

## OPTIMALISASI DATA SENSUS EKONOMI SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN BISNIS DIGITAL UMKM DI DESA GEDANGAN

**Al Akbar Himawan, Bayu Hari Prasoj**  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia  
*Email : bayuhari1@umsida.ac.id*

### **Abstrak**

Kegiatan magang di Badan Pusat Statistika Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan sebagai bagian dari persiapan Sensus Ekonomi, dengan tujuan memetakan kondisi usaha di Desa Gedangan serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam pengembangan bisnis digital. Metode pelaksanaan mencakup tiga tahapan utama, yaitu profiling usaha melalui penelusuran daring, tagging usaha langsung menggunakan aplikasi Kenedes Mobile untuk mencatat identitas dan titik koordinat usaha, serta wawancara singkat guna memperoleh informasi mengenai tingkat pendapatan, hambatan dan lama berdiri usaha. Dari hasil kegiatan tersebut tercatat 300 usaha berhasil dipetakan, dengan Sebagian besar bergerak di bidang perdagangan dan jasa. Temuan lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha masih menghadapi kendala berupa rendahnya tingkat literasi digital serta belum meratanya infrastruktur teknologi pendukung. Informasi ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha sekaligus dasar penting bagi strategi digitalisasi di tingkat lokal. Kesimpulannya, kegiatan ini menegaskan bahwa integrasi profiling, tagging, dan wawancara mampu menghadirkan data yang lebih akurat sekaligus melibatkan masyarakat secara aktif, sehingga hasilnya relevan untuk mendukung pengembangan bisnis digital UMKM di desa Gedangan

**Keyword :** Magang, Badan Pusat Statistik, Sensus Ekonomi, UMKM, Profiling, Tagging, Digitalisasi Usaha

### **Abstract**

*The internship at the Central Bureau of Statistics (BPS) of Sidoarjo Regency was conducted as part of the Economic Census preparations, aimed at mapping the business landscape in Gedangan Village and identifying the challenges faced by business owners in developing digital businesses. The implementation method consisted of three main stages: business profiling through online searches, direct business tagging using the Kenedes Mobile application to record business identities and coordinates, and brief interviews to obtain information regarding income levels, obstacles, and business longevity. The results of the activity recorded 300 successfully mapped businesses, the majority of which operate in the trade and services sectors. Field findings indicate that most business owners still face constraints such as low digital literacy and uneven supporting technological infrastructure. This information provides a comprehensive overview of business conditions while serving as a crucial foundation for digitalization strategies at the local level. In conclusion, this activity confirms that the integration of profiling, tagging, and interviews is capable of producing more accurate data while actively involving the community, making the results relevant for supporting the development of digital MSME businesses in Gedangan Village*

**Keywords:** Internship, BPS-Statistics, Economic Census, MSMEs, Profiling, Tagging, Business Digitalization

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah perkembangan era digital, kemampuan beradaptasi teknologi menjadi aspek krusial agar UMKM dapat terus bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Meskipun demikian, masih banyak pelaku UMKM di Indonesia, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Gedangan, yang menghadapi berbagai keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi dan optimalisasi data yang tersedia untuk mendukung Kegiatan bisnis mereka (Sari et al., 2024).

Penelitian terbaru menegaskan bahwa literasi digital yang rendah dan lemahnya ekosistem membuat ekosistem pendukung membuat banyak UMKM tetap bergantung pada pola lama pemasaran konvensional (Hasan et al., 2023). Hambatan utama transformasi digital juga terletak pada keterbatasan sumber daya manusia dan kemampuan dalam mengelola konten digital (Fadillah Lotte et al., 2025). Padahal, pemanfaatan e-commerce terbukti mampu memperluas jangkauan pasar, meski masih terkendala keterbatasan usaha (Muhardono et al., 2023)

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan data sensus ekonomi sebagai dasar pengembangan bisnis digital UMKM di Desa Gedangan. Dengan pendekatan Kualitatif, studi ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai hambatan yang dihadapi UMKM sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha maupun pembuat kebijakan (Korespondensi et al., 2025).

