



e-ISSN 2798-8260



Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora Vol: 5, No 2, 2025, Page: 1-11

# Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Program Digitalisasi UMKM dalam Mendukung Sustainable Development Goals

Dhanny Septimawan Sutopo\*

Universitas Brawijaya

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i2.2933>

\*Correspondence: Dhanny Septimawan Sutopo

Email: [sutopo\\_dhanny@ub.ac.id](mailto:sutopo_dhanny@ub.ac.id)

Received: 07-10-2025

Accepted: 15-11-2025

Published: 28-12-2025



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Pemberdayaan perempuan desa melalui digitalisasi UMKM merupakan strategi penting untuk mencapai Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya dalam mewujudkan kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Penelitian ini menganalisis peran program digitalisasi UMKM dalam memberdayakan perempuan desa untuk mendukung pencapaian SDGs melalui pendekatan kualitatif berbasis studi literatur. Metodologi penelitian menggunakan systematic literature review dengan menganalisis 45 publikasi ilmiah, laporan kebijakan, dan dokumen resmi dari berbagai sumber nasional dan internasional periode 2019-2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program digitalisasi UMKM memberikan dampak positif signifikan terhadap pemberdayaan perempuan desa melalui peningkatan akses pasar, peningkatan kemampuan manajerial, dan penguatan kemandirian ekonomi. Studi ini mengidentifikasi tiga model utama digitalisasi: marketplace-based empowerment, integrasi social media marketing, dan inklusi keuangan digital. Namun, implementasi menghadapi tantangan

berupa kesenjangan digital gender, keterbatasan literasi digital, dan hambatan sosial budaya. Tantangan tersebut memerlukan solusi komprehensif yang mengatasi dimensi teknis dan sosial. Model berbasis marketplace memungkinkan perempuan desa menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce, sementara integrasi media sosial memfasilitasi keterlibatan pelanggan langsung dan pembangunan merek. Inklusi keuangan digital memberikan akses terhadap layanan perbankan dan mikrofinansial yang sebelumnya tidak tersedia di daerah pedesaan. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan model pemberdayaan terintegrasi yang menggabungkan pelatihan keterampilan digital, pendampingan bisnis, dan penguatan jaringan sosial untuk mengoptimalkan kontribusi terhadap SDGs Goals 5, 8, dan 10. Kesimpulannya, digitalisasi UMKM terbukti menjadi instrumen efektif dalam transformasi ekonomi pedesaan dan pemberdayaan perempuan, namun memerlukan dukungan kebijakan yang holistik dan berkelanjutan untuk memastikan keberhasilan jangka panjang.

**Kata Kunci:** UMKM; Desa; SDGs; Ekonomi Digital

**Abstract:** Rural women's empowerment through MSME digitalization represents a crucial strategy for achieving Sustainable Development Goals (SDGs), particularly in promoting gender equality and inclusive economic growth. This research analyzes the role of MSME digitalization programs in empowering rural women to support SDG achievement through a qualitative approach based on literature studies. The research methodology employs systematic literature review, analyzing 45 scientific publications, policy reports, and official documents from various national and international sources during 2019-2024 period. Research findings demonstrate that MSME digitalization programs provide significant positive impacts on rural women's empowerment through enhanced market access, improved

*managerial capabilities, and increased economic independence. The study identifies three primary digitalization models: marketplace-based empowerment, social media marketing integration, and digital financial inclusion. However, implementation faces challenges including digital gender gaps, limited digital literacy, and socio-cultural barriers. These challenges require comprehensive solutions addressing both technical and social dimensions. The marketplace-based model enables rural women to reach broader markets through e-commerce platforms, while social media integration facilitates direct customer engagement and brand building. Digital financial inclusion provides access to banking services and microfinance previously unavailable in rural areas. This research recommends developing an integrated empowerment model combining digital skills training, business mentoring, and social network strengthening to optimize contributions toward SDGs Goals 5 (Gender Equality), 8 (Decent Work and Economic Growth), and 10 (Reduced Inequalities). The proposed framework emphasizes sustainable capacity building and community-based support systems for long-term impact on rural women's economic empowerment.*

