



Model Pemberdayaan UMKM Berbasis *Digital Literacy* untuk Pelaku Usaha Perempuan Di Desa Pesanggrahan Kota Batu

Noor Aulia Shavaroisa M.P¹, Norma Eka Nastiti², Alif Dian Cahyaningtyas³

Dosen Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional¹²³, Malang
Aulia.Shavaroisa@gmail.com, normaekasari@gmail.com, alifdianc.tyas@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi model pemberdayaan UMKM berbasis digital literacy bagi perempuan pelaku usaha di Desa Pesanggrahan, Kota Batu, Jawa Timur. Desa ini memiliki potensi agrowisata dan produk lokal yang signifikan, namun perempuan pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan literasi digital yang menghambat daya saing usaha mereka di era ekonomi digital. Penelitian menggunakan pendekatan mixed-method dengan landasan *Participatory Action Research* (PAR), mencakup survei kuantitatif *pre-post test* dan penelitian kualitatif melalui *Focus Group Discussion* (FGD) serta wawancara mendalam. Subjek penelitian adalah perempuan pelaku UMKM aktif yang berdomisili di Desa Pesanggrahan. Hasil yang diharapkan meliputi: (1) model pemberdayaan integratif berbasis digital literacy yang kontekstual dan adaptif; (2) modul pelatihan digital literacy untuk pelaku UMKM perempuan desa; (3) peningkatan kapasitas usaha dan kemandirian ekonomi perempuan yang terukur; serta (4) rekomendasi kebijakan bagi Pemerintah Kota Batu dalam merancang program digitalisasi UMKM yang responsif gender. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model lokal pemberdayaan perempuan berbasis teknologi digital yang relevan untuk konteks desa wisata di Indonesia.

Kata kunci: Literasi Digital, pemberdayaan perempuan, UMKM, desa wisata, Kota Batu

ABSTRACT

This community service research aims to design, implement, and evaluate a digital literacy-based MSME empowerment model for women entrepreneurs in Pesanggrahan Village, Batu City, East Java. The village holds significant agrotourism and local product potential, however, women MSME actors still face limited digital literacy that hampers their business competitiveness in the digital economy era. The study employs a mixed-method approach grounded in *Participatory Action Research* (PAR), encompassing quantitative *pre-post test* surveys and qualitative research through *Focus Group Discussions* (FGD) and in-depth interviews. Research subjects are active women MSME actors residing in Pesanggrahan Village. Expected outcomes include: (1) a contextual and adaptive integrated digital literacy-based empowerment model; (2) a digital literacy training module for women MSME actors; (3) measurable improvements in business capacity and women's economic independence; and (4) policy recommendations for the Batu City Government in designing gender-responsive MSME digitalization programs. This research contributes to the development of local empowerment models for women based on digital technology, relevant to the context of tourism villages in Indonesia.

Keywords: Digital literacy, women empowerment, MSME, tourism village, Batu City



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia membuka peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform digital. Namun, di balik kemajuan tersebut, terdapat kesenjangan yang nyata antara pelaku usaha di perkotaan dan pedesaan, terutama dalam hal literasi dan akses digital. Perempuan pelaku UMKM di pedesaan menjadi kelompok yang paling rentan tertinggal dalam transformasi digital ini. Kesenjangan digital ini memiliki dimensi gender yang tidak dapat diabaikan. Indeks Masyarakat Digital Indonesia Tahun 2023 yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan, khususnya perempuan, masih menghadapi kendala signifikan dalam akses dan literasi digital yang menghambat partisipasi mereka dalam ekonomi digital (Kominfo, 2023). Van Dijk (2020) dalam teori *digital divide*nya menegaskan bahwa kelompok yang berada di posisi tidak menguntungkan dalam kesenjangan digital adalah perempuan, masyarakat dengan pendidikan rendah, dan masyarakat wilayah pedesaan. Kondisi ini mencerminkan apa yang disebut oleh van Deursen dan van Dijk (2019) disebut sebagai "*the first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access*", di mana kepemilikan perangkat fisik tidak lagi menjadi hambatan utama, namun kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif (*material access*) justru menjadi kesenjangan baru yang lebih sulit diatasi. Inilah yang menjadikan program pengabdian masyarakat berbasis literasi digital lebih relevan dan mendesak dibandingkan program distribusi perangkat atau perluasan infrastruktur digital semata.

