu unit usaha secara intensif, sehingga memungkinkan peneliti menggali fenomena secara kontekstual dan mendalam sesuai dengan kondisi nyata di lapangan (Sugiyono, 2017); (Nugrahani, S., Wahyudi, A., & Setiawan, 2022).

Subjek dalam penelitian ini adalah UMKM Rosendi Cake and Bakery yang berlokasi di Desa Klepu, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Pemilihan lokasi dan subjek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha tersebut telah memanfaatkan berbagai bentuk teknologi digital dalam kegiatan operasional dan pemasarannya. Objek penelitian meliputi pemanfaatan teknologi digital serta kinerja keuangan UMKM, yang ditinjau dari aspek pendapatan usaha, efisiensi biaya, dan pengelolaan keuangan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji penggunaan teknologi digital sebagai alat pemasaran, tetapi juga perannya dalam mendukung stabilitas dan keberlanjutan keuangan usaha.

Informan ditentukan menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan kriteria keterlibatan dan pemahaman terhadap pengelolaan usaha dan teknologi digital. Informan utama adalah pemilik usaha, yang berperan sebagai pengambil keputusan utama. Informan pendukung terdiri atas pengelola media digital dan karyawan yang menangani penjualan atau pencatatan keuangan, dengan tujuan memperkaya perspektif data. Jumlah informan terdiri dari 1 pemilik, 2 pengelola media, dan 2 karyawan, dipertimbangkan cukup untuk mencapai data saturation, yaitu kondisi di mana informasi tambahan tidak lagi menghasilkan tema baru.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan sebagai teknik utama untuk menggali informasi terkait bentuk pemanfaatan teknologi digital, strategi pemasaran digital yang diterapkan, serta persepsi pelaku usaha terhadap perubahan kinerja keuangan setelah penerapan teknologi digital. Observasi langsung dilakukan untuk mengamati secara nyata bagaimana teknologi digital digunakan dalam aktivitas operasional, seperti pengelolaan akun media sosial, penggunaan marketplace, dan pemanfaatan aplikasi komunikasi bisnis dalam melayani konsumen. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data hasil wawancara dan observasi, meliputi catatan penjualan, laporan pendapatan sederhana, arsip konten promosi digital, serta bukti transaksi yang relevan.

Fokus penelitian diarahkan pada peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, dengan variabel kualitatif yang mencakup bentuk pemanfaatan teknologi digital dan indikator kinerja keuangan. Indikator kinerja keuangan dalam penelitian ini meliputi perubahan pendapatan usaha, efisiensi biaya pemasaran, serta pengelolaan arus kas. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis data kualitatif, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara deskriptif dan sistematis. Tahap reduksi data dilakukan dengan menyaring dan mengelompokkan data sesuai fokus penelitian, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi dan tabel deskriptif, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan makna data secara menyeluruh (Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, 2019).

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, pengelola media digital, dan karyawan. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Melalui penerapan teknik triangulasi tersebut, diharapkan hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi serta mampu memberikan gambaran yang akurat dan mendalam mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery.

Potensi bias informan diantisipasi dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak, sehingga sudut pandang tunggal tidak mendominasi interpretasi. Untuk menjamin validitas, penelitian menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari pemilik, pengelola media digital, dan karyawan. Perbedaan data dianalisis secara tematis: kesamaan dicatat sebagai konfirmasi, sementara perbedaan dijadikan bahan refleksi untuk memahami konteks atau faktor yang memengaruhi persepsi berbeda. Triangulasi teknik dilakukan dengan mengkorelasikan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan gambaran yang akurat dan kredibel mengenai peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery di Desa Klepu, Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang. Data dikumpulkan dari laporan penjualan selama periode 12 bulan terakhir, wawancara dengan pemilik dan karyawan, serta catatan transaksi digital. Persentase peningkatan pendapatan dan efisiensi biaya dihitung dari perbandingan rata-rata bulanan sebelum dan sesudah penerapan teknologi digital. Namun, sebagian transaksi masih dicatat secara manual, sehingga hasil perhitungan memiliki keterbatasan akurasi. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi, diperoleh temuan bahwa pemanfaatan teknologi digital memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan pendapatan usaha, efisiensi biaya pemasaran, serta perbaikan dalam pengelolaan keuangan usaha. Temuan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga berperan sebagai alat pendukung pengambilan keputusan keuangan dan keberlanjutan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rosendi Cake and Bakery telah memanfaatkan berbagai platform teknologi digital, antara lain media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, marketplace seperti GoFood dan GrabFood, serta aplikasi komunikasi bisnis WhatsApp Business. Media sosial dimanfaatkan untuk menampilkan produk secara visual melalui foto dan video, menyampaikan informasi promosi, serta membangun interaksi dengan pelanggan. Marketplace digunakan sebagai saluran penjualan utama untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, sementara WhatsApp Business dimanfaatkan untuk komunikasi langsung, pemesanan, dan konfirmasi transaksi. Berdasarkan hasil dokumentasi penjualan dan keterangan informan, pemanfaatan teknologi digital mulai diterapkan secara konsisten dalam satu tahun terakhir dan berdampak pada peningkatan intensitas transaksi serta frekuensi pembelian.