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan magang di Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidoarjo dilaksanakan melalui kegiatan praktik lapangan menggunakan metode observasi partisipatif. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa terlibat langsung dalam aktivitas personal instansi, terutama pada tahap persiapan Sensus Ekonomi 2026. Melalui pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta, tetapi juga sebagai mitra yang turut berkontribusi dalam pengumpulan dan pengolahan data lapangan. Kegiatan magang difokuskan pada pelaksanaan profiling dan tagging usaha, termasuk penandaan lokasi menggunakan aplikasi Kendedes Mobile guna menjamin ketepatan dan keabsahan data yang diperoleh.

Pelaksanaan magang dimulai pada tanggal 21 Mei- 22 Agustus yang diawali dengan tahap orientasi dan pembekalan untuk memahami konsep dasar teknis pelaksanaan pelaksanaan Sensus Ekonomi. Selanjutnya, mahasiswa mengikuti kegiatan lapangan Bersama petugas BPS dalam melakukan profiling usaha, kemudian melanjutkan pada tahap tagging dengan bantuan aplikasi Kendedes Mobile. Seluruh kegiatan, dilaksanakan di bawah arahan pimpinan BPS melalui proses pendampingan, monitoring, serta evaluasi berkala. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk menilai sejauh mana kegiatan profiling dan tagging dapat mendukung kebutuhan pemetaan usaha dalam Sensus Ekonomi 2026. Dengan metode ini, kekuatan magang memberikan pengalaman praktis sekaligus wawasan nuansa bagi mahasiswa mengenai proses statistik lapangan dan peran strategisnya dalam pembangunan nasional.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program magang yang dilaksanakan di Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidoarjo selama tiga bulan berfokus pada kegiatan profiling, tagging usaha, serta analisis data hasil wawancara sebagai bagian dari persiapan Sensus Ekonomi 2026. Kegiatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendorong optimalisasi pemanfaatan data sensus ekonomi sebagai landasan dalam pengembangan bisnis digital UMKM di Desa Gedangan.

### Profiling Usaha: Validasi Melalui Penelusuran Daring

Tahap awal pelaksanaan kegiatan dimulai dari Profiling Usaha, yaitu proses untuk mengidentifikasi sekaligus memverifikasi keberadaan unit usaha melalui penelusuran secara daring. Dalam tahap ini, mahasiswa memanfaatkan Google Maps dan berbagai mesin pencari untuk memastikan apakah usaha yang terdaftar masih beroperasi atau sudah tidak aktif lagi. Dari sekitar 100 data awal UMKM yang diperoleh, Sebagian besar masih dapat ditemukan secara daring, khususnya usaha yang berbentuk toko dan warung. Sementara itu, beberapa unit usaha skala kecil belum memiliki jejak digital, sehingga memerlukan pengecekan langsung dilapangan untuk memastikan keberadaannya. Melalui metode ini, proses profiling daring terbukti mampu menghemat waktu dan meningkatkan akurasi pendataan, terutama dalam memetakan kondisi usaha secara lebih efisien sebelum tahap verifikasi lapangan dilakukan.

### Tagging Usaha: Bukti Lapangan melalui Aplikasi Kendedes Mobile

Setelah proses profiling, tahap selanjutnya adalah tagging usaha di lapangan dengan aplikasi Kendedes Mobile BPS. Tagging dilakukan untuk mencatat koordinat geografis, status usaha, dan detail identitas yang relevan.

Beberapa contoh hasil tagging antara lain:

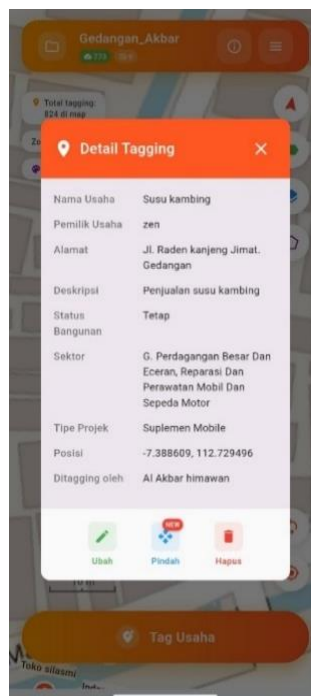
Hasil tagging lapangan menunjukkan bahwa di Desa Gedangan terdapat tiga jenis usaha yang paling dominan yakni, sektor ritel yang mencakup 50 toko, sektor kesehatan yang terdiri atas gabungan praktik dokter dan apotek, serta sektor hasil peternakan sebanyak 10 unit usaha. Salah satu usaha yang teridentifikasi dalam kekuatan ini adalah Toko sembako Bunda yang berlokasi di kawasan Demeling, Gedangan. Usaha ini bergerak di bidang penjualan sembako dengan status bangunan tetap dan termasuk ke dalam sektor perdagangan besar dan eceran. Data koordinat yang tercatat aplikasi menegaskan posisi geografis toko ini di titik  $-7.388318, 112.729451$ , sehingga validitas keberadaannya dapat dipastikan.

