

# MODEL PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI UMKM DAN DIGITALISASI PASAR LOKAL

Dahlia Murni<sup>1\*</sup>, Asmariani<sup>2</sup>

STIKES Husada Gemilang, Universitas Islam Indragiri, Indragiri Hilir, Riau, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received Mei 20, 2025

Revised Mei 27, 2025

Accepted Juni 20, 2025

Available online Juni 30, 2025

### Kata Kunci:

Pemberdayaan Perempuan, UMKM, Digitalisasi, Ekonomi Lokal.

### Keywords:

Women's Empowerment, UMKM, Digitalization, Local Economy.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2022 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model pemberdayaan perempuan melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis digitalisasi pasar lokal. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana perempuan dapat memperoleh kemandirian ekonomi dan penguatan peran sosial melalui partisipasi aktif dalam sektor UMKM yang terhubung dengan ekosistem digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap pelaku UMKM perempuan di wilayah pasar tradisional yang telah mulai mengadopsi teknologi digital seperti e-commerce lokal, media sosial, dan sistem pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi pasar membuka peluang yang lebih luas bagi perempuan untuk mengembangkan usahanya, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan daya saing. Selain itu, ditemukan bahwa model pemberdayaan yang efektif melibatkan pelatihan digital, pendampingan kewirausahaan, dan kolaborasi dengan komunitas lokal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kebijakan berbasis gender dalam pengembangan UMKM digital serta perlunya sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan organisasi masyarakat dalam mendorong inklusi ekonomi perempuan. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap literatur mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan dan transformasi digital di sektor informal'.*

## ABSTRACT

*This study aims to describe a women's empowerment model through digitalized local market-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The primary focus of this study is how women can achieve economic independence and strengthen their social roles through active participation in MSMEs connected to the digital ecosystem. This research employs a qualitative approach with descriptive methods, where data was collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies of women MSME actors in traditional market areas that have begun adopting digital technologies such as local e-commerce platforms, social media, and digital payment systems. The findings reveal that market digitalization creates broader opportunities for women to develop their businesses, expand marketing reach, and enhance competitiveness. Additionally, the study found that effective empowerment models involve digital training, entrepreneurial mentoring, and collaboration with local communities. This research recommends strengthening gender-based policies in digital MSME development and emphasizes the need for synergy between government, private sector, and community organizations to promote women's economic inclusion. These findings contribute to the literature on women's economic empowerment and digital transformation in the informal sector."*

\*Corresponding author

E-mail addresses: [dahlIAMurni2@gmail.com](mailto:dahlIAMurni2@gmail.com), [asmarianimpi@gmail.com](mailto:asmarianimpi@gmail.com)

## INTRODUCTION

Perempuan memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi, baik di tingkat rumah tangga, komunitas, maupun nasional. Dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, pemberdayaan perempuan merupakan salah satu strategi kunci dalam mencapai pembangunan berkelanjutan (UN Women, 2017). Pemberdayaan ini mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan politik, yang memungkinkan perempuan mengambil keputusan dan mengakses sumber daya secara adil.

Salah satu instrumen pemberdayaan perempuan yang efektif adalah melalui partisipasi mereka dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021). Banyak perempuan terlibat aktif sebagai pelaku UMKM, baik dalam bentuk usaha rumah tangga, kuliner, kerajinan tangan, maupun jasa.

Namun demikian, keterlibatan perempuan dalam UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti akses terbatas terhadap modal, pasar, pelatihan manajerial, dan teknologi (World Bank, 2020). Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan sebuah model pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas, pengetahuan, dan konektivitas digital.

Transformasi digital menjadi peluang strategis dalam memperkuat peran perempuan di sektor UMKM. Dengan kemajuan teknologi informasi, khususnya internet dan platform digital, pelaku usaha kini dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Digitalisasi pasar lokal dapat menghubungkan pelaku UMKM perempuan dengan konsumen, pemasok, serta jaringan distribusi yang lebih efektif (OECD, 2019).

