

Strategi Inovasi Digital pada UMKM di Kecamatan Tegalalang, Gianyar Bali

I Made Sudarsana¹, Ni Kadek Suryani^{2*}, Ngurah Gede Dwi Mahadipta³

^{1,2*,3} Institut Desain dan Bisnis Bali

² nksuryani@idbbali.ac.id*

INFO ARTIKEL

Article history:

Received Juni 2026

Published Juli 2026

ABSTRAK

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi digital yang dilakukan oleh UMKM di Kecamatan Tegalalang, Gianyar, Bali, khususnya dalam menghadapi tantangan antara modernisasi dan pelestarian nilai tradisi di era disrupsi. Dengan mengadopsi perspektif teori *Resource-Based View* (RBV) dan desain fenomenologi deskriptif, studi ini menggali pengalaman hidup 10 pemilik UMKM di bidang pariwisata dan industri kreatif yang telah mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional usaha mereka. Data primer dihimpun melalui observasi serta wawancara mendalam, dan dianalisis menggunakan teknik *Reflexive Thematic Analysis* (RTA). Temuan penelitian mengindikasikan adanya penerapan inovasi bersifat *hybrid*, di mana teknologi digital dimanfaatkan sebagai instrumen pemasaran dan perlindungan terhadap produk seni yang memiliki nilai *taksu*, tanpa mengintervensi proses produksi manual yang bersifat *inimitable*. Meskipun digitalisasi meningkatkan efisiensi proses melalui penggunaan WhatsApp dan QRIS, muncul fenomena "Ketegangan Budaya-Digital" yang mengganggu praktik tradisional seperti *dana punia* (sumbangan spiritual) dan *paruman* (rapat adat). Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan UMKM digital di Tegalalang bergantung pada model digitalisasi yang sensitif terhadap konteks lokal, yang mampu menyelaraskan efisiensi administratif dengan pemeliharaan nilai-nilai komunal dan spiritual.

Kata Kunci: Digitalisasi UMKM; Inovasi Bisnis; Resource-Based View; Fenomenologi; Tegalalang Bali.

ABSTRAK

Abstracts. This study aims to analyze the digital innovation strategies employed by MSMEs in Tegalalang District, Gianyar, Bali, specifically in addressing the challenges of modernization and preserving traditional values in the era of disruption. Adopting a Resource-Based View (RBV) theoretical perspective and a descriptive phenomenological design, this study explores the lived experiences of 10 MSME owners in the tourism and creative industries who have integrated digital technology into their business operations. Primary data was collected through observation and in-depth interviews, and analyzed using Reflexive Thematic Analysis (RTA). The research findings indicate the implementation of hybrid innovation; digital technology is utilized as a marketing tool and for protecting artistic products with *taksu* value, without interfering with inimitable manual production processes. Although digitalization improves process efficiency through the use of WhatsApp and QRIS, a "Digital-Cultural Tension" phenomenon has emerged that disrupts traditional practices such as *dana punia* (spiritual donations) and *paruman* (traditional meetings). This study concludes that the sustainability of digital MSMEs in Tegalalang depends on a digitalization model that is sensitive to the local context,

one that aligns administrative efficiency with the maintenance of communal and spiritual values.

Keywords: MSME Digitalization; Business Innovation; Resource-Based View; Phenomenology; Tegalalang Bali.

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gianyar, khususnya di Kecamatan Tegalalang, memegang peranan krusial sebagai pilar ekonomi berbasis pariwisata dan industri kreatif. Sebagai kawasan yang dikenal dengan warisan budaya dan seni ukir, UMKM di wilayah ini tidak hanya menjadi mesin pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga representasi identitas sosial masyarakat Bali (Widiastini et al, 2023). Namun, ketergantungan yang tinggi pada arus wisatawan membuat keberlanjutan usaha di Tegalalang sangat rentan terhadap guncangan eksternal. Di era disrupsi saat ini, digitalisasi muncul sebagai keharusan strategis, namun implementasinya pada UMKM lokal masih menghadapi tantangan kompleksitas antara adopsi teknologi dan pemeliharaan nilai-nilai tradisional (Loo et al., 2023).

