

## Pengaruh Komunikasi Digital Terhadap Keberdayaan Pelaku UMKM pada Era Society 5.0 Di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo

Tiara Riska Saputri<sup>1\*</sup>, Rivo Nugroho<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Surabaya

\*e-mail korespondensi: tiara.22012@mhs.unesa.ac.id

### Abstract

*This study aims to determine the effect of digital communication on the empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises in the Society 5.0 era in Tanggulangin District, Sidoarjo Regency. This study used a quantitative approach with a simple linear regression analysis method. Data were collected by distributing questionnaires to Micro, Small and Medium Enterprises. The data were then analyzed using SPSS through statistical tests, including validity, reliability, normality, and linearity, specifically partial t-tests. The results showed that digital communication had a positive and significant effect on the empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , thus accepting the alternative hypothesis. The development of digital technology in the Society 5.0 era requires Micro, Small and Medium Enterprises to utilize digital communication in running their businesses to increase competitiveness and empowerment. Digital communication plays a crucial role in expanding marketing reach, enhancing interaction with consumers, and providing access to relevant market information. Therefore, the more optimal the use of digital communication, the higher the level of empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises in facing the challenges of the modern economy.*

**Keywords:** Digital Communication , Micro, Small and Medium Enterprises Empowerment, Society 5.0.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi digital terhadap keberdayaan pelaku UMKM pada era Society 5.0 di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan program SPSS melalui uji statistik yaitu melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, khususnya uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberdayaan pelaku UMKM, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga hipotesis alternatif diterima. Perkembangan teknologi digital pada era Society 5.0 menuntut pelaku UMKM untuk mampu memanfaatkan komunikasi digital dalam menjalankan usaha guna meningkatkan daya saing dan keberdayaan. Komunikasi digital berperan penting dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memberikan akses terhadap informasi pasar yang relevan. Oleh karena itu, semakin optimal pemanfaatan komunikasi digital, semakin tinggi pula tingkat keberdayaan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi modern.

**Kata kunci:** Komunikasi Digital, Keberdayaan UMKM, Society 5.0.

Accepted: 2026-04-09

Published: 2026-04-15

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional yang berperan besar dalam penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Kabupaten Sidoarjo, jumlah UMKM terus meningkat hingga mencapai lebih dari 200.000 unit pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa Sidoarjo memiliki potensi ekonomi lokal yang kuat, khususnya pada sektor perdagangan, kuliner, kerajinan, dan industri rumah tangga. Namun, besarnya jumlah UMKM tidak secara otomatis menjamin keberdayaan pelaku usahanya. Masih banyak kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya literasi digital,

minimnya inovasi produk, serta lemahnya jejaring kerja sama dengan pihak eksternal. UMKM sendiri merupakan usaha yang dimiliki perorangan atau badan usaha sesuai kriteria dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008, serta berkontribusi besar terhadap perekonomian dunia sebesar 90% (Kurniawati dkk., 2020). Di Indonesia, strategi penguatan UMKM tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), yang bertujuan mewujudkan masyarakat mandiri, maju, adil, dan sejahtera melalui pembangunan ekonomi berbasis keunggulan daerah serta dukungan sumber daya manusia yang berdaya saing (*Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo - Kabupaten Sidoarjo*, t.t.). Namun, dalam era Society 5.0, pelaku UMKM dituntut mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus tetap mengedepankan nilai kemanusiaan. Realitas di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo menunjukkan bahwa tingkat keberdayaan pelaku UMKM masih rendah, baik dari aspek pengetahuan, keterampilan, maupun kemandirian dalam mengelola usaha.

Sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kesulitan dalam mengakses informasi, memanfaatkan teknologi digital, serta berinovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran. Selain itu, banyak yang belum memahami pengelolaan keuangan berkelanjutan, kurang aktif mengikuti pelatihan, dan masih bergantung pada bantuan pemerintah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM belum sepenuhnya berdaya, terutama dalam hal pengambilan keputusan secara mandiri dan partisipasi dalam jejaring ekonomi yang lebih luas. Di sisi lain masih banyak pelaku UMKM di Tanggulangin yang sampai saat ini belum mampu untuk beradaptasi dengan metode pemasaran online. Hal ini membuat pelaku UMKM kesulitan untuk menjual dan memasarkan produknya, alhasil banyak pelaku UMKM yang akhirnya bangkrut karena tidak bisa menjual produk-produknya. Di tengah tuntutan era Society 5.0, pelaku UMKM di Kecamatan Tanggulangin masih banyak yang beroperasi secara individual dan tradisional tanpa komunikasi yang partisipatif dan terbuka. Hal ini berdampak pada rendahnya rasa percaya diri, kreativitas, serta kemampuan adaptasi digital. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang lebih mengarah pada digitalisasi agar pelaku UMKM mampu berkembang secara mandiri, inovatif, dan berdaya saing. Kecamatan Tanggulangin dikenal sebagai sentra kerajinan kulit di Kabupaten Sidoarjo, dengan produk seperti tas, sepatu, jaket, dan aksesoris. Daerah ini memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. Namun, pandemi COVID-19 menyebabkan perubahan pola pemasaran ke arah digital, seperti melalui marketplace dan media sosial. Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan pemasaran online, sehingga mengalami kesulitan dalam menjual produk bahkan mengalami kebangkrutan (Hariyana & Warmana, 2023).

Komunikasi digital memiliki peran penting dalam meningkatkan keberdayaan pelaku UMKM, terutama melalui pendekatan partisipatif seperti forum diskusi, pelatihan interaktif, kolaborasi, dan penggunaan media digital dua arah. Pendekatan ini mendorong keterlibatan aktif, meningkatkan rasa dihargai, serta memperkuat motivasi untuk berkembang secara mandiri. Menurut Moeljarto menegaskan bahwa setiap individu dan Masyarakat memiliki potensi yang bisa dikembangkan. Pemberdayaan sendiri berupaya untuk membangun potensi, memberikan motivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang telah dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya (Maryani & Nainggolan, 2020). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji pengaruh komunikasi partisipatif terhadap keberdayaan pelaku UMKM di Sidoarjo dalam menghadapi era Society 5.0. Keberdayaan pelaku UMKM dapat dilihat dari kemampuan mengakses sumber daya, mengembangkan kapasitas diri, mengambil keputusan, serta meningkatkan posisi tawar. Keberdayaan juga mencakup aspek sosial dan psikologis seperti kepercayaan diri, kemandirian, dan keterlibatan dalam jaringan komunitas. Komunikasi yang terbuka dan partisipatif menjadi strategi penting dalam memperkuat keberdayaan tersebut.

Di era digitalisasi, teknologi membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar. Internet, marketplace, dan media sosial memungkinkan pemasaran yang lebih cepat dan luas

(Wardani, 2023). Teknologi seperti e-commerce dan aplikasi bisnis sangat mendukung kegiatan usaha. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi tersebut, sehingga menghambat perkembangan usaha. Padahal, 49,6% konsumen mencari informasi produk secara online sebelum membeli, sehingga pemanfaatan digital menjadi kebutuhan penting dalam meningkatkan daya saing. Penelitian terkait komunikasi digital dan keberdayaan UMKM sebagian besar masih berfokus pada era industri 4.0, sementara kajian pada era Society 5.0 masih terbatas, khususnya di Kecamatan Tanggulangin. Dalam konteks ini, komunikasi digital tidak hanya sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai media kolaborasi sosial dan pemberdayaan berbasis nilai kemanusiaan.