Digitalisasi juga menjadi salah satu indikator kemajuan pembangunan ekonomi lokal. Pasar tradisional yang sebelumnya hanya mengandalkan transaksi tatap muka, kini mulai bertransformasi dengan penerapan teknologi seperti marketplace lokal, sistem QRIS, dan media sosial untuk promosi. Perubahan ini memberikan ruang bagi perempuan untuk lebih adaptif dan inovatif dalam mengelola usaha mereka (Kementerian Perdagangan RI, 2022).

Secara teoretis, pendekatan pemberdayaan merujuk pada konsep yang dikembangkan oleh Rowlands (1997), yang membagi pemberdayaan menjadi empat bentuk: *power within* (kesadaran diri), *power to* (kapasitas untuk bertindak), *power over* (mengendalikan sumber daya), dan *power with* (kolaborasi kolektif). Model pemberdayaan perempuan melalui UMKM dan digitalisasi pasar seharusnya mencakup keempat aspek ini agar transformasi yang dihasilkan bersifat berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketika perempuan diberikan akses terhadap teknologi, pelatihan, dan jejaring usaha, mereka menunjukkan kemampuan beradaptasi yang tinggi serta berdampak positif pada kesejahteraan keluarga dan komunitas (Nichter & Goldmark, 2009). Ini mengindikasikan pentingnya penguatan ekosistem digital yang inklusif gender dalam mengembangkan UMKM berbasis lokal.

Selain itu, teori partisipasi aktif (Arnstein, 1969) juga menjadi landasan penting dalam konteks pemberdayaan. Perempuan tidak hanya sebagai objek kebijakan atau penerima manfaat, tetapi harus dilibatkan secara aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program pemberdayaan. Melalui keterlibatan ini, akan terbentuk kepemilikan (*ownership*) yang mendorong keberlanjutan usaha.

Konteks lokal juga memiliki peran penting dalam merancang model pemberdayaan. Setiap wilayah memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi yang berbeda. Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan harus bersifat kontekstual dan responsif terhadap kebutuhan serta potensi lokal (Chambers, 1997). Digitalisasi pasar lokal tidak boleh mengabaikan aspek inklusi dan kearifan lokal.

Berdasarkan paparan tersebut, penting untuk menyusun sebuah model pemberdayaan perempuan yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, dan teknologi digital dalam konteks UMKM dan pasar lokal. Model ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu perempuan, tetapi juga mendorong transformasi sistemik dalam lingkungan usaha mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana model pemberdayaan perempuan dapat dikembangkan melalui optimalisasi UMKM berbasis digitalisasi pasar lokal. Dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, penelitian ini berupaya menggambarkan dinamika, tantangan, serta peluang yang dihadapi perempuan pelaku UMKM dalam era digital, serta merumuskan elemen-elemen strategis dalam model pemberdayaan yang relevan dan aplikatif.

## RESEARCH METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena pemberdayaan perempuan melalui UMKM yang terintegrasi dengan digitalisasi pasar lokal. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna, proses, dan interaksi sosial yang tidak dapat dijelaskan secara kuantitatif (Creswell, 2016). Subjek penelitian ini adalah perempuan pelaku UMKM yang telah memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas usahanya, seperti penggunaan media sosial, e-commerce lokal, atau aplikasi pembayaran digital. Lokasi penelitian dipilih secara purposif berdasarkan keberadaan pasar lokal yang telah mengalami proses digitalisasi sebagian, dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif perempuan dalam kegiatan ekonomi lokal tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: (1) wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pelaku UMKM perempuan dan stakeholder terkait seperti dinas koperasi dan penggerak komunitas digital; (2) observasi partisipatif terhadap aktivitas pasar dan penggunaan digital dalam praktik usaha; dan (3) dokumentasi berupa arsip, laporan pelatihan, atau materi promosi digital yang digunakan oleh pelaku UMKM. Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan objektif (Patton, 2002). Selain itu, proses validasi dilakukan dengan member checking, yaitu meminta konfirmasi dari informan terhadap hasil interpretasi sementara peneliti.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu mengidentifikasi pola, tema, dan kategori dari narasi informan secara induktif. Langkah analisis mencakup transkripsi wawancara, pengkodean awal, pengelompokan kategori, dan penarikan tema besar yang terkait dengan model pemberdayaan dan strategi digitalisasi (Braun & Clarke, 2006). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyusun model konseptual pemberdayaan perempuan berdasarkan praktik nyata di lapangan serta mengaitkannya dengan teori yang relevan. Hasil analisis ini menjadi dasar bagi perumusan strategi intervensi atau kebijakan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan perempuan pelaku UMKM dalam konteks transformasi digital.