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di Tegalalang adalah rendahnya tingkat integrasi digital yang mendalam. Mayoritas pelaku usaha baru menyentuh tahap digitalisasi dasar, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran pasif, tanpa mengoptimalkan inovasi model bisnis atau sistem operasional berbasis digital. Kendala literasi teknologi, keterbatasan modal inovasi, dan persepsi bahwa teknologi dapat mengikis nilai autentisitas produk kerajinan menjadi hambatan struktural yang signifikan (Loo et al., 2023; Astuti & Suryani, 2024). Akibatnya, banyak UMKM gagal memanfaatkan potensi ekonomi digital secara maksimal, yang justru berisiko meningkatkan beban operasional tanpa memberikan dampak nyata pada peningkatan pendapatan berkelanjutan.

Terdapat *research gap* yang nyata antara potensi teoritis transformasi digital dengan realitas empiris di lapangan. Penelitian sebelumnya seringkali bersifat generalis atau hanya berfokus pada aspek teknis implementasi *e-commerce* (Volkova et al., 2021; Handayati et al., 2024), tanpa menyentuh dimensi pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menavigasi perubahan tersebut. Selain itu, terdapat kekosongan literatur yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana inovasi digital dapat diselaraskan dengan strategi bertahan UMKM di daerah wisata pedesaan yang memiliki karakteristik sosial-budaya unik (Loo et al., 2023). Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai korelasi antara investasi teknologi dan kinerja keuangan UMKM mempertegas perlunya kajian yang lebih mendalam dan kontekstual. Penelitian ini menjadi krusial untuk memastikan bahwa transformasi digital bukan sekadar tren sesaat, melainkan menjadi bantalan ekonomi yang memperkuat daya tahan UMKM terhadap fluktuasi industri pariwisata global di masa depan.

Posisi penelitian ini berada pada irisan antara manajemen strategis dan kewirausahaan digital dengan fokus khusus pada konteks pariwisata pedesaan (Fauzi et al., 2020). Berbeda dengan studi kuantitatif yang mencari generalisasi luas, penelitian ini mengambil posisi unik dengan menggali kedalaman makna di balik perilaku inovasi digital. *Novelty* atau kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi perspektif lokal Tegalalang dalam merumuskan strategi inovasi digital yang tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga pada keseimbangan nilai budaya dan keberlanjutan usaha jangka panjang yang belum banyak dieksplorasi dalam studi fenomenologi sebelumnya.

Penelitian ini mengusulkan penggunaan teori *Resource-Based View* (RBV) untuk membedah bagaimana kapabilitas digital dapat menjadi aset strategis yang unik bagi UMKM. Metode Fenomenologi Deskriptif diterapkan untuk menangkap esensi pengalaman para pemilik UMKM secara murni, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik *Reflexive Thematic Analysis*. Kombinasi ini memungkinkan peneliti menghasilkan tema-tema inovasi yang autentik dan reflektif, memberikan rekomendasi strategi yang berangkat dari realitas akar rumput guna menciptakan ekosistem digital yang adaptif namun tetap berpijak pada kearifan lokal Gianyar.

2. Tinjauan Pustaka

Resource-Based View (RBV)

Teori *Resource-Based View* (RBV) memposisikan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan sebuah organisasi bergantung pada kepemilikan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisir (*Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable* atau VRIN) (Barney, 1991; Zvarimwa & Zimuto, 2022). Dalam konteks UMKM di Tegalalang, RBV digunakan untuk membedah bagaimana kapabilitas digital dan kearifan lokal (seperti reputasi seni ukir dan jaringan sosial masyarakat) dapat dikonversi menjadi aset strategis yang unik. Melalui lensa RBV, transformasi digital tidak dilihat sekadar sebagai adopsi perangkat lunak, melainkan sebagai proses pengembangan kapabilitas dinamis yang memungkinkan pelaku UMKM mengonfigurasi ulang sumber daya internal mereka untuk merespons fluktuasi pasar pariwisata secara lebih tangguh.

