

Pengaruh Digitalisasi dan Daya Saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pada Peningkatan Pendapatan Kerajinan Cangkang Kerang di Wilayah Pesisir Surabaya

Eksel Perdian Anggara¹, Muhammad Yasin²

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ekselperdiana@gmail.com, yasin@untag-sby.ac.id

Article Info

Article history:

Received June 1, 2026

Revised June 10, 2026

Accepted June 20, 2026

Keywords:

Digitalization;

Competitiveness; SME; Shell

Craft; Income; Coastal Area

ABSTRACT

This study applies a quantitative approach with a survey method as a data collection technique. Research data were obtained by distributing questionnaires to respondents who were the subjects of the study, namely small and medium enterprises (SMEs) engaged in shell craft in the coastal areas of Surabaya. The influence of digitalization and competitiveness on increasing income was measured through the use of social media, e-commerce platforms, and the use of information technology in business activities. Meanwhile, the competitiveness variable was measured based on product quality, innovation, price, and marketing capabilities. Digitalization has a positive effect on increasing income for SMEs engaged in shell craft. The use of digital media has been proven to expand the market and increase sales volume. In addition, competitiveness also affects income, where innovation is the main factor that drives increased sales value. Simultaneously, digitalization and competitiveness contribute significantly to increasing income for SMEs. Support for related institutions and business actors in digital literacy, product innovation, and sustainable marketing strategies is needed to strengthen competitiveness and improve the welfare of coastal communities.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Article Info

Article history:

Received June 1, 2026

Revised June 10, 2026

Accepted June 20, 2026

Keywords:

Digitalisasi; Daya

Saing; IKM; Kerajinan

Cangkang Kerang;

Pendapatan; Wilayah

Pesisir

ABSTRAK

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi subjek penelitian yaitu pelaku IKM kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya. Pengaruh digitalisasi dan daya saing terhadap peningkatan pendapatan diukur melalui penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha. Sementara itu, variabel daya saing diukur berdasarkan kualitas produk, inovasi, harga, dan kemampuan pemasaran. Digitalisasi berpengaruh positif bagi peningkatan pendapatan IKM kerajinan cangkang kerang. Pemanfaatan media digital terbukti mampu memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan. Selain itu, daya saing juga mempengaruhi pendapatan, di mana inovasi menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan nilai jual. Secara simultan, digitalisasi dan daya saing memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku IKM. Dukungan bagi lembaga terkait serta pelaku usaha dalam literasi digital, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir.

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Corresponding Author:

Eksel Perdian Anggara
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: ekselperdiana@gmail.com

Pendahuluan

Ekonomi dan industri terus mengalami transformasi yang signifikan. Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah munculnya digitalisasi yang berperan sebagai faktor penting dalam transformasi aktivitas bisnis, baik pada perusahaan besar maupun Industri Kecil dan Menengah (IKM). Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha dapat menggunakan berbagai platform seperti media sosial, marketplace, serta aplikasi pendukung bisnis untuk memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat posisi usaha dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi strategi yang semakin penting dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis di era ekonomi digital.

Di Indonesia, IKM memiliki peranan yang sangat strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan IKM tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pemerataan pembangunan ekonomi di berbagai wilayah. Berbagai data pemerintah menunjukkan bahwa sektor IKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dengan demikian, peningkatan kapasitas dan daya saing IKM menjadi salah satu langkah penting dalam pembangunan ekonomi.

Salah satu IKM yang terus berkembang di kawasan pesisir Surabaya adalah usaha kerajinan berbahan dasar cangkang kerang. Usaha ini memanfaatkan hasil sampingan maupun limbah laut berupa cangkang kerang yang kemudian diolah menjadi berbagai produk kreatif dan bernilai ekonomis, seperti aksesoris, souvenir, hiasan rumah, bingkai foto, lampu dekoratif, dan berbagai produk kerajinan lainnya. Selain memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat pesisir, usaha kerajinan cangkang kerang juga berkontribusi dalam mendukung pengelolaan limbah yang lebih ramah lingkungan. Namun demikian, IKM kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya masih menghadapi sejumlah kendala, di antaranya keterbatasan akses pasar dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam upaya promosi produk.