## RESULTS AND DISCUSSION

### A. Hasil

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar perempuan pelaku UMKM di lokasi penelitian telah menunjukkan minat yang tinggi terhadap penggunaan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran produk melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp

Business, dan Facebook. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya digitalisasi sebagai strategi bertahan dan berkembang di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin online (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022).

Sebagian besar informan mengaku mempelajari penggunaan digital secara otodidak atau melalui pelatihan komunitas. Beberapa informan menyebutkan bahwa pelatihan yang diberikan oleh dinas koperasi atau lembaga swadaya masyarakat sangat membantu dalam meningkatkan kapasitas mereka dalam branding digital, fotografi produk, dan penggunaan e-commerce lokal. Namun demikian, pelatihan tersebut masih bersifat sporadis dan belum menyentuh semua kalangan secara merata (OECD, 2019).

Temuan lain menunjukkan bahwa perempuan pelaku UMKM yang aktif menggunakan teknologi digital cenderung memiliki peningkatan penjualan, terutama setelah memanfaatkan metode promosi digital yang konsisten. Mereka juga lebih adaptif dalam menyikapi tantangan, seperti penurunan pembeli di pasar fisik atau kompetisi dengan toko modern. Ini sejalan dengan temuan World Bank (2020) yang menyatakan bahwa adopsi digital dapat meningkatkan daya saing usaha kecil.

Meskipun demikian, hambatan tetap ada. Beberapa pelaku UMKM menghadapi kendala seperti keterbatasan perangkat (smartphone dan internet stabil), kurangnya dukungan dari keluarga, serta tantangan literasi digital dasar. Kondisi ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak bisa dianggap netral gender, karena perempuan menghadapi hambatan struktural yang berbeda dibanding laki-laki (UNCTAD, 2021).

Dari sisi sosial, perempuan yang berhasil mengembangkan usahanya secara digital mendapatkan pengakuan sosial lebih tinggi dalam komunitasnya. Mereka menjadi sumber inspirasi bagi pelaku usaha lain dan kerap dipercaya sebagai narasumber dalam pelatihan komunitas atau forum ekonomi lokal. Hal ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan ekonomi juga berdampak pada transformasi peran sosial perempuan (Rowlands, 1997).

Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa dukungan kelembagaan sangat menentukan keberhasilan model pemberdayaan. Kolaborasi antara pemerintah daerah, penyedia pelatihan, serta komunitas digital lokal (seperti forum UMKM digital) mempermudah proses inkubasi bisnis berbasis perempuan dan menciptakan jejaring yang mendukung penguatan usaha secara berkelanjutan (Chambers, 1997).

Secara keseluruhan, model pemberdayaan perempuan yang berhasil mencakup tiga aspek utama: (1) *kapasitas digital dan kewirausahaan perempuan*, (2) *dukungan komunitas dan kelembagaan*, serta (3) *akses pasar berbasis teknologi*. Ketiga aspek ini saling menguatkan dan memberikan kerangka sistemik untuk mendorong transformasi ekonomi perempuan di tingkat lokal.