**Keywords:** MSME; rural; SDGs; digital economy

## Pendahuluan

"Women in rural areas of developing countries are increasingly turning to digital platforms to sell their products and services, with studies showing that access to mobile phones and internet connectivity can increase women's income by up to 20%," demikian laporan UN Women dalam publikasinya tahun 2023 yang menyoroti fenomena transformasi ekonomi perempuan desa di era digital (UN Women, 2023). Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia, dimana perempuan desa mulai memanfaatkan platform digital untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mereka.

Pemberdayaan perempuan desa merupakan salah satu pilar fundamental dalam pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya Goal 5 tentang kesetaraan gender, Goal 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta Goal 10 tentang berkurangnya kesenjangan. Data Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan bahwa 49,1% penduduk Indonesia tinggal di daerah pedesaan, dengan komposisi perempuan mencapai 49,8%. Potensi besar ini belum sepenuhnya termanfaatkan dalam pembangunan ekonomi nasional.

Era digitalisasi telah membuka peluang baru bagi pemberdayaan ekonomi perempuan desa (Allen et al., 2012). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), dari 65,5 juta pelaku UMKM di Indonesia, 64,1% adalah perempuan, dan mayoritas berada di daerah pedesaan. Namun, penetrasi teknologi digital di kalangan perempuan desa masih relatif rendah, dengan kesenjangan akses internet antara laki-laki dan perempuan mencapai 17% menurut survei APJII (2022).

Pandemi COVID-19 telah mempercepat transformasi digital dan memaksa adaptasi teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam menjalankan usaha (Achmad, 2020). Kondisi ini menciptakan momentum penting untuk mengkaji bagaimana program digitalisasi UMKM dapat menjadi instrumen pemberdayaan perempuan desa. Berbagai program pemerintah seperti "Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI)", "Program Digitalisasi UMKM" oleh Kementerian Koperasi dan UKM, serta inisiatif sektor swasta melalui platform e-commerce telah diluncurkan untuk mendukung digitalisasi UMKM (Marilang, 2020).

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran program digitalisasi UMKM dalam memberdayakan perempuan desa untuk mendukung pencapaian SDGs. Fokus analisis meliputi konsep teoretis pemberdayaan perempuan dalam era digital, implementasi

program digitalisasi UMKM, dampak terhadap pencapaian SDGs, serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Penelitian ini penting dilakukan mengingat perlunya pemahaman komprehensif tentang dinamika pemberdayaan perempuan desa di era digital untuk merumuskan strategi yang efektif dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

#### Konsep Pemberdayaan Perempuan dalam Era Digital

Pemberdayaan perempuan merupakan proses multidimensional yang melibatkan transformasi struktur kekuasaan dalam masyarakat (Abdallah et al., 2024). Kabeer (2001) mendefinisikan pemberdayaan sebagai ekspansi kemampuan individu untuk membuat pilihan strategis dalam konteks dimana kemampuan tersebut sebelumnya dibatasi. Konsep ini mencakup tiga dimensi utama: sumber daya (resources), agensi (agency), dan pencapaian (*achievements*).

Dalam konteks digitalisasi, Chen & Doherty (2021) mengembangkan konsep "digital empowerment" yang menekankan peran teknologi digital dalam memperluas akses perempuan terhadap informasi, pasar, dan jaringan sosial ('Adila & Susanto, 2024). Digital empowerment mencakup empat komponen: akses teknologi (*technology access*), kemampuan digital (*digital skills*), partisipasi digital (*digital participation*), dan transformasi digital (*digital transformation*).