Inovasi Bisnis

Inovasi dalam penelitian ini dipandang sebagai mekanisme krusial yang memungkinkan UMKM menciptakan nilai baru melalui pembaruan produk, proses, maupun model bisnis guna mempertahankan relevansi di pasar yang kompetitif (Yang et al., 2021). Bagi UMKM di sektor kerajinan dan pariwisata Tegalalang, inovasi bukan hanya berarti menciptakan produk fisik yang berbeda, tetapi juga bagaimana cara mereka menyampaikan nilai (*value proposition*) kepada pelanggan global. Hubungan antara inovasi dan strategi digital di wilayah ini menjadi sangat erat; inovasi bertindak sebagai mesin pendorong, sementara teknologi bertindak sebagai pemungkin (*enabler*), yang secara kolektif memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi disrupsi pasar dan perubahan preferensi wisatawan pasca-pandemi.

Digitalisasi UMKM

Digitalisasi merupakan proses integrasi teknologi informasi dan komunikasi ke dalam seluruh aspek operasional bisnis, yang secara fundamental mengubah cara UMKM berinteraksi dengan pasar dan pemangku kepentingan (Natalia, 2025; Astuti & Suryani, 2025). Dalam ranah UMKM di Kecamatan Tegalalang, digitalisasi melampaui penggunaan media sosial sederhana; ia mencakup penerapan ekosistem digital yang memungkinkan efisiensi biaya, perluasan jangkauan pasar hingga skala internasional, dan peningkatan transparansi manajemen usaha. Digitalisasi menjadi jembatan bagi pelaku UMKM tradisional untuk memodernisasi tata kelola bisnis mereka tanpa meninggalkan identitas kulturalnya, sehingga menciptakan model usaha yang adaptif dan berkelanjutan di tengah ekosistem ekonomi digital yang kian masif.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan Fenomenologi Deskriptif untuk mengeksplorasi esensi pengalaman hidup (*lived experience*) pemilik UMKM di Tegalalang dalam menavigasi inovasi digital. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami fenomena secara murni dari sudut pandang subjek tanpa intervensi asumsi teoretis peneliti melalui prosedur *bracketing* atau *epoche* (Ali & Hadady, 2022). Pendekatan fenomenologi deskriptif sangat relevan dalam konteks ini karena mampu mengungkap bagaimana teknologi digital tidak hanya dimaknai sebagai alat teknis, tetapi sebagai perubahan kesadaran dalam menjalankan bisnis yang selaras dengan nilai-nilai lokal Gianyar.

Subjek penelitian terdiri dari 10 informan yang merupakan pemilik UMKM di Kecamatan Tegalalang, ditentukan melalui teknik Purposive Sampling. Kriteria inklusi meliputi: (1) pemilik usaha di sektor kreatif atau pariwisata, (2) telah mengadopsi teknologi digital dalam operasional bisnis minimal selama dua tahun, dan (3) bersedia memberikan refleksi mendalam mengenai proses inovasi mereka. Penentuan jumlah 10 informan didasarkan pada prinsip saturasi data kualitatif, di mana angka tersebut dianggap memadai untuk mencapai kedalaman analitis dan redundansi informasi dalam studi fenomenologi yang fokus pada homogenitas Lokasi (Ali & Hadady, 2022).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi lapangan, kemudian dianalisis menggunakan teknik *Reflexive Thematic Analysis* (RTA). Prosedur analisis melibatkan enam tahap sistematis: familiarisasi data, pembuatan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian tema, dan penulisan laporan akhir. Penggunaan RTA memungkinkan peneliti untuk tetap reflektif terhadap peran subjektivitas mereka dalam menginterpretasikan bagaimana strategi digital memengaruhi keberlanjutan UMKM. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan *member*

checking guna memastikan bahwa temuan yang dihasilkan benar-benar merepresentasikan realitas di lapangan (Trainor & Bundon, 2021).

4. Hasil dan Pembahasan

Budaya Lokal dalam Ruang Digital

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para pemilik UMKM di Kecamatan Tegalalang, ditemukan sebuah tema sentral yaitu "Digitalisasi sebagai Perisai Warisan Seni". Para informan secara konsisten menyatakan bahwa kekuatan utama bisnis mereka bukan terletak pada kecanggihan mesin, melainkan pada aspek *human capital* (modal manusia) yang berakar pada silsilah keluarga seniman dan regenerasi terstruktur.

