

## **TRANSKRIP PENELITIAN WAWANCARA**

### **Judul: Implementasi Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Perluasan Akses Pasar**

#### **1. Informasi 1**

Nama Jabatan : Pemilik UMKM Telur Asin MK

Tanggal : Maret 2025

Tempat : Rumah Produksi UMKM Telur Asin MK

Topik : Komunikasi dan Perkembangan Digitalisasi

Peneliti:

Bagaimana kondisi pemasaran sebelum menggunakan digitalisasi?

Informan 1:

Sebelum menggunakan digitalisasi, pemasaran dilakukan secara konvensional, seperti dari mulut ke mulut, titip di pasar, serta mengikuti bazar yang diadakan pemerintah.

Peneliti:

Bagaimana perubahannya setelah menggunakan media digital?

Informan 1:

“Dulu pelanggan hanya dari desa sekitar, sekarang banyak yang pesan dari luar kota karena lihat produk kami di Instagram, Shopee, dan Facebook.”

Peneliti:

Bagaimana awal mula usaha ini dijalankan?

Informan 1:

Awalnya usaha ini dimulai dari skala kecil dengan menjual beberapa butir telur kepada teman terdekat, kemudian berkembang hingga memiliki beberapa karyawan.

Peneliti:

Bagaimana sistem kerja setelah adanya digitalisasi?

Informan 1:

“Sekarang kami mengatur pembagian tugas, ada yang membalas pesan pelanggan, ada yang mengemas produk, dan ada yang mengantarkan ekspedisi.”

---

#### **2. Informasi 2**

Kategori : Pengelola Digital Marketing  
Tanggal : Maret 2025  
Tempat : UMKM Telur Asin MK  
Topik : Sumber Daya dan Kendala Digitalisasi

Peneliti:  
Bagaimana kondisi awal penerapan digital marketing?

Informan 2:  
Awalnya pemilik usaha belum terbiasa menggunakan teknologi, sehingga perlu pendampingan dalam pembuatan akun marketplace dan pengelolaan konten digital.

Peneliti:  
Apa saja kendala yang menghadang dalam proses digitalisasi?

Informan 2:  
“Kebanyakan UMKM masih kurang memahami teknologi, selain itu kendala jaringan internet dan operasionalisasi pesanan juga menjadi tantangan dalam pengelolaan digital.”

Peneliti:  
Apa harapan ke depan terkait digitalisasi UMKM?

Informan 2:  
“Diharapkan adanya pelatihan digital dari pemerintah serta dukungan fasilitas untuk membantu promosi dan pengembangan usaha.”

---

### **3. Informasi 3**

Kategori : Konsumen  
Tanggal : April 2025  
Tempat : Sidoarjo  
Topik : Persepsi Konsumen terhadap Digitalisasi

Peneliti:  
Bagaimana Anda mengetahui produk telur asin MK?

Informan 3:  
Saya mengetahui produk tersebut dari Facebook, kemudian mencari informasi lebih lanjut melalui Google dan menemukan bahwa produk dapat dipesan secara online.

Peneliti:

Apa yang membuat Anda tertarik membeli produk tersebut?

Informan 3:

“Saya tertarik karena tampilan foto produk yang menarik dan kemasan yang terlihat lebih profesional.”

Peneliti:

Bagaimana pengalaman membeli secara online?

Informan 3:

Pembelian menjadi lebih mudah karena dapat dilakukan melalui marketplace seperti Shopee atau layanan pengiriman online, meskipun terkadang terkendala jaringan.

---

#### **4. Informasi 4**

Nama Jabatan : Pemilik UMKM Telur Asin MK

Tanggal : Maret 2025

Tempat : UMKM Telur Asin MK

Topik : Disposisi (Sikap dan Komitmen)

Peneliti:

Bagaimana komitmen dalam menjalankan usaha dan digitalisasi?

Informan 4:

“Awal memulai usaha cukup sulit karena harus meninggalkan pekerjaan sebelumnya. Usaha dimulai dari kecil hingga berkembang bersama keluarga dan karyawan.”

Peneliti:

Bagaimana sikap terhadap penggunaan teknologi digital?

Informan 4:

Pemilik usaha menunjukkan sikap terbuka dan bersedia belajar menggunakan teknologi meskipun pada awalnya mengalami kesulitan.

---

#### **5. Informasi 5**

Kategori : Pengelola Digital Marketing

Tanggal : Maret 2025

Tempat : UMKM Telur Asin MK

Topik : Struktur Birokrasi dan Dukungan Pemerintah

Peneliti:

Bagaimana peran pemerintah dalam mendukung digitalisasi UMKM?

Informan 5:

Pemerintah telah memberikan pelatihan dan dukungan, namun masih diperlukan pendampingan lanjutan agar implementasi digitalisasi dapat berjalan lebih optimal.

Peneliti:

Bagaimana sistem kerja setelah digitalisasi diterapkan?

Informan 5:

“Pembagian tugas sudah lebih jelas, terutama dalam pengelolaan pesanan online, pelayanan pelanggan, dan distribusi produk.”