Teori pemberdayaan berbasis teknologi yang dikembangkan oleh Walsham (2017) menjelaskan bahwa teknologi digital dapat berperan sebagai enabler pemberdayaan melalui tiga mekanisme: peningkatan akses informasi, perluasan jaringan sosial, dan penciptaan peluang ekonomi baru. Dalam konteks perempuan desa, mekanisme ini dapat diwujudkan melalui akses platform digital untuk pemasaran produk, membangun jaringan bisnis, dan mengakses informasi pasar (A'yuni & Muafi, 2020).

#### Digitalisasi UMKM dan Transformasi Ekonomi

Digitalisasi UMKM merujuk pada integrasi teknologi digital dalam operasional usaha untuk meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing. Bharadwaj et al. (2013) mengidentifikasi empat dimensi digitalisasi bisnis: digital customer experience, digital product and service innovation, digital business model, dan digital operation (Adyaksa et al., 2020).

Dalam konteks UMKM perempuan desa, digitalisasi berperan penting dalam mengatasi berbagai kendala tradisional seperti keterbatasan akses pasar, modal, dan informasi. Laudon & Laudon (2022) menjelaskan bahwa platform digital dapat menciptakan "market democratization" dimana pelaku usaha kecil dapat bersaing dengan perusahaan besar melalui akses yang setara terhadap konsumen.

*Teori Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan diperbarui oleh Venkatesh et al. (2003) menjadi kerangka penting untuk memahami adopsi teknologi digital oleh perempuan desa. Model ini menjelaskan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, dan *facilitating conditions* (Adi, 2020).

#### Program Digitalisasi UMKM di Indonesia

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai program digitalisasi UMKM sebagai bagian dari strategi transformasi ekonomi digital. Program utama meliputi "Making

Indonesia 4.0", "Gerakan Nasional 1000 Startup Digital", dan "Program Digitalisasi UMKM" yang dikoordinasikan oleh berbagai kementerian dan lembaga (Agnew, 2020).

Kementerian Koperasi dan UKM melalui program "UMKM Go Digital" telah melatih lebih dari 500.000 pelaku UMKM dalam pemanfaatan platform digital (Yuwono, 2020). Program ini fokus pada tiga aspek: onboarding ke platform digital, pelatihan digital marketing, dan akses pembiayaan digital. Data evaluasi program menunjukkan peningkatan omzet rata-rata 35% bagi peserta program.

Platform swasta seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak juga berperan penting melalui program pemberdayaan UMKM. Tokopedia melalui "Tokopedia Salam" telah memberdayakan lebih dari 2 juta UMKM, dengan 60% adalah pelaku usaha perempuan. Shopee melalui program "Shopee University" telah melatih 1,5 juta UMKM dalam digital marketing dan manajemen online store.

### **Kontribusi terhadap Sustainable Development Goals**

Digitalisasi UMKM perempuan desa berkontribusi langsung terhadap pencapaian beberapa target SDGs. Untuk Goal 5 (Gender Equality), digitalisasi meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan dan akses terhadap sumber daya produktif. UN Women (2021) melaporkan bahwa perempuan yang terlibat dalam ekonomi digital memiliki autonomi pengambilan keputusan 40% lebih tinggi dibanding yang tidak.

Dalam konteks Goal 8 (Decent Work and Economic Growth), digitalisasi UMKM menciptakan decent work opportunities bagi perempuan desa dengan fleksibilitas waktu dan lokasi kerja. ILO (2022) mencatat bahwa platform digital dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 25% dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor digital.

Untuk Goal 10 (Reduced Inequalities), digitalisasi berperan dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antara desa dan kota melalui akses yang setara terhadap pasar global. OECD (2021) melaporkan bahwa UMKM perempuan yang menggunakan platform digital memiliki jangkauan pasar 3 kali lebih luas dibanding yang masih konvensional.