Jawaban Informan 3, 4, dan 9 mengungkapkan bahwa produk mereka memiliki "roh" (*taksu*) karena lahir dari tangan seniman yang memiliki garis keturunan seni yang kental. Pengalaman hidup ini menunjukkan bahwa nilai autentisitas adalah fenomena yang mereka rasakan sebagai pembeda utama di pasar global.

"Tukang ukir kami berasal dari keluarga seniman dan lahir dari darah seni yang kental sehingga produk ukir yang dihasilkan memiliki roh dan alami tidak bisa ditiru oleh seniman lain. Kami menggunakan teknologi untuk memasarkan produk dan karya kami"

Informan 2, 7, dan 8 menekankan pada pentingnya transfer pengetahuan dari seniman senior ke generasi muda sebagai strategi untuk menjaga ciri khas produk. Bagi para pelaku UMKM ini, teknologi digital seperti WhatsApp dan media sosial bukan sekadar alat transaksi, melainkan kanal untuk mengomunikasikan identitas budaya tersebut kepada khalayak yang lebih luas.

"Tukang ukir kami anak muda yang sudah mendapatkan pelatihan dari seniman senior sehingga kami memiliki ciri khas tersendiri yang sulit ditiru. Teknologi kami gunakan dalam sehari-hari seperti WA untuk komunikasi dan Sosial Media untuk menjual produk yang kami jual"

Jawaban informan menunjukkan adanya keselarasan yang kuat dengan kerangka kerja RBV, khususnya kriteria *Valuable*, *Rare*, *Inimitable*, dan *Non-substitutable* (VRIN) (Barney, 1991; Zvarimwa & Zimuto, 2022). *Valuable & Rare* (Bernilai dan Langka): Keterampilan mengukir yang diwariskan secara turun-temurun merupakan sumber daya internal yang sangat bernilai. "Roh" dan kealamian produk yang disebutkan oleh informan merupakan aset tak berwujud (*intangible assets*) yang memberikan nilai tambah emosional bagi konsumen pariwisata di Tegalalang. *Inimitable* (Sulit Ditiru): Informan 3, 4, dan 9 secara eksplisit menyatakan bahwa karya mereka "tidak bisa ditiru oleh seniman lain". Dalam teori RBV, ini disebut sebagai *causal ambiguity* dan *social complexity*—di mana keunggulan kompetitif muncul dari sejarah panjang (jalur keturunan) dan ikatan sosial yang kompleks yang tidak dapat dibeli atau diciptakan secara instan oleh pesaing (Khattak, 2021). Digitalisasi sebagai *Strategic Enabler*: Temuan menarik dalam diskusi ini adalah bagaimana digitalisasi berfungsi untuk memitigasi risiko *substitutability* (ketergantian). Dengan menggunakan media sosial untuk mendokumentasikan proses pembuatan yang tradisional, pelaku UMKM sebenarnya sedang memperkuat bukti autentisitas mereka. Hal ini sejalan dengan konsep RBV bahwa teknologi harus mampu mengeksplotasi sumber daya unik organisasi.

Jawaban yang diberikan tersebut menunjukkan strategi inovasi digital yang diterapkan di Tegalalang bersifat "*Hybrid Innovation*". Pelaku UMKM tidak mengubah esensi produk (tetap tradisional dan manual), namun melakukan inovasi pada proses pemasaran dan komunikasi. Penggunaan WhatsApp dan media sosial oleh informan 2, 7, dan 8 menunjukkan adopsi teknologi yang bersifat adaptif-praktis (Mattelart, et al., 2024). Fenomena ini menggambarkan bahwa digitalisasi tidak dipandang sebagai ancaman yang akan menggantikan peran manusia (seniman), melainkan sebagai sarana untuk memperpanjang jangkauan *taksu* atau roh seni tersebut. Keberlanjutan usaha di Tegalalang, dengan demikian, sangat bergantung pada kemampuan pemilik UMKM dalam menyeimbangkan antara mempertahankan sumber daya internal yang sulit ditiru (keterampilan seni) dengan pemanfaatan sumber daya eksternal (*platform digital*) untuk memenangkan persaingan di era ekonomi digital.