Kesenjangan antara potensi produk lokal yang luar biasa dengan kapasitas digital yang masih rendah ini menciptakan ruang

intervensi yang jelas. Di sisi lain, Kota Batu sebagai kota wisata berbasis desa memiliki kepentingan strategis untuk memastikan ekosistem UMKM digitalnya tumbuh inklusif dan berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini berpijak pada kerangka literasi digital yang dikembangkan oleh van Deursen dan van Dijk (2009, 2016). Keduanya mendefinisikan literasi digital bukan sekadar kemampuan mengoperasikan perangkat, melainkan sebuah hierarki kemampuan yang terdiri dari empat level yang bersifat sekuensial dan saling bergantung: (1) *Operational Skills* merupakan kemampuan dasar mengoperasikan perangkat dan aplikasi; (2) *Formal Skills*, merupakan kemampuan menavigasi antarmuka digital; (3) *Information Skills*, merupakan kemampuan mencari dan mengevaluasi informasi; dan (4) *Strategic Skills* merupakan kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan spesifik, termasuk tujuan usaha. Kerangka ini memiliki implikasi penting bagi program pengabdian masyarakat yang mengangkat tema perempuan UMKM yang belum mencapai level *strategic skills* tidak akan mampu memanfaatkan platform digital secara optimal untuk usahanya, meskipun secara fisik mereka memiliki akses ke smartphone dan internet. Van Laar et al. (2017) memperluas kerangka ini dengan menambahkan dimensi keterampilan abad ke-21 seperti komunikasi digital, kreasi konten, dan kolaborasi daring, dimensi yang sangat relevan untuk perempuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk lokal mereka melalui media sosial dan marketplace. Dengan demikian, program pemberdayaan yang hanya berfokus pada *operational skills* (pelatihan penggunaan aplikasi dasar) tanpa menyentuh dimensi strategis tidak akan menghasilkan perubahan kapasitas usaha yang berkelanjutan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji tema pemberdayaan digital



perempuan UMKM, namun dengan fokus dan pendekatan yang beragam dan sebagian besar masih menyisakan kesenjangan yang signifikan. Putra dan Aristyanto (2021) melakukan pengabdian masyarakat pemberdayaan UMKM berbasis *digital literacy* di Kampung Logam Ngingas, Kabupaten Sidoarjo, dan menemukan bahwa pelatihan *digital literacy* yang dikombinasikan dengan pendampingan langsung terbukti meningkatkan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM secara signifikan. Namun, penelitian tersebut tidak secara spesifik menyoroti kelompok perempuan dan tidak mempertimbangkan hambatan gender yang memengaruhi adopsi teknologi. Afiane dan Girsang (2024), dalam kajian mereka tentang peran perempuan UMKM dalam adopsi inovasi digital, menemukan bahwa perempuan pelaku usaha memiliki pola adopsi yang berbeda dari laki-laki yang dipengaruhi oleh faktor kepercayaan sosial, dukungan komunitas, dan relevansi langsung dengan kebutuhan usaha sehari-hari. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan yang responsif gender dalam merancang program literasi digital, bukan sekadar mereplikasi program yang dirancang tanpa mempertimbangkan konteks perempuan. Pada level kebijakan global, UN Women (2021) melalui laporan "*The Power of Digital: Digital Solutions for Women Entrepreneurs in Asia and the Pacific*" menegaskan bahwa perempuan wirausaha di Asia masih menghadapi hambatan struktural berlapis dalam adopsi digital, mulai dari akses perangkat dan internet yang timpang, hingga norma sosial-budaya yang membatasi ruang belajar perempuan. Laporan ini merekomendasikan program pemberdayaan yang berangkat dari kebutuhan nyata perempuan, bersifat partisipatif, dan terintegrasi dengan ekosistem dukungan lokal.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu di atas, dapat diidentifikasi setidaknya tiga kesenjangan penelitian yang belum terjawab. Pertama, mayoritas studi pemberdayaan digital UMKM perempuan masih bersifat generik dan tidak dirancang khusus untuk konteks desa wisata dengan karakteristik sosial-budaya dan ekosistem ekonomi yang unik. Kedua, belum ada penelitian yang secara empiris menguji efektivitas model pemberdayaan berbasis *digital literacy* yang mengintegrasikan teori van Deursen dan van Dijk secara utuh dari level *operational skills* hingga *strategic skills* dalam konteks perempuan UMKM perdesaan Indonesia. Ketiga, sebagian besar program pengabdian yang ada bersifat sporadis dan tidak menggunakan pendekatan partisipatif yang memastikan keberlanjutan adopsi digital pasca-intervensi.