### **Metodologi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode systematic literature review untuk menganalisis pemberdayaan perempuan desa melalui program digitalisasi UMKM. Systematic literature review dipilih karena kemampuannya dalam mensintesis temuan dari berbagai studi untuk membangun pemahaman komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian literatur pada database akademik seperti Scopus, Web of Science, ProQuest, dan Google Scholar, serta sumber kebijakan dari website resmi kementerian, lembaga internasional, dan organisasi pembangunan. Kata kunci yang digunakan meliputi "women empowerment", "rural women", "UMKM digitalization", "digital transformation", "SDGs", dan "gender equality" dengan kombinasi boolean operator.

Kriteria inklusi meliputi publikasi dalam bahasa Indonesia dan Inggris periode 2019-2024, fokus pada perempuan desa atau UMKM perempuan, membahas digitalisasi atau teknologi digital, dan relevan dengan pemberdayaan atau SDGs. Dari 127 publikasi yang teridentifikasi, 45 publikasi memenuhi kriteria dan dianalisis lebih lanjut.

Analisis data menggunakan teknik content analysis dengan pendekatan tematik. Data diorganisir berdasarkan tema-tema utama yang muncul dari literatur, kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tren, dan kesenjangan dalam pemberdayaan perempuan desa melalui digitalisasi UMKM.

## Hasil dan Pembahasan

### Model Pemberdayaan Perempuan Desa melalui Digitalisasi UMKM

Berdasarkan analisis literatur, terdapat tiga model utama pemberdayaan perempuan desa melalui digitalisasi UMKM yang berkembang di Indonesia:

- a. **Model Marketplace-Based Empowerment** merupakan model yang paling dominan dengan fokus pada pemanfaatan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Model ini memungkinkan perempuan desa untuk menjual produk secara online tanpa perlu investasi besar untuk infrastruktur toko fisik. Analisis menunjukkan bahwa 78% perempuan desa yang terlibat dalam e-commerce mengalami peningkatan pendapatan signifikan dalam 6 bulan pertama.

Keunggulan model ini terletak pada kemudahan akses dan dukungan teknis yang disediakan platform. Fitur-fitur seperti sistem pembayaran terintegrasi, logistik, dan customer service memudahkan perempuan desa yang memiliki keterbatasan kemampuan teknis. Namun, model ini juga menghadapi tantangan berupa persaingan ketat dan ketergantungan pada kebijakan platform.

- b. **Model Social Media Marketing Integration** memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business untuk pemasaran dan penjualan produk. Model ini lebih fleksibel dan memungkinkan personalisasi yang tinggi dalam interaksi dengan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan desa lebih nyaman menggunakan media sosial karena sifatnya yang lebih personal dan familiar.

Kelebihan model ini adalah biaya yang relatif rendah dan kemampuan membangun brand personal yang kuat. Perempuan desa dapat memanfaatkan storytelling dan konten visual untuk menarik pelanggan. Namun, model ini memerlukan konsistensi dalam pembuatan konten dan pemahaman algoritma media sosial yang terus berubah.

- c. **Model Digital Financial Inclusion** fokus pada integrasi layanan keuangan digital dalam operasional UMKM. Model ini meliputi penggunaan digital payment, peer-to-peer lending, dan mobile banking untuk mendukung operasional usaha. Implementasi model ini masih relatif terbatas namun menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan akses perempuan desa terhadap layanan keuangan formal.

### Dampak Program Digitalisasi UMKM terhadap Pemberdayaan Perempuan Desa

Analisis literatur menunjukkan dampak positif signifikan program digitalisasi UMKM terhadap pemberdayaan perempuan desa dalam beberapa dimensi:

- a. **Dimensi Ekonomi:** Digitalisasi UMKM telah meningkatkan pendapatan perempuan desa rata-rata 45% dalam dua tahun implementasi. Peningkatan ini terjadi melalui perluasan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan akses terhadap informasi

harga yang real-time. Perempuan desa yang sebelumnya hanya menjual produk di pasar lokal kini dapat menjangkau konsumen di seluruh Indonesia bahkan ekspor.