Pemanfaatan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada dapat membantu meningkatkan volume penjualan sekaligus memperluas jaringan distribusi produk. Selain faktor digitalisasi, daya saing juga sangat menentukan keberhasilan IKM. Dalam konteks usaha kerajinan cangkang kerang, daya saing dapat dilihat dari kualitas produk, kreativitas desain, inovasi, strategi harga, serta kemampuan pemasaran. Digitalisasi dan daya saing memiliki hubungan yang saling mendukung: pemanfaatan teknologi digital tidak hanya membantu memperluas akses pasar, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing melalui penguatan citra merek dan peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digitalisasi dan daya saing terhadap peningkatan pendapatan IKM kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya (Nuroini & Istanti, 2025).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan, menginterpretasikan, dan menganalisis berbagai kondisi, perilaku, pengalaman, serta interaksi sosial yang terjadi secara alami berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Penelitian dilakukan pada sentra usaha kerajinan cangkang kerang yang berlokasi di kawasan pesisir Surabaya. Penentuan lokasi penelitian menggunakan teknik *purposive*, yaitu pemilihan lokasi secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, yakni keberadaan pelaku IKM yang aktif menjalankan usaha kerajinan berbahan baku cangkang kerang serta telah menerapkan teknologi digital dalam kegiatan usaha mereka. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pelaku IKM kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya. Variabel digitalisasi diukur melalui penggunaan media sosial, *platform e-commerce*, serta pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha. Variabel daya saing diukur berdasarkan kualitas produk, inovasi, harga, dan kemampuan pemasaran. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi digitalisasi, daya saing, dan pendapatan pelaku IKM secara komprehensif.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Digitalisasi terhadap Peningkatan Pendapatan IKM

Berdasarkan hasil penelitian, digitalisasi memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan pendapatan pelaku IKM kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya. Sebelum menerapkan teknologi digital, sebagian besar pelaku usaha memasarkan produknya melalui penjualan langsung, pameran, maupun toko souvenir. Namun, setelah memanfaatkan platform digital, produk kerajinan cangkang kerang dapat dikenal dan dipasarkan kepada konsumen dari berbagai wilayah. Hal tersebut membuka peluang pasar yang lebih luas serta meningkatkan potensi penjualan produk. Digitalisasi juga mendukung efektivitas kegiatan promosi melalui tampilan foto maupun video yang menarik perhatian calon konsumen, serta mempermudah proses komunikasi, pemesanan, dan transaksi pembayaran (Nambisan, 2017; OECD, 2021; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Pengaruh Daya Saing terhadap Peningkatan Pendapatan IKM

Daya saing merupakan salah satu aspek yang menentukan kemampuan suatu usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Pelaku IKM yang mampu menghasilkan produk berkualitas, memiliki karakteristik yang unik, serta terus melakukan inovasi cenderung memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Produk kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi, menggunakan bahan berkualitas, dan diproduksi dengan tingkat kerapian yang baik akan lebih mudah menarik minat konsumen. Inovasi produk juga berperan dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan produk dari para pesaing. Tidak hanya kualitas dan inovasi, pelayanan yang memuaskan juga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha, sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen (Porter, 1990; Tambunan, 2019; Barney, 1991).

Pengaruh Digitalisasi dan Daya Saing terhadap Peningkatan Pendapatan IKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi dan daya saing secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan IKM kerajinan cangkang kerang. Digitalisasi berfungsi sebagai sarana untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran, sedangkan daya saing berperan dalam memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas dan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pelaku usaha yang mampu mengombinasikan pemanfaatan teknologi digital dengan peningkatan kualitas serta inovasi produk memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku IKM yang aktif memanfaatkan media digital dan secara konsisten melakukan inovasi produk mengalami perkembangan usaha yang lebih baik dibandingkan dengan yang belum mengoptimalkan kedua aspek tersebut (OECD, 2021; Porter, 1990; Nambisan, 2017).

Tabel 1. Data IKM Terhadap Peningkatan Keuntungan 10 Tahun

Tahun	Digitalisasi	Index Daya Saing	Pendapatan Harga Rata-rata (Rp/Unit)
2015	20	25	70.000
2016	25	30	75.000
2017	30	35	80.000
2018	35	40	85.000
2019	40	45	90.000
2020	50	50	95.000
2021	60	55	100.000
2022	70	65	110.000
2023	80	75	120.000
2024	90	85	130.000

Berdasarkan tabel di atas, terlihat adanya tren peningkatan yang konsisten pada variabel digitalisasi, indeks daya saing, dan harga rata-rata produk kerajinan cangkang kerang selama periode 2015 hingga 2024. Pada tahun 2015, tingkat digitalisasi masih berada pada angka 20 dengan indeks daya saing sebesar 25, dan harga rata-rata produk sebesar Rp70.000 per unit. Seiring berjalannya waktu, pada periode 2016 hingga 2019 terjadi peningkatan bertahap pada semua variabel, mengindikasikan mulai adanya adaptasi teknologi dan peningkatan kualitas produk. Memasuki tahun 2020 hingga 2024, peningkatan menjadi lebih signifikan: digitalisasi meningkat pesat dari 50 hingga 90, sementara indeks daya saing naik dari 50 menjadi 85, dan harga rata-rata produk naik dari Rp95.000 menjadi Rp130.000 per unit. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku IKM telah mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dan strategi branding yang lebih efektif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan kerajinan cangkang kerang di wilayah pesisir Surabaya melalui perluasan jangkauan pemasaran, peningkatan efektivitas promosi, dan kemudahan transaksi. Selain itu, daya saing yang tercermin dari kualitas produk, inovasi desain, dan pelayanan yang memuaskan juga menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan usaha. Secara simultan, digitalisasi dan daya saing saling mendukung dalam meningkatkan pendapatan IKM: digitalisasi memperluas akses pasar, sedangkan daya saing memastikan produk yang ditawarkan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

Oleh karena itu, penerapan digitalisasi yang diimbangi dengan peningkatan daya saing secara berkelanjutan dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan pendapatan dan menjaga keberlangsungan usaha kerajinan cangkang kerang, sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat di wilayah pesisir Surabaya.

Daftar Pustaka

- Curidno, E., & Efendi, S. (n.d.). Faktor-Faktor Daya Saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) Pertenunan: Suatu Kasus Pada IKM Pertenunan di Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung.
- Lina Sudarwati, & Nasution, N. F. (2024). Upaya Pemerintah dan Teknologi Pertanian dalam Meningkatkan Pembangunan dan Kesejahteraan Petani di Indonesia. *Jurnal Kajian Agraria Dan Kedaulatan Pangan (JKAKP)*, 3(1), 1-8. <https://doi.org/10.32734/jkakp.v3i1.15847>
- Mukaromah, H., & Rahmawati, L. (2023). Implementasi blue economy di wilayah pesisir Kenjeran Surabaya. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 7(2), 101-114.
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029-1055.
- Nuroini, I., & Istanti, E. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan UMKM Berbasis Lingkungan di Kelurahan Bulak Banteng, Surabaya. *Semeru: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 222-230. <https://doi.org/10.55499/semeru.v2i1.1552>
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Ramadhain, S., Puspitasari, R., & Wiwik Widyo, W. (n.d.). Penggunaan Smart Phone Sebagai Salah Satu Media Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Kerajinan Kerang Pantai Kenjeran Surabaya.
- Santosa, O. (n.d.). Strategi Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah. Diakses dari <https://jurnalsentral.com/index.php/jdss>
- Tambunan, T. T. H. (2019). *MSMEs in Developing Countries: Some Important Issues*. In *MSME Development and Promotion in Developing Countries*. Nova Science Publishers.