## **B. Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital menjadi pengungkit yang signifikan dalam meningkatkan produktivitas dan visibilitas usaha perempuan. Digitalisasi memberikan ruang baru bagi perempuan pelaku UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa terikat oleh keterbatasan geografis. Namun, meskipun digitalisasi membuka banyak peluang, tidak semua pelaku usaha perempuan dapat langsung menyesuaikan diri. Literasi digital yang belum merata menyebabkan adanya kesenjangan adopsi teknologi antara pelaku UMKM yang melek digital dan yang masih konvensional. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi pemberdayaan yang inklusif dan berbasis kebutuhan lokal.

Proses pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan pelatihan teknis, tetapi juga menyangkut perubahan pola pikir dan pemberian ruang bagi perempuan untuk berpartisipasi secara aktif dalam komunitas ekonomi digital. Dalam banyak kasus, motivasi utama perempuan bukan hanya profit, tetapi juga kontribusi terhadap keluarga dan masyarakat. Model pemberdayaan yang berhasil adalah yang mampu mengintegrasikan peran pemerintah,

komunitas lokal, dan aktor swasta dalam mendukung keberlangsungan usaha perempuan. Keberadaan platform lokal seperti marketplace UMKM daerah dan komunitas berbasis WhatsApp atau Telegram terbukti efektif dalam menghubungkan pelaku usaha dengan pasar.

Selain itu, aspek sosial kultural juga berperan penting. Perempuan yang merasa didukung oleh lingkungan keluarga dan sosial menunjukkan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam mengelola usaha digital. Dukungan ini menciptakan rasa percaya diri dan memungkinkan perempuan untuk lebih aktif dalam mengambil keputusan usaha. Munculnya tokoh perempuan pelaku UMKM digital sebagai panutan menunjukkan bahwa pemberdayaan dapat menciptakan efek berantai dalam komunitas. Mereka tidak hanya menjalankan usaha untuk dirinya sendiri, tetapi juga menjadi agen perubahan sosial yang menginspirasi perempuan lain di sekitarnya.

Dengan demikian, pemberdayaan perempuan melalui UMKM digital tidak cukup hanya memberikan akses teknologi, tetapi juga harus disertai dengan pendekatan holistik: penguatan kapasitas, dukungan sosial, dan konektivitas kelembagaan yang berkelanjutan. Keberhasilan model ini sangat ditentukan oleh sinergi antarpihak dalam menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi perempuan secara utuh.

## CONCLUSION

Pemberdayaan perempuan melalui UMKM dan digitalisasi pasar lokal terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas ekonomi dan peran sosial perempuan. Adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM perempuan tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga membuka ruang partisipasi yang lebih luas dalam komunitas.

Keberhasilan model pemberdayaan sangat ditentukan oleh tiga pilar utama: penguatan kapasitas digital dan kewirausahaan, dukungan komunitas dan sosial, serta akses terhadap pasar digital. Ketiganya membentuk kerangka sistemik yang saling berkaitan dan mendorong perubahan sosial-ekonomi yang berkelanjutan.

Untuk itu, diperlukan intervensi kebijakan yang lebih terstruktur dan sensitif gender, melibatkan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil dalam menciptakan ekosistem UMKM digital yang inklusif. Dengan pendekatan ini, perempuan tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga agen transformasi sosial di era digital.

## REFERENCES

- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting the First Last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Profil UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Kinerja UMKM Nasional Tahun 2021–2022*. Jakarta: Deputi Bidang UKM.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2022). *Transformasi Digital Pasar Tradisional: Panduan dan Strategi Implementasi*. Jakarta: Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nichter, S., & Goldmark, L. (2009). Small Firm Growth in Developing Countries. *World Development*, 37(9), 1453–1464. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2009.01.013>
- OECD. (2019). *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/61ddc9b1-en>
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Rowlands, J. (1997). *Questioning Empowerment: Working with Women in Honduras*. Oxford: Oxfam.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- UNCTAD. (2021). *The Role of Digitalization in Women's Economic Empowerment*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- UN Women. (2017). *Turning Promises into Action: Gender Equality in the 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women.
- World Bank. (2020). *Women Entrepreneurs and Technology: Challenges and Opportunities in the Digital Economy*. Washington, DC: The World Bank Group.