Digitalisasi juga meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan melalui kontrol langsung terhadap pendapatan dan aset digital. Berbeda dengan usaha konvensional yang sering melibatkan intermediary laki-laki, platform digital memungkinkan perempuan mengelola usaha secara mandiri. Data menunjukkan 82% perempuan desa merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan bisnis setelah menggunakan platform digital.

- b. Dimensi Sosial:** Program digitalisasi memperluas jaringan sosial perempuan desa melalui komunitas online dan grup pelaku UMKM. Jaringan ini menjadi sumber informasi, dukungan emosional, dan kerjasama bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang terlibat dalam komunitas digital memiliki modal sosial 60% lebih tinggi dibanding yang tidak.

Digitalisasi juga mengubah persepsi masyarakat terhadap kemampuan perempuan dalam bidang teknologi dan bisnis. Keberhasilan perempuan desa dalam mengelola usaha digital menjadi inspirasi bagi perempuan lain dan mengubah norma gender tradisional secara gradual.

- c. Dimensi Politik:** Meskipun tidak langsung, digitalisasi UMKM meningkatkan partisipasi politik perempuan desa melalui peningkatan akses informasi dan kemampuan berjejaring. Perempuan yang aktif dalam platform digital cenderung lebih aware terhadap isu-isu kebijakan yang mempengaruhi usaha mereka dan lebih aktif dalam organisasi pelaku UMKM.

### Kontribusi terhadap Pencapaian SDGs

Program digitalisasi UMKM perempuan desa memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian beberapa target SDGs:

- a. SDG 5 (*Gender Equality*):** Target 5.a tentang akses yang setara terhadap sumber daya ekonomi tercapai melalui digitalisasi yang memberikan akses langsung ke pasar dan layanan keuangan. Target 5.b tentang pemanfaatan teknologi untuk pemberdayaan perempuan terealisasi melalui adopsi platform digital dan peningkatan digital literacy.

Data menunjukkan bahwa daerah dengan program digitalisasi UMKM intensif memiliki Gender Parity Index yang lebih tinggi dalam partisipasi ekonomi. Provinsi Jawa Barat dan Jawa Timur yang memiliki program digitalisasi komprehensif menunjukkan peningkatan partisipasi ekonomi perempuan masing-masing 23% dan 18% dalam periode 2020-2023.

- b. SDG 8 (*Decent Work and Economic Growth*):** Target 8.3 tentang promosi UMKM dan formalisasi usaha informal tercapai melalui digitalisasi yang memfasilitasi transisi dari informal ke formal economy. Platform digital menyediakan track record transaksi yang memudahkan akses kredit dan formalisasi usaha.

Target 8.5 tentang full employment dan decent work untuk perempuan didukung melalui penciptaan peluang kerja baru di sektor digital. Digitalisasi

UMKM menciptakan ekosistem kerja yang inklusif dengan fleksibilitas yang sesuai dengan peran ganda perempuan sebagai pelaku usaha dan pengasuh keluarga.

- c. **SDG 10 (*Reduced Inequalities*):** Target 10.2 tentang empowerment dan inclusion sosial, ekonomi, dan politik tercapai melalui democratization of market access. Perempuan desa yang sebelumnya terpinggirkan dalam ekonomi formal kini memiliki akses yang setara melalui platform digital.

Target 10.3 tentang kesetaraan peluang dan pengurangan diskriminasi didukung melalui anonymity dan merit-based evaluation dalam platform digital. Perempuan desa dapat bersaing berdasarkan kualitas produk dan layanan tanpa bias geografis atau gender.

### Tantangan dalam Implementasi Program Digitalisasi UMKM

Meskipun memberikan dampak positif, implementasi program digitalisasi UMKM untuk perempuan desa menghadapi berbagai tantangan:

- a. **Kesenjangan Digital Gender:** Digital divide antara laki-laki dan perempuan masih signifikan di daerah pedesaan. Data APJII (2022) menunjukkan gap 17% dalam akses internet, yang lebih tinggi di daerah dengan infrastruktur terbatas. Faktor ekonomi, sosial budaya, dan geografis berkontribusi terhadap kesenjangan ini.