Terdapat kesenjangan konseptual karena belum banyak penelitian yang mengintegrasikan teori komunikasi digital, seperti teori difusi inovasi Rogers (1962) dengan teori pemberdayaan masyarakat menurut Zimmerman (1995). Selain itu, penelitian sebelumnya banyak dilakukan di kota besar, sedangkan karakteristik UMKM di Tanggulangin cenderung tradisional dan berbasis keluarga, sehingga memerlukan pendekatan komunikasi digital yang berbeda. Penelitian ini memiliki kebaruan dengan menggabungkan konsep komunikasi digital dan keberdayaan UMKM dalam konteks Society 5.0, menghadirkan pendekatan lokal, serta mengintegrasikan teori komunikasi digital dengan teori pemberdayaan masyarakat. Keberdayaan tidak hanya diukur dari aspek ekonomi, tetapi juga dari kepercayaan diri, kemampuan adaptasi teknologi, dan kemandirian. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menghasilkan model komunikasi digital adaptif berbasis Society 5.0 yang dapat menjadi rekomendasi bagi pemerintah dan pelaku usaha. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai "Pengaruh Komunikasi Digital terhadap Keberdayaan Pelaku UMKM pada Era Society 5.0 di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo" menjadi relevan untuk dilakukan guna memahami peran komunikasi digital dalam meningkatkan keberdayaan dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang lebih menekankan pada pengukuran objek terhadap suatu pernyataan melalui data-data yang berbentuk angka (numerik). Data-data yang diperoleh tersebut akan diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (IBM SPSS 22). SPSS ialah sebuah perangkat lunak yang memudahkan peneliti dalam melakukan analisis statistik pada data kuantitatif (Riyanto dkk., 2023). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, tepatnya pada pelaku-pelaku UMKM yang aktif di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang masih aktif dalam melakukan usahanya di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo yang berjumlah 151.043 orang (*Dinas Perindustrian, Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah - Forum Komunikasi UMKM Danurejan*, t.t.). Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam penentuan jumlah sampel dengan teknik pengambilan sampel yaitu random sampling. Berdasarkan perhitungan tersebut, dari total populasi diperoleh jumlah sampel sebanyak 387 orang dengan toleransi kesalahan 5%.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan kisi-kisi instrumen penelitian. Setelah data terkumpul kemudian dianalisis melalui beberapa tahapan, yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, sampai hipotesis dengan menggunakan teknik uji regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh dari variabel yang diteliti yaitu komunikasi digital (X) dan keberdayaan pelaku UMKM (Y). Hasil analisis data tersebut digunakan sebagai penarikan Kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi digital memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam menghadapi perkembangan teknologi pada era digital saat ini. Dengan bantuan teknologi komunikasi digital, pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan usaha mereka melalui berbagai platform digital yang tersedia. Berdasarkan pada hasil analisis yang diperoleh dari tabel coefficients dengan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang menjelaskan bahwa komunikasi digital berpengaruh secara signifikan terhadap keberdayaan pelaku UMKM pada era Society 5.0 di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo.

**Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.327	1.122		2.073	.039
	X	1.138	.022	.935	51.672	.000

Dapat dijelaskan bahwa hubungan antara komunikasi digital dengan keberdayaan pelaku UMKM memiliki pengaruh yang berada pada kategori sangat kuat. Hal ini berarti menunjukkan komunikasi digital memiliki kontribusi atau peran yang cukup besar dalam peningkatan aspek keberdayaan pelaku UMKM. Semakin baik dan tepat pelaku UMKM memanfaatkan teknologi komunikasi digital, maka akan semakin besar pula pengaruhnya terhadap peningkatan kemampuan mereka dalam mengelola usaha. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi digital memegang peranan yang andil dan sangat penting dalam meningkatkan keberdayaan pelaku UMKM.

Sejalan dengan teori difusi inovasi oleh Everret M. Rogers (1962) yang mana jika pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi komunikasi digital dengan baik dan maksimal akan cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam proses mengembangkan usaha, meningkatkan penjualan, dan juga dapat memperluas jaringan pemasaran. Temuan dalam penelitian ini juga sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis dapat memberikan dampak yang begitu baik dan positif terhadap perkembangan usaha, khususnya sektor UMKM. Teknologi digital memaksimalkan pelaku usaha untuk melakukan berbagai aktivitas bisnis secara lebih efektif, efisien, dan fleksibel. Selain itu temuan ini juga sejalan dengan teori pemberdayaan yang dicetuskan oleh Zimmerman (1995) dengan meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan komunikasi digital, diharapkan keberdayaan mereka dalam menjalankan usaha juga akan semakin meningkat sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh komunikasi digital terhadap pemberdayaan pelaku UMKM di era Masyarakat 5.0 di Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa komunikasi digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

pemberdayaan UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 1,138 serta hasil uji parsial dengan nilai t-hitung 51,672 dan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Komunikasi digital berperan dalam memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memberikan akses informasi yang lebih luas, sehingga mampu meningkatkan keterampilan manajemen dan daya saing UMKM di era digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo—Kabupaten Sidoarjo.* (t.t.).  
*Dinas Perindustrian, Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah - Forum Komunikasi UMKM Danurejan: Kunci Untuk Meningkatkan Kesadaran Dan Partisipasi.* (t.t.).
- Hariyana, N. H. N., & Warmana, G. O. (2023). Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Di Tanggulangin Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 22–27.
- Kurniawati, E., Al Siddiq, I., & Idris, I. (2020). East Java Msme E-Commerce Opportunities In The 4.0 Era Innovative Entrepreneurship Management Development. *Global Conference on Business and Social Sciences Proceeding*, 11, 27–27.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat*. Deepublish.
- Riyanto, T., Pd, M., & Oktariyanda, T. A. (2023). *Metodologi Penelitian*.
- Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26–35.