Namun, berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha menyatakan mereka belum menerapkan sistem digitalisasi karena penghasilan yang diperoleh masih tergolong pas-pasan, sementara harga bahan baku semakin meningkat. Selain itu, biaya administrasi dan pajak untuk transaksi digital dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh setiap bulan. Hal ini memperlihatkan bahwa keterbatasan ekonomi dan beban biaya tambahan masih menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha kecil untuk beralih ke platform digital.



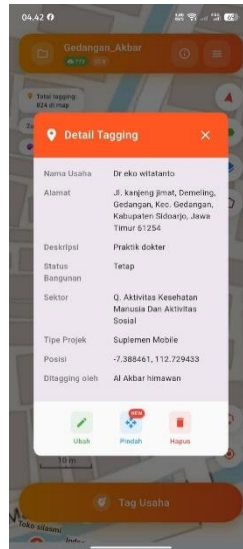
Gambar. 1 Toko Sembako Bunda

Selain itu terdapat juga usaha penjualan susu kambing milik warga yang beralamat di JL. Raden Kanjeng Jimat. Sama halnya dengan toko sembako, usaha ini juga berdiri di bangunan permanen dan tercatat dengan koordinat -7.388609, 112.729496. Usaha susu kambing ini memiliki pasar yang lebih spesifik, meski masih terbatas pada konsumen lokal. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik usaha belum memanfaatkan media promosi digital, termasuk belum mendaftarkan usahanya di Google Maps atau menggunakan jasa influencer untuk promosi. Alasan utamanya sama seperti pada usaha sembako, yaitu tingginya biaya administrasi dan pajak yang dikenakan pada aktivitas digital, sementara keuntungan yang diperoleh masih relatif kecil. Dengan kondisi demikian, pemilik usaha lebih memilih mempertahankan strategi pemasaran konvensional melalui pelanggan tetap di sekitar wilayahnya. Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa keterbatasan akses pasar digital dan ketidakseimbangan antara biaya serta hasil menjadi faktor utama lambatnya adopsi teknologi pada UMKM



Gambar. 2 Susu Kambing Zen

Berbeda dengan dua usaha sebelumnya, hasil tagging juga mencatat keberadaan praktik dokter milik Dr. Eko Witatanto di Desa Gedangan. Usaha ini bergerak di sektor layanan kesehatan dan aktivitas sosial dengan status bangunan tetap. Lokasi praktik dokter tersebut teridentifikasi melalui koordinat -7.388461, 112.729433. Keberadaan layanan kesehatan ini menambah variasi sektor usaha di Gedangan, sekaligus menunjukkan bahwa tagging tidak hanya dilakukan pada usaha perdagangan, tetapi juga pada jasa layanan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan masyarakat.



Gambar. 3 Praktik Dr.Eko

Meski demikian, praktik dokter ini juga belum sepenuhnya memanfaatkan sistem digital, baik untuk promosi maupun manajemen pasien. Berdasarkan hasil wawancara, alasan utamanya adalah tidak tersedianya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknis dalam mengelola sistem berbasis digital, seperti pembuatan situs web atau spreadsheet untuk mengatur jadwal pasien. Akibatnya, sering terjadi penumpukan masyarakat di depan tempat praktik setiap pagi, yang bahkan menimbulkan kemacetan di sekitar lokasi. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan digitalisasi pada sektor jasa profesional tidak hanya terletak pada aspek biaya, tetapi juga pada keterbatasan keterampilan dan manajemen teknologi.

Secara umum, hasil Kegiatan profiling dan tagging memperlihatkan bahwa UMKM di Desa Gedangan memiliki tingkat keberagaman sektor usaha yang cukup luas, namun masih menghadapi sejumlah hambatan dalam transformasi digital. Beberapa kendala utama yang ditemukan meliputi rendahnya literasi digital, terbatasnya penggunaan media social untuk Kegiatan promosi, serta kurangnya dukungan kebijakan yang dapat mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan platform digital sebagai sarana pengembangan bisnis (Kelurahan et al., 2017). Selain itu, aspek demografis seperti jenjang Pendidikan dan lama pengalaman berwirausaha juga turut mempengaruhi kesiapan pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan bisnis (Riswandi et al., 2023).