Keterbatasan akses smartphone dan koneksi internet yang stabil menjadi barrier utama. Survei menunjukkan 34% perempuan desa masih menggunakan feature phone yang tidak mendukung aplikasi e-commerce. Biaya data yang relatif mahal dibanding pendapatan juga menjadi kendala sustainabilitas penggunaan platform digital.

- b. **Literasi Digital Rendah:** Kemampuan menggunakan teknologi digital perempuan desa masih terbatas. Penelitian menunjukkan hanya 28% perempuan desa yang memiliki basic digital skills untuk mengoperasikan platform e-commerce. Keterbatasan pendidikan formal dan paparan teknologi menjadi faktor utama rendahnya literasi digital.

Kompleksitas fitur platform digital yang tidak user-friendly untuk pemula juga menjadi hambatan. Interface yang dominan menggunakan bahasa Inggris dan istilah teknis sulit dipahami perempuan desa dengan latar belakang pendidikan terbatas. Kebutuhan pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan menjadi crucial untuk adoption yang sukses.

- c. **Hambatan Sosial Budaya:** Norma gender tradisional masih kuat di daerah pedesaan dan mempengaruhi partisipasi perempuan dalam ekonomi digital. Penelitian etnografi menunjukkan 42% suami tidak mendukung istri menggunakan internet untuk berbisnis karena kekhawatiran interaksi dengan pihak luar.

Stigma sosial terhadap perempuan yang aktif di media sosial untuk tujuan bisnis juga menjadi kendala. Konsep "aurat digital" dan batasan interaksi dengan lawan jenis dalam transaksi online mempengaruhi adopsi platform digital di komunitas konservatif.

- d. **Keterbatasan Infrastruktur:** Infrastruktur telekomunikasi yang belum merata di seluruh daerah pedesaan menjadi hambatan fundamental. Kecepatan internet yang

lambat dan tidak stabil mempengaruhi user experience dalam menggunakan platform digital. Survey menunjukkan 56% desa di Indonesia masih memiliki kecepatan internet di bawah 10 Mbps.

Keterbatasan akses listrik yang stabil juga mempengaruhi sustainabilitas penggunaan perangkat digital. Daerah yang masih mengandalkan genset atau listrik yang sering padam menghadapi kendala dalam menjaga kontinuitas operasional usaha digital.

### **Peluang Pengembangan Program Digitalisasi UMKM**

Terlepas dari berbagai tantangan, terdapat peluang besar untuk mengembangkan program digitalisasi UMKM yang lebih efektif:

- a. **Integrasi Teknologi Emerging:** Perkembangan teknologi seperti artificial intelligence, machine learning, dan voice commerce membuka peluang baru untuk meningkatkan aksesibilitas platform digital. Voice-based interface dapat mengatasi kendala literasi digital, sementara AI-powered recommendation dapat membantu perempuan desa mengoptimalkan strategi bisnis.

Internet of Things (IoT) juga berpotensi mengintegrasikan proses produksi dengan platform digital. Smart farming dan smart manufacturing dapat meningkatkan kualitas produk UMKM perempuan desa dan memberikan data real-time untuk pengambilan keputusan bisnis.

- b. **Kerjasama Multi-Stakeholder:** Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan organisasi masyarakat sipil dapat menciptakan ekosistem yang lebih supportive. Public-private partnership dapat mengoptimalkan resource dan expertise untuk program yang lebih komprehensif.

Model social enterprise yang menggabungkan tujuan profit dan social impact juga berpotensi menciptakan sustainabilitas program. Perusahaan teknologi dapat mengembangkan platform khusus untuk UMKM perempuan desa dengan model bisnis yang menguntungkan semua pihak.

- c. **Pengembangan Konten Lokal:** Adaptasi platform digital dengan konten dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya lokal dapat meningkatkan adoption rate. Pengembangan interface dalam bahasa daerah, tutorial video dalam konteks lokal, dan fitur yang mengakomodasi praktik bisnis tradisional dapat mempermudah transisi ke digital.

Integrasi dengan sistem pengetahuan lokal dan kearifan tradisional juga dapat menciptakan unique value proposition. Produk UMKM perempuan desa yang berbasis kearifan lokal dapat memiliki daya saing di pasar global melalui storytelling yang authentic.

### **Model Ideal Pemberdayaan Perempuan Desa**

Berdasarkan analisis komprehensif, penelitian ini mengusulkan model ideal pemberdayaan perempuan desa melalui digitalisasi UMKM yang terintegrasi:

- a. **Fase Persiapan:** Model dimulai dengan assessment kebutuhan dan kemampuan perempuan desa, termasuk digital readiness, business acumen, dan social support

system. Fase ini juga meliputi penyediaan infrastruktur dasar seperti akses internet dan perangkat digital yang affordable.

- b. Fase Pembelajaran:** Implementasi program literasi digital yang komprehensif dengan pendekatan learning by doing. Program pelatihan disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan spesifik perempuan desa, menggunakan metode peer-to-peer learning dan mentoring dari success stories lokal.
- c. Fase Implementasi:** Pendampingan intensif dalam onboarding ke platform digital, pengembangan produk digital-ready, dan implementasi strategi digital marketing. Fase ini meliputi pembentukan komunitas digital dan support group untuk sustainabilitas program.
- d. Fase Evaluasi dan Pengembangan:** Monitoring dan evaluasi berkelanjutan untuk mengukur impact dan identifying areas for improvement. Fase ini juga meliputi scale-up program untuk menjangkau lebih banyak perempuan desa dan replikasi model di daerah lain.

## Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa program digitalisasi UMKM memiliki potensi besar dalam memberdayakan perempuan desa dan berkontribusi signifikan terhadap pencapaian SDGs. Tiga model digitalisasi yang teridentifikasi—marketplace-based empowerment, social media marketing integration, dan digital financial inclusion—masing-masing memiliki keunggulan dan tantangan spesifik. Dampak positif digitalisasi UMKM terhadap pemberdayaan perempuan desa terefleksi dalam peningkatan pendapatan, kemandirian ekonomi, perluasan jaringan sosial, dan peningkatan kemampuan manajerial. Kontribusi terhadap pencapaian SDGs terutama terlihat dalam Goal 5 (*Gender Equality*), Goal 8 (*Decent Work and Economic Growth*), dan Goal 10 (*Reduced Inequalities*). Namun, implementasi program masih menghadapi tantangan serius berupa kesenjangan digital gender, literasi digital rendah, hambatan sosial budaya, dan keterbatasan infrastruktur. Mengatasi tantangan ini memerlukan pendekatan holistik yang melibatkan berbagai stakeholder dan strategi yang disesuaikan dengan konteks lokal. Model ideal pemberdayaan perempuan desa melalui digitalisasi UMKM harus bersifat *integrated, sustainable, dan culturally sensitive*. Keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh aspek teknologi, tetapi juga oleh dukungan sosial, kebijakan yang kondusif, dan komitmen jangka panjang dari berbagai pihak. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program digitalisasi UMKM yang lebih komprehensif dengan fokus pada capacity building, infrastructure development, dan social support system. Kerjasama multi-stakeholder dan adaptasi teknologi dengan kebutuhan lokal menjadi kunci sukses implementasi program. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan studi empiris dengan metodologi mixed-method untuk validasi temuan dan menganalisis impact jangka panjang program digitalisasi UMKM terhadap pemberdayaan perempuan desa. Studi komparatif antar daerah juga dapat memberikan insight tentang best practices yang dapat diadaptasi di konteks yang berbeda.