Penelitian pengabdian masyarakat ini hadir untuk menjawab ketiga kesenjangan tersebut dengan merancang dan mengimplementasikan Model Pemberdayaan UMKM Berbasis *Digital Literacy* yang kontekstual, partisipatif, dan responsif gender di Desa Pesanggrahan, Kota Batu. Dengan menggunakan pendekatan *mixed-method* berbasis *Participatory Action Research* (PAR), perempuan pelaku UMKM tidak hanya menjadi objek pelatihan, melainkan mitra aktif dalam proses perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi model sebuah pendekatan yang diyakini mampu menghasilkan dampak perubahan yang lebih mendalam dan berkelanjutan. Adapun pertanyaan utama penelitian ini adalah "Sejauh mana penerapan model pemberdayaan berbasis *digital literacy* berpengaruh terhadap peningkatan kapasitas usaha dan kemandirian ekonomi perempuan pelaku UMKM di Desa Pesanggrahan, Kota Batu?".



1.2 Analisis Situasi Mitra

Pada program pengabdian masyarakat ini terdapat 2 mitra, yaitu Pemerintah Desa Pesanggrahan dan Kelompok Perempuan Pelaku UMKM. Pemerintah Desa Pesanggrahan merupakan desa di kawasan Lereng Gunung Panderman dengan mayoritas mata pencaharian di sektor pertanian, perdagangan, dan jasa wisata. Terdapat lebih dari 150 unit UMKM aktif dengan dominasi pelaku usaha perempuan pada sektor kuliner, kerajinan, dan produk pertanian olahan. Pada program ini, pemerintah desa berperan sebagai mitra fasilitator yang menyediakan ruang pertemuan, mengkoordinasikan peserta, memberikan legitimasi program, serta mengintegrasikan hasil penelitian ke dalam kebijakan pemberdayaan masyarakat desa. Mitra kedua adalah Perempuan Pelaku UMKM di Desa Pesanggrahan yang berusia 25-55 tahun, dengan latar belakang pendidikan yang beragam dari lulusan SD hingga SMA/SMK. Sebagian besar menjalankan usaha secara mandiri atau berbasis keluarga dengan modal usaha terbatas. Sektor usaha yang digeluti adalah kuliner dan makanan olahan, kerajinan tangan dan souvenir wisata, pertanian dan produk segar, serta jasa wisata dan homestay. Dari beberapa sektor tersebut, berdasarkan hasil survei pemasarannya masih sangat terbatas pada lingkungan terdekat, belum mampu menembus platform e-commerce, dan adanya hambatan literasi digital meskipun potensi digitalisasi sangat besar.

1.3 Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi, permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut.

1. Rendahnya tingkat literasi digital. Berdasarkan observasi awal, mayoritas perempuan pelaku UMKM hanya berada pada level *operational skills*, di mana mereka mampu menggunakan WhatsApp

untuk komunikasi pribadi tetapi belum memanfaatkan platform digital untuk keperluan usaha secara aktif dan strategis.