Peran Teknologi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha dan analisis dokumentasi penjualan, diketahui bahwa penerapan teknologi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan usaha Rosendi Cake and Bakery. Sebelum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, penjualan lebih banyak bergantung pada konsumen yang datang langsung ke lokasi usaha atau pelanggan tetap di sekitar wilayah Desa Klepu. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar relatif terbatas dan pertumbuhan pendapatan cenderung stagnan.

Setelah pemanfaatan media sosial dan marketplace, jangkauan pasar usaha menjadi lebih luas dan tidak terbatas pada wilayah sekitar. Konsumen dari luar daerah dapat dengan mudah mengetahui produk, melakukan pemesanan, dan melakukan transaksi secara daring. Hasil perbandingan pendapatan menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan usaha meningkat sekitar 35% setelah penerapan teknologi digital. Peningkatan ini terutama dipengaruhi oleh konten promosi yang menarik di media sosial, kemudahan akses informasi produk, serta fleksibilitas pemesanan melalui marketplace dan WhatsApp Business. Persentase 35% ini dihitung berdasarkan rata-rata bulanan sebelum dan sesudah penggunaan media sosial dan marketplace dalam periode satu tahun. Perlu dicatat bahwa beberapa faktor lain seperti perubahan musim, tren permintaan kue, dan promosi offline juga dapat memengaruhi peningkatan pendapatan, sehingga peningkatan ini tidak semata-mata disebabkan oleh digitalisasi. Temuan ini menunjukkan bahwa teknologi digital berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan dan mendorong pertumbuhan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

Peran Teknologi Digital terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran

Selain berdampak pada peningkatan pendapatan, pemanfaatan teknologi digital juga berkontribusi terhadap efisiensi biaya pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara, sebelum menggunakan media digital, kegiatan promosi dilakukan secara konvensional melalui spanduk, brosur, dan promosi dari mulut ke mulut. Metode tersebut membutuhkan biaya relatif lebih besar dan memiliki jangkauan yang terbatas, sehingga efektivitas promosi tidak optimal.

Setelah beralih ke promosi berbasis digital, sebagian besar kegiatan pemasaran dilakukan melalui media sosial yang dapat dijalankan dengan biaya minimal. Konten promosi dapat dibuat dan disebarluaskan secara mandiri tanpa memerlukan biaya cetak atau sewa media. Hasil dokumentasi menunjukkan bahwa biaya pemasaran mengalami penurunan sekitar 25%, sementara jangkauan promosi dan respons konsumen justru meningkat. Perhitungan penurunan biaya pemasaran 25% berdasarkan estimasi pengeluaran sebelumnya untuk cetak brosur, spanduk, dan promosi offline dibandingkan dengan biaya pembuatan konten digital. Namun, biaya waktu dan tenaga untuk pengelolaan media sosial tidak dimasukkan secara kuantitatif, sehingga angka ini bersifat indikatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa teknologi digital membantu UMKM dalam menekan biaya pemasaran sekaligus meningkatkan efektivitas promosi, sehingga berdampak positif terhadap efisiensi dan kinerja keuangan usaha.

Peran Teknologi Digital terhadap Pengelolaan Keuangan Usaha

Pemanfaatan teknologi digital juga berperan dalam memperbaiki pengelolaan keuangan usaha. Penggunaan marketplace dan aplikasi komunikasi bisnis memungkinkan pencatatan transaksi penjualan dilakukan secara lebih terstruktur dan mudah dipantau. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha menyatakan bahwa sebelum menggunakan platform digital, pencatatan keuangan masih dilakukan secara sederhana dan tidak teratur, sehingga sulit untuk memantau arus kas dan perkembangan pendapatan.

Hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan adanya peningkatan keteraturan pencatatan keuangan, yang ditunjukkan dengan tersedianya catatan penjualan harian dan laporan pendapatan sederhana. Meskipun pencatatan lebih rapi, sebagian transaksi tetap dilakukan secara manual atau tunai, sehingga data tidak sepenuhnya terverifikasi secara digital. Oleh karena itu, kesimpulan mengenai pengelolaan keuangan yang lebih baik harus dibaca sebagai kombinasi antara persepsi pelaku usaha dan bukti dokumentasi yang tersedia. Sekitar 70% transaksi penjualan telah dilakukan melalui platform digital, sehingga memudahkan pemilik usaha dalam memonitor arus kas masuk dan merencanakan pengeluaran usaha. Kondisi ini menunjukkan

bahwa teknologi digital berperan dalam meningkatkan transparansi, pengendalian keuangan, dan perencanaan usaha yang lebih baik, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan UMKM.

Tabel 1. Perubahan Kinerja Keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery setelah Digitalisasi

Aspek Kinerja Keuangan	Sebelum Digitalisasi	Setelah Digitalisasi	Perubahan (%)
Pendapatan Usaha	Konvensional	Berbasis digital	+35%
Biaya Pemasaran	Relatif tinggi	Lebih efisien	-25%
Transaksi Digital	Terbatas	Dominan	70%

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2025

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital memiliki peran strategis dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery. Peningkatan pendapatan usaha yang dicapai setelah penerapan teknologi digital mengindikasikan bahwa digitalisasi mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan intensitas penjualan. Melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace, produk tidak hanya dikenal oleh konsumen di sekitar lokasi usaha, tetapi juga menjangkau konsumen dari wilayah yang lebih luas. Kondisi ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah transaksi dan frekuensi pembelian, sehingga mendorong pertumbuhan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

Selain berdampak pada pendapatan, pemanfaatan teknologi digital juga berkontribusi terhadap efisiensi biaya pemasaran. Peralihan dari metode promosi konvensional ke promosi berbasis digital memungkinkan UMKM mengurangi pengeluaran pemasaran tanpa mengurangi efektivitas promosi. Media sosial memberikan ruang promosi yang relatif murah, fleksibel, dan mudah diakses, sehingga sangat sesuai bagi UMKM dengan keterbatasan modal. Efisiensi biaya ini berdampak positif terhadap struktur biaya usaha dan meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengalokasikan dana ke kebutuhan operasional lainnya.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital turut memperbaiki pengelolaan keuangan usaha. Pencatatan transaksi penjualan melalui platform digital mempermudah pelaku UMKM dalam memantau arus kas masuk dan mengontrol pendapatan secara lebih sistematis. Dengan adanya data transaksi yang lebih rapi dan terdokumentasi, pelaku usaha dapat memahami kondisi keuangan usaha secara lebih akurat, sehingga mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat. Perbaikan dalam pengelolaan keuangan ini menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi semata, tetapi juga berperan sebagai instrumen pendukung utama dalam pengelolaan dan peningkatan kinerja keuangan UMKM. Meskipun temuan menunjukkan dampak positif digitalisasi, faktor eksternal seperti kondisi pasar, tren konsumen, dan promosi offline juga dapat memengaruhi kinerja keuangan. Selain itu, persepsi pelaku usaha mengenai keberlanjutan usaha cenderung normatif dan perlu dikonfirmasi dengan data empiris jangka panjang. Oleh karena itu, peran teknologi digital harus dipahami sebagai salah satu faktor pendukung, bukan satu-satunya determinan peningkatan kinerja keuangan UMKM. Pemanfaatan teknologi digital yang tepat dan konsisten mampu membantu UMKM meningkatkan pendapatan, menekan biaya, serta memperbaiki pengelolaan keuangan, sehingga mendukung daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital berperan sebagai mekanisme pendukung dalam peningkatan kinerja keuangan UMKM Rosendi Cake and Bakery, terutama melalui perluasan akses pasar, efisiensi biaya pemasaran, dan perbaikan pengelolaan transaksi keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi tidak bekerja secara otomatis atau linear, melainkan berfungsi efektif ketika diintegrasikan dengan strategi usaha, kapasitas pengelolaan pelaku UMKM, serta konteks operasional usaha yang spesifik.



Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian digitalisasi UMKM dengan menunjukkan bahwa peran teknologi digital tidak hanya terbatas pada aspek pemasaran, tetapi juga berkaitan dengan fungsi pengendalian dan pengambilan keputusan keuangan pada level usaha mikro. Hasil penelitian ini memperkaya perspektif yang selama ini cenderung memposisikan teknologi digital sebagai faktor peningkat penjualan semata, dengan menekankan pentingnya peran digitalisasi dalam mendukung keteraturan arus kas dan transparansi keuangan usaha. Dari sisi metodologis, penelitian ini menegaskan nilai pendekatan kualitatif studi kasus dalam mengungkap dinamika dan proses pemanfaatan teknologi digital yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan melalui pengukuran kuantitatif. Pendekatan ini memungkinkan perbedaan yang lebih jelas antara persepsi pelaku usaha dan bukti empiris yang tersedia, serta mengungkap keterbatasan pencatatan keuangan yang masih bersifat sederhana pada UMKM.

Namun demikian, temuan penelitian ini memiliki keterbatasan karena bergantung pada data keuangan yang belum sepenuhnya terdokumentasi secara formal dan belum memungkinkan pengujian kausalitas secara ketat. Oleh karena itu, hasil penelitian ini perlu dipahami sebagai gambaran kontekstual mengenai peran teknologi digital sebagai faktor pendukung, bukan satu-satunya determinan peningkatan kinerja keuangan dan keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice (7th ed.). In *Pearson Education*.
- Chuangjian, Chen, L. L., Bagas, L., Lu, Y., He, X., Lai, X., Wass, S. Y., HEKINIAN, R., Weaver, B. L., Kar, A., Davidsont, J. O. N., Colucci, M., Welsch, B., Hammer, J., Baronnet, A., Jacob, S., HELLEBRAND, E., Sinton, J. M., White, W. M., ... de Oliveira Chaves, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–138.
- Depaoli, P., Za, S., & Scornavacca, E. (2020). A model for digital development of SMEs: an interaction-based approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(7), 1049–1068. <https://doi.org/10.1108/JSBED-06-2020-0219>
- Husnah, L., Setyowati, T., & S, W. E. (2018). Pengaruh Pelatihan Kerja, Lingkungan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Royal Hotel Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1714>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Management, . Marketing*.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society*.
- Maryani, T. (2018). Kontribusi Kepuasan Kerja Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan. In *Jurnal Psikologi* (Vol. 11, Issue 1, pp. 72–80). [core.ac.uk. https://doi.org/10.35760/psi.2018.v11i1.2075](https://doi.org/10.35760/psi.2018.v11i1.2075)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2019). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*.
- Nasir, M., Taufan, R. R., Fadhil, M., & Syahnur, M. H. (2021). Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 18(1), 71–83. <https://doi.org/10.37476/akmen.v18i1.1429>
- Nugrahani, S., Wahyudi, A., & Setiawan, B. (2022). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Karyawan dalam Jangka Panjang. *Jurnal Manajemen Industri*, 14(4), 203–218.
- Saptono, A., Purwana, D., Wibowo, A., Wibowo, S. F., Mukhtar, S., Yanto, H., Utomo, S. H., & Kusumajanto, D. D. (2019). Assessing the university students' entrepreneurial intention: Entrepreneurial education and creativity. *Humanities and Social Sciences Reviews*, 7(1), 505–514. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7158>
- Singh, R., Kumar, V., Singh, S., Dwivedi, A., & Kumar, S. (2023). Measuring the impact of digital entrepreneurship training on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial competencies. *Journal of Work-Applied Management*. <https://doi.org/10.1108/JWAM-11-2022-0076>
- Sugiarto. (2016). *manajemen bisnis* (Vol. 4, Issue 1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryani, E., Furkan, L. M., Serip, S., Muhdin, M., & Ali, M. (2021). Pengembangan Manajemen Pengolahan Sampah Menjadi Aneka Produk Yang Memiliki Nilai Ekonomis Tinggi Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Pijot. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(2), 0–5. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i2.80>