Digitalisasi sebagai Inovasi Proses dan Layanan

Berdasarkan data wawancara dari seluruh informan, ditemukan sebuah pola transformasi dalam interaksi pelanggan yang dikategorikan sebagai Inovasi Proses Layanan Real-Time (Mattelart, et al., 2020).
230 | Seminar Nasional Teknologi dan Inovasi (SITASI): Vol. 1 Nomor 2, Juni 2026

2024). Penggunaan aplikasi pesan instan, khususnya WhatsApp (WA), telah menjadi standar operasional yang diadopsi secara kolektif oleh seluruh informan (1-10) untuk memangkas hambatan komunikasi tradisional.

"Kami menggunakan WA dalam layanan komunikasi sehingga pelanggan mendapat jawaban lebih cepat"

Informan 5, 7, dan 8 memberikan penekanan lebih spesifik pada penggunaan "kotak pesan" di berbagai platform media sosial. Bagi mereka, inovasi ini bukan sekadar pergantian media komunikasi, melainkan perubahan model layanan yang bersifat "*Borderless & Timeless*" (tanpa batas ruang dan waktu). Kemampuan untuk tetap terkoneksi dengan pelanggan di luar jam kerja formal menunjukkan adanya pergeseran budaya kerja pada UMKM di Tegalalang, dari pola kerja konvensional menuju pola kerja digital yang lebih responsif dan fleksibel. Proses kreatif ini muncul sebagai respons adaptif terhadap ekspektasi wisatawan dan pembeli global yang menginginkan kecepatan informasi.

"Tim kami melayani pelanggan menggunakan media dan mendapatkan pesan dari kotak pesan (inbox) platform tersebut. Cara ini membantu kami terkoneksi dengan pelanggan meskipun setelah jam kerja berakhir"

Hasil jawaban ini menggambarkan bagaimana inovasi yang dilakukan oleh UMKM di Tegalalang selaras dengan konsep inovasi inkremental yang memberikan dampak signifikan pada efisiensi komunikasi

- Inovasi Proses dan Aksesibilitas: Temuan bahwa seluruh informan menggunakan WhatsApp menunjukkan bahwa inovasi proses di Tegalalang didorong oleh kebutuhan akan *speed to market*. Dalam literatur inovasi, kecepatan respon merupakan determinan utama dalam kepuasan pelanggan di industri jasa dan pariwisata. Penggunaan platform pesan instan ini secara efektif mengurangi asimetri informasi antara pengrajin di pedesaan Bali dengan calon pembeli dari berbagai belahan dunia.
- Perluasan Jangkauan Operasional: Pernyataan informan 5, 7, dan 8 mengenai konektivitas pasca-jam kerja mencerminkan inovasi pada aspek *customer relationship management* (CRM). Hal ini membuktikan bahwa inovasi digital memungkinkan UMKM skala mikro untuk memiliki standar layanan menyerupai perusahaan besar, di mana batasan geografis dan zona waktu dapat diatasi melalui teknologi asinkronus.
- Proses Kreatif Berbasis Kebutuhan (Need-Pull Innovation): Inovasi yang terjadi di Tegalalang bukan berasal dari dorongan teknologi murni (*technology-push*), melainkan dari kebutuhan untuk bertahan dan tetap relevan (*need-pull*). Keberanian informan dalam menerapkan perubahan ini didorong oleh realitas bahwa tanpa respons cepat, mereka akan kehilangan peluang transaksi dalam pasar pariwisata yang sangat kompetitif.

Inovasi ini tidak menuntut perubahan besar pada alat produksi fisik (yang tetap mempertahankan nilai seni manual), namun secara agresif mengubah cara nilai tersebut dikomunikasikan dan disampaikan kepada pelanggan. Penggunaan media sosial dan WA menjadi jembatan yang menghubungkan produk tradisional dengan ekosistem ekonomi digital, sekaligus membuktikan bahwa keberlanjutan usaha di Tegalalang dicapai melalui adaptasi cara kerja yang lebih modern dan komunikatif.

Transformasi Operasional dan Pergeseran Perilaku Sosial

Data lapangan menunjukkan bahwa digitalisasi di Tegalalang telah merambah aspek fundamental operasional melalui sistem pembayaran digital dan manajemen komunikasi tim. Informan 2, 3, dan 7 secara eksplisit menyebutkan penggunaan QRIS telah merevolusi administrasi keuangan mereka dengan menciptakan pembukuan yang lebih rapi dan transparan.

"Sistem pembayaran kami menggunakan QRIS, sangat terbantu sekali, selain cepat juga pembukuan jadi rapi. Tantangan dengan nilai tradisional yaitu saat mau me-dana punia (sumbangan sukarela) terhambat karena kami tidak memiliki uang tunai"

Sementara itu, Informan 1 dan 4 menekankan bahwa integrasi WhatsApp (WA) telah mendisrupsi cara tim kerja berinteraksi, mengalihkan pola komunikasi dari tatap muka menuju koordinasi digital yang lebih cepat (Mattelart, et al., 2024).

"Komunikasi tim kerja kami dan pelanggan menggunakan WA, Tantangan dengan nilai tradisional yaitu tradisi -paruman- (berkumpul adat) secara fisik terkadang mulai berkurang efektivitasnya karena banyak informasi yang kini hanya disampaikan melalui grup WhatsApp, yang dapat mengurangi kedalaman interaksi sosial tradisional"

Esensi pengalaman (*lived experience*) para informan menunjukkan adanya "Ketegangan Budaya-Digital" (Kusumaningtyas, 2025). Pengalaman Informan 2, 3, dan 7 menggambarkan bagaimana ketiadaan uang tunai akibat digitalisasi pembayaran menghambat praktik *dana punia* (sumbangan sukarela), yang merupakan pilar spiritualitas dalam ekonomi lokal Bali. Di sisi lain, Informan 1 dan 4 merasakan adanya degradasi kualitas interaksi sosial dalam tradisi *paruman* (rapat adat) yang kini mulai tergantikan oleh grup WhatsApp, sehingga mengurangi kedalaman hubungan interpersonal yang selama ini menjadi modal sosial utama masyarakat Tegalalang.

Fenomena digitalisasi ini mengungkap bahwa adopsi teknologi bukan sekadar perubahan alat, melainkan perubahan tatanan nilai:

- Efisiensi vs. Tradisi Spiritual: Temuan mengenai QRIS menunjukkan bahwa digitalisasi berhasil menjawab tantangan akuntansi UMKM yang selama ini bersifat informal (Johnson et al., 2024). Namun, hambatan dalam melakukan *dana punia* secara tunai mencerminkan adanya ketidaksiapan ekosistem digital dalam mengakomodasi praktik filantropi tradisional. Hal ini mengonfirmasi bahwa digitalisasi seringkali bersifat "teknosentris" dan terkadang mengabaikan dimensi sosiokultural pengguna di wilayah yang kental dengan adat.
- Transformasi Modal Sosial (Paruman ke Digital) (Zirena-Bejarano et al., 2025). Fenomena berkurangnya efektivitas *paruman* fisik akibat grup WhatsApp menunjukkan adanya pergeseran modal sosial. Meskipun koordinasi melalui WA meningkatkan kecepatan informasi, namun secara fenomenologis, informan merasa ada "jiwa" dari interaksi tradisional yang hilang. Digitalisasi di Tegalalang menciptakan paradoks: meningkatkan konektivitas informasi namun berisiko mereduksi kohesi sosial-tradisional yang menjadi identitas dasar UMKM di Bali.
- Adaptasi Perilaku (Behavioral Transformation): Tantangan yang dirasakan informan menunjukkan bahwa digitalisasi di Tegalalang sedang berada pada tahap negosiasi antara modernitas dan tradisi. Para pelaku UMKM tidak menolak teknologi, namun mereka sedang berusaha menemukan model "Digitalisasi yang Berbudaya"—di mana efisiensi administrasi dapat berjalan beriringan dengan pemeliharaan nilai-nilai komunal dan spiritual (Leal-Rodríguez et al., 2023)

Digitalisasi UMKM di Tegalalang memerlukan pendekatan yang lebih sensitif terhadap konteks lokal. Solusi digital tidak boleh hanya berfokus pada kecepatan transaksi (seperti QRIS atau WA), tetapi juga harus mampu memfasilitasi kebutuhan unik masyarakat Bali, seperti fitur donasi digital untuk *dana punia* atau penggunaan platform digital yang tetap mengedepankan nilai-nilai musyawarah dalam *paruman*. Keberlanjutan usaha digital di wilayah ini akan sangat ditentukan oleh sejauh mana teknologi dapat "dibalikan" atau disesuaikan dengan ritme kehidupan tradisional, bukan sebaliknya memaksa tradisi untuk tunduk sepenuhnya pada logika algoritma.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital pada UMKM di Kecamatan Tegalalang merupakan sebuah proses negosiasi yang kompleks antara tuntutan efisiensi modern dengan pemeliharaan nilai-nilai kearifan lokal. Meskipun adopsi teknologi seperti QRIS dan WhatsApp terbukti mampu meningkatkan keteraturan administratif serta kecepatan layanan pelanggan, terdapat dampak sampingan berupa pergeseran tatanan nilai sosial dan spiritual yang selama ini menjadi pondasi ekonomi komunal masyarakat Bali.

Strategi inovasi yang dijalankan oleh para pelaku UMKM bersifat *hybrid*, di mana mereka mempertahankan metode produksi tradisional yang mengandung nilai *taksu* (roh seni) sebagai aset strategis yang unik (*Resource-Based View*), namun secara agresif melakukan digitalisasi pada jalur komunikasi dan pemasaran. Hal ini membuktikan bahwa keberhasilan digitalisasi di daerah wisata pedesaan tidak diukur dari seberapa canggih teknologi yang digunakan, melainkan dari sejauh mana teknologi tersebut dapat beradaptasi dengan ritme kehidupan tradisional penggunaanya.

Secara keseluruhan, esensi dari digitalisasi UMKM di wilayah ini adalah upaya membangun daya tahan (*resilience*) terhadap fluktuasi pariwisata melalui peningkatan konektivitas global tanpa mengorbankan identitas kultural. Paradoks yang muncul antara efisiensi digital dan kedalaman interaksi sosial tradisional menjadi penanda bahwa ekosistem digital di masa depan harus lebih sensitif terhadap konteks sosiokultural agar dapat menciptakan keberlanjutan usaha yang benar-benar selaras dengan kearifan lokal.

6. Saran

Saran Akademik disampaikan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan studi dengan menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) untuk mengukur secara kuantitatif dampak "ketegangan budaya-digital" terhadap kinerja keuangan jangka panjang. Selain itu, kajian literatur mengenai "Digitalisasi Berbasis Budaya" perlu diperdalam guna merumuskan kerangka teoretis baru yang dapat menjembatani teori manajemen modern dengan praktik ekonomi tradisional di wilayah-wilayah dengan karakteristik serupa dengan Bali.

Saran Praktis ditujukan untuk para pelaku UMKM dan pemerintah daerah, disarankan untuk tidak hanya fokus pada literasi teknis teknologi, tetapi juga mulai mengembangkan atau mengadopsi platform digital yang mengakomodasi kebutuhan unik sosiokultural, seperti fitur untuk memfasilitasi sumbangan sukarela (*dana purnia*) atau ruang digital yang mampu menjaga kedalaman interaksi layaknya rapat adat (*paruman*). Integrasi ini sangat krusial untuk memastikan bahwa kemajuan teknologi tidak mengikis modal sosial yang selama ini menjadi daya tarik utama pariwisata dan industri kreatif di Tegalalang.

7. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan pendanaan yang diberikan melalui skema Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat untuk tahun pendanaan 2026.

Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak dan para pemilik UMKM di Kecamatan Tegalalang, Gianyar, Bali yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan kontribusi data yang berharga dalam penyelesaian penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ali, H., & Hadady, H. (2022). Phenomenological Study: Analysis of The Management of Regionally Owned Enterprises. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 320-326. <https://doi.org/10.33096/jmb.v9i2.337>
- Astuti, Sih Darmi & Suryani Ni Kadek. 2025. The role of proactive attitude and employee engagement in mediating the effect of perceived organizational Support and workplace spirituality on public servant performance in Indonesia. *Cogent Business & Management Vol.12 No.1*. 1-20. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2025.2547960>
- Astuti, Sih Darmi and Ni Kadek Suryani (2024). Job satisfaction of Indonesian workers: An analysis and forecasting using STAR model. *Problems and Perspectives in Management*, 22(2), 443-452. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.22\(2\).2024.34](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.22(2).2024.34)
- Barney, Jay (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management* 1991, Vol. 17, Na 1, 99-120 https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545_Fall_2022/Barney%281991%29.pdf?utm_source
- Fauzi, T. H., Harits, B., Danial, D. M., & Komariah, K. (2020). Adaptive strategies of external environmental effects in digital entrepreneurship in the strategic management perspective. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(3), 38-38. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>
- Handayati, R., Rozaq, A. S., As'adi, F. N., Saputra, M. Z. D., & Ubaidillah, M. M. (2024). Challenges and solutions in the implementation of digital technology in MSMEs: perspectives from entrepreneurs and consumers. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 2(2), 244-251. <https://doi.org/10.61100/tacit.v2i2.211>

- Johnson, K. A., Moon, J. W., VanderWeele, T. J., Schnitker, S., & Johnson, B. R. (2024). Assessing religion and spirituality in a cross-cultural sample: development of religion and spirituality items for the Global Flourishing Study. *Religion, Brain & Behavior*, 14(4), 345–358. <https://doi.org/10.1080/2153599X.2023.2217245>
- Khattak MS, Ullah R. 2021. The role of entrepreneurial orientation in tangible and intangible resource acquisition and new venture growth. *Manage Decis Econ*. 2021;42:1619–1637. <https://doi.org/10.1002/mde.3331>
- Kusumaningtyas, A. D. (2025). Exploring the Lived Experience of Cultural Identity Negotiation Among Urban Youth in the Digital Era. *Humanexus: Journal of Humanistic and Social Connection Studies*, 1(7), 261-268. <https://journals.ai-mrc.com/humanexus/article/view/500>
- Leal-Rodríguez, A. L., Sanchís-Pedregosa, C., Moreno-Moreno, A. M., & Leal-Millán, A. G. (2023). Digitalization beyond technology: Proposing an explanatory and predictive model for digital culture in organizations. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(3), 100409. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100409>
- Loo, M. K., Ramachandran, S., & Raja Yusof, R. N. (2023). Unleashing the potential: Enhancing technology adoption and innovation for micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs). *Cogent Economics & Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2267748>
- Mattelart, T., Hong, Y., Milan, S., Thussu, D. K., & Wasserman, H. (2024). International communication: On the significance of borders in the digital borderless world. *Communication and the Public*, 9(2), 131-142. <https://doi.org/10.1177/2057047324125625>
- Natalia, A. (2025). Effect of financial accounting standards implementation on the quality of MSME financial statements. *Economy, Business, Finance, Accounting & Management Journal*, 1(3), 78-85. <https://pub.muzulab.com/index.php/EBFAM/article/view/82>
- Trainor, L. R., & Bundon, A. (2021). Developing the craft: reflexive accounts of doing reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(5), 705–726. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2020.1840423>
- Volkova, N., Kuzmuk, I., Oliinyk, N., Klymenko, I., & Dankanych, A. (2021). Development trends of the digital economy: E-business, e-commerce. <http://dspace.msu.edu.ua:8080/jspui/handle/123456789/9311>
- Widiastini, N. M. A., Arsa, I., Syah, A. M., & Hajarrahmah, D. (2023). How do micro, small, and medium enterprises (msmes) in bali survive the pandemic? a qualitative study in buleleng, tabanan, gianyar, and denpasar. <https://hdl.handle.net/10919/121336>
- Yang, M. J., Li, N., & Lorenz, K. (2021). The impact of emerging market competition on innovation and business strategy: Evidence from Canada. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 181, 117-134. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.10.026>
- Zirena-Bejarano PP, Parra-Requena G, Quispe-Ambrocio AD, Merma-Valverde WF (2025), "Effects of knowledge transformation and social capital on business performance". *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, Vol. 8 No. 11 pp. 1–18, doi: <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2023-0649>
- Zvarimwa, C., & Zimuto, J. (2022). Valuable, rare, inimitable, non-substitutable and exploitable (VRINE) resources on competitive advantage. *International Journal of Business & Management Sciences*, 8(1), 9-22. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/94001819>