2. Ketakutan terhadap teknologi, bahwa ditemukan persepsi bahwa teknologi digital bersifat rumit, mahal, dan berisiko terutama kekhawatiran terkait penipuan online dan kesalahan transaksi digital yang pernah dialami atau didengar dari orang lain di lingkungan desa.
3. Pemasaran yang terbatas, di mana produk UMKM dipasarkan melalui konvensional melalui penjualan langsung ke wisatawan dan jaringan pertemanan, sehingga jangkauan pasar sangat sempit dan pendapatan bergantung pada musim wisata.
4. Pencatatan keuangan yang tidak tertib. Mayoritas mitra tidak memiliki pembukuan usaha yang terpisah dari keuangan rumah tangga. Pengelolaan keuangan dilakukan secara intuitif tanpa catatan yang memadai sehingga sulit mengukur profitabilitas usaha dan menyusun rencana pengembangan.
5. Kemasan dan tampilan produk belum kompetitif untuk pasar digital, sehingga produk yang baik secara kualitas kalah bersaing di marketplace karena tampilan visual yang kurang menarik.
6. Rendahnya kepercayaan diri, di mana sebagian besar mitra menyatakan merasa tidak mampu atau terlalu tua untuk belajar teknologi. Hal ini menunjukkan hambatan psikologis yang perlu diatasi melalui pendekatan pembelajaran yang empatik, perlahan, dan bebas tekanan.

1.4 Solusi yang Ditawarkan

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian menawarkan program pendampingan yang meliputi:

1. Pelatihan literasi digital berjenjang dan terstruktur, dimulai dari level *formal skills* (navigasi platform), dilanjutkan *information skills* (evaluasi konten),



- dilanjutkan *strategic skills* (pemanfaatan digital untuk usaha)
2. Program motivasi berbasis testimoni komunitas yang menghadirkan pelaku UMKM perempuan dari desa wisata lain di Jawa Timur yang telah berhasil memanfaatkan digital, sebagai *peer role model* yang lebih mudah dipercaya dibandingkan narasumber akademik.
 3. Pendampingan pemasaran digital terintegrasi yang mencakup pembuatan toko di marketplace, pengelolaan *Instagram Business* dan *WhatsApp Business*, serta pembuatan konten produk yang menarik menggunakan aplikasi gratis (Canva, Capcut).
 4. Pelatihan pencatatan keuangan digital berbasis aplikasi menggunakan BukuKas atau aplikasi sejenis yang telah dirancang khusus untuk UMKM.
 5. Workshop desain kemasan dan branding digital menggunakan aplikasi desain gratis, di mana peserta merancang label produk, kemasan sederhana, dan identitas visual usaha dalam satu sesi workshop terpadu.
 6. Pendekatan pembelajaran empatik berbasis *growth mindset*, fasilitator dilatih secara khusus untuk tidak pernah merespon kesalahan peserta dengan nada negatif, menggunakan Bahasa sederhana dan merayakan setiap pencapaian kecil sebagai bentuk penguatan positif.

Melalui rangkaian kegiatan tersebut diharapkan terdapat peningkatan literasi digital dan kapasitas usaha Perempuan pelaku UMKM di Desa Pesanggrahan yang terukur secara kuantitatif. Yang kedua, adanya perluasan akses pasar digital, peningkatan omzet, dan tumbuhnya kemandirian ekonomi Perempuan pelaku UMKM di desa. Terakhir, terbentuknya

ekosistem UMKM digital yang inklusif gender di Kota Batu sebagai model replikasi bagi desa-desa wisata lain di Indonesia.

II. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pendekatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Learning*, yaitu pendekatan yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Melalui pendekatan ini, tim pengabdian tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga mendampingi mitra dalam mengidentifikasi kebutuhan, menyusun strategi, memproduksi konten digital, mengimplementasikan, serta mengevaluasi hasil kegiatan secara bersama-sama. Komponen kuantitatif diterapkan melalui survei *pre-post test* untuk mengukur perubahan tingkat literasi digital dan kinerja usaha sebelum dan sesudah intervensi. Komponen kualitatif dilakukan melalui FGD dan wawancara mendalam untuk menggali hambatan struktural dan kultural secara holistik.