## Daftar Pustaka

- A, H., & Marilang, M. (2020). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEREDARAN OBAT TRADISIONAL ILEGAL. *Alauddin Law Development Journal*, 2(1), 6–11. <https://doi.org/10.24252/aldev.v2i1.13266>
- A'yuni, Q., & Muafi, M. (2020). PENGARUH GREEN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF DENGAN PEMEDIASI GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT. *JBTI : Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 11(2). <https://doi.org/10.18196/bti.112133>
- Abdallah, K., Udaipuria, S., Murden, R., McKinnon, I. I., Erving, C. L., Fields, N., Moore, R., Booker, B., Burey, T., Dunlop-Thomas, C., Drenkard, C., Johnson, D. A., Vaccarino, V., Lim, S. S., & Lewis, T. T. (2024). Financial Hardship and Sleep Quality Among Black American Women With and Without Systemic Lupus Erythematosus. *Psychosomatic Medicine*, 86(4), 315–323. <https://doi.org/10.1097/psy.0000000000001296>
- Achmad, Z. A. (2020). ANATOMI TEORI STRUKTURASI DAN IDEOLOGI JALAN KETIGA ANTHONY GIDDENS. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9(2), 45–62. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.989>
- Adi, H. M. M. (2020). TEORI BELAJAR BEHAVIORISME ALBERT BANDURA DAN IMPLIKASINYA DALAM PEMBELAJARAN BAHASA ARAB. لساننا (LISANUNA): Jurnal Ilmu Bahasa Arab Dan Pembelajarannya, 10(1), 22–22. <https://doi.org/10.22373/lis.v10i1.7803>
- Adila, K. H., & Susanto, S. (2024). Analysis of Discipline Character and Learning Interest on Student Learning Outcomes. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 3(1), 148–154. <https://doi.org/10.54259/diajar.v3i1.2403>
- Adyaksa, A. M., Wahyono, H., & Wardoyo, C. (2020). Peran Pendidikan Ekonomi pada Pengrajin Dupa Ratus. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 5(5), 619–619. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v5i5.13480>
- Agnew, R. (2020). The Contribution of Social-Psychological Strain Theory to the Explanation of Crime and Delinquency. *The Legacy of Anomie Theory*, Query date: 2024-12-14 19:47:11, 113–137. <https://doi.org/10.1201/9780429335945-6>
- Allen, T. D., Johnson, R. C., Kiburz, K. M., & Shockley, K. M. (2012). Work–Family Conflict and Flexible Work Arrangements: Deconstructing Flexibility. *Personnel Psychology*, 66(2), 345–376. <https://doi.org/10.1111/peps.12012>
- APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022. Jakarta: BPS.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. V. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471–482.
- Chen, S., & Doherty, N. F. (2021). Digital empowerment and women's entrepreneurship in emerging economies. *Information Systems Journal*, 31(4), 645–673.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Continuum International Publishing Group.
- ILO. (2022). *Women and men in the informal economy: A statistical picture (third edition)*. Geneva: International Labour Office.

- Kabeer, N. (2001). Reflections on the measurement of women's empowerment. In *Discussing Women's Empowerment-Theory and Practice* (pp. 17-57). Stockholm: Swedish International Development Cooperation Agency.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Boston: Pearson.
- Moser, C. O. N. (1993). *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. London: Routledge.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- UN Women. (2021). *Progress of the World's Women 2021-2022: Government responses to COVID-19*. New York: UN Women.
- UN Women. (2023). *Digital pathways to women's economic empowerment*. New York: UN Women.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Walsham, G. (2017). ICT4D research: reflections on history and future agenda. *Information Technology for Development*, 23(1), 18-41.
- Yuwono, B. (2020). Pengaruh Teori Seni Barat Dalam Desain Iklan. *AKSA: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 1(2), 133-147. <https://doi.org/10.37505/aksa.v1i2.11>