Berdasarkan temuan tersebut kegiatan magang ini menunjukkan bahwa pemanfaatan data sensus ekonomi melalui aktivitas profiling dan tagging usaha dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi riil usaha unit di lapangan. Informasi tersebut menjadi pijakan penting dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis digital bagi UMKM, karena tidak hanya memperkuat daya saing ekonomi local, tapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi desa yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Islamiati et al., 2025)

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan magang yang dilaksanakan di badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sidoarjo selama tiga bulan memberikan pengalaman langsung dalam proses pendataan dan pemetaan unit usaha melalui tahapan profiling, tagging, serta analisis hasil wawancara sebagai bagian dari persiapan Sensus Ekonomi 2026. Berdasarkan hasil Kegiatan, sebagian besar UMKM di Desa Gedangan diketahui masih aktif beroperasi, meskipun belum seluruhnya memiliki jejak digital yang

terdokumentasi dengan baik, proses profiling melalui penelusuran daring terbukti efektif mempercepat validasi awal data, sedangkan Kegiatan tagging lapangan memberikan bukti special yang akurat terhadap keberadaan usaha di lokasi sebenarnya (Digital et al., 2024).

Selain itu, hasil wawancara dengan pelaku usaha memperlihatkan bahwa mayoritas UMKM masih menghadapi hambatan dalam proses digitalisasi, baik dari sisi keterbatasan literasi digital, minimnya strategi promosi online, maupun belum tersedianya sistem layanan berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa literasi digital yang rendah membuat UMKM masih mengandalkan pola konvensional (Hasan et al., 2023), serta keterbatasan sumber daya manusia menjadi faktor utama penghambat transformasi digital.

Dengan demikian, hasil integrasi antara profiling, tagging, dan wawancara menunjukkan bahwa optimalisasi data sensus ekonomi dapat berperan sebagai dasar yang kuat sebagai dasar pengembangan bisnis digital yang kuat di Desa Gedangan. Informasi mikro yang dikumpulkan tidak hanya berfungsi untuk memetakan keberadaan unit usaha, tetapi juga membantu mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan data sensus ekonomi memiliki potensi untuk memperkuat strategi bisnis digital ditingkat lokal sekaligus mendukung terwujudnya transformasi ekonomi desa yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Zairina & Wafa., 2023).

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah Lotte, J. F., Oktavia, R., Septiyanti, R., & Mirza, A. D. (2025). Optimalisasi transformasi digital pada strategi pemasaran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bandarlampung. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 61–70.
- Hasan, H., Haliah, & Fahdal, M. A. (2023). Digitalisasi UMKM dalam rangka membangun ekosistem digital pada masyarakat UMKM Sulawesi. *Panrita Abdi: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(4), 646–654.
- Muhardono, A., Mahmudah, D. A., Tsamara, T., & Baqo, M. (2023). Penerapan digitalisasi UMKM melalui e-commerce dan portal informasi sebagai strategi pemasaran produk. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 192–204.
- Riswandi, R., Permadi, I., & Hamidi, D. Z. (2023). Kesiapan teknologi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dalam adopsi e-commerce: Karakteristik demografi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1–10.
- Zairina, I. N., & Wafa, Z. (2023). Penguatan legalitas usaha dan digitalisasi pada UMKM di Kecamatan Sedayu. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 4121–4128.
- Septiani, A. D., Wahyuni, R. E., Nurhafitsyah, M., Kurniawati, P., & Sapriani, E. (2024). Peran dan tantangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam era digital di Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(10), 1107–1118.
- Islamiati, I., Aini, S. Q., Anisah, A., & Asman, N. (2025). Peran digitalisasi dalam pemberdayaan ekonomi UMKM melalui aplikasi kasir pintar. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(2), 545–558.

- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1), 1–17.
- Sari, E. K., & Ahmadi, M. A. (2024). *Kapasitas UMKM: Peran teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM Desa Jarum*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 2(4), 223–231
- Rasenda, R., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). *Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan*. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52–59.