Instrumen penelitian dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari lima alat pengumpulan data yang saling melengkapi, yaitu dua kuisioner terstruktur untuk data kuantitatif (literasi digital dan kinerja usaha), ditambah tiga instrumen kualitatif yaitu panduan FGD tiga sesi, panduan wawancara mendalam untuk dua kelompok informan, dan lembar observasi partisipatif selama pelatihan dan kunjungan lapangan.

2.2 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi lima tahapan utama sebagai berikut.

1. Persiapan dan Pemetaan Kebutuhan (*Need Assesment*): koordinasi dan penandatanganan MoU dengan mitra, sosialisasi program kepada masyarakat



dan keluarga, survei pemetaan kebutuhan dan *baseline assessment*, melaksanakan FGD awal (penggalian kebutuhan mendalam), dan perancangan dan finalisasi modul pelatihan

2. Pelaksanaan Pelatihan *Digital Literacy* yang meliputi pelatihan literasi digital dasar dan ekosistem usaha, pelatihan pemasaran digital dan branding produk, pelatihan keuangan digital dan pencatatan usaha, workshop desain kemasan dan identitas visual usaha, serta sesi motivasi dan sharing pengalaman pelaku UMKM digital sukses.
3. Pendampingan dan Penguatan Kapasitas Lanjutan yang terdiri dari kunjungan usaha, pembentukan dan pelatihan Kader Digital Desa, Pembentukan Komunitas UMKM Digital Desa Pesanggrahan, dan melaksanakan FGD tengah (refleksi dan evaluasi proses implementasi)
4. Evaluasi Dampak dan Pengukuran Hasil yang terdiri dari, survei *post-test* dan pengukuran perubahan, melaksanakan FGD akhir (evaluasi dampak dan refleksi kolektif), melaksanakan wawancara mendalam pasca-program, dan mengadakan acara penutupan serta penyerahan sertifikat.
5. Diseminasi hasil dan pelaporan, yang termasuk di dalamnya penyusunan artikel jurnal ilmiah.

2.3 Partisipasi Mitra

Keberhasilan program sangat bergantung pada keterlibatan aktif mitra. Oleh karena itu, Pemerintah Desa Pesanggrahan berperan dalam:

1. Memberikan izin resmi pelaksanaan program pengabdian masyarakat di wilayah desa, menandatangani MoU dengan tim peneliti, dan menerbitkan Surat Keterangan Pelaksanaan Kegiatan

sebagai dokumen pendukung laporan akhir program.

2. Memberikan legitimasi kelembagaan yang memastikan keberlanjutan program pasca penelitian berakhir.
3. Membantu mengidentifikasi dan mendata perempuan pelaku UMKM aktif yang memenuhi kriteria peserta
4. Menyediakan Balai Desa sebagai tempat pelaksanaan seluruh kegiatan pelatihan, FGD, dan pertemuan komunitas
5. Memfasilitasi integrasi Kader Digital Desa ke dalam struktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai unit layanan pemberdayaan digital UMKM.

Selanjutnya, kelompok Perempuan pelaku UMKM berpartisipasi dalam:

1. Mengikuti seluruh sesi kegiatan pelatihan
2. Menjadi agen perubahan komunitas, di mana untuk peserta yang terpilih akan bertugas sebagai Kader Digital Desa yang akan mendampingi rekan-rekan UMKM secara berkelanjutan pasca program
3. Mengajarkan keterampilan yang diperoleh kepada anggota keluarga, tetangga, atau rekan usaha yang tidak ikut program, memperluas dampak program secara organik melalui jaringan komunitas desa.

2.4 Evaluasi Keberhasilan Program

Evaluasi program menggunakan pendekatan CIPP (*Context, Input, Process, Product*), di mana sebuah program tidak hanya dinilai dari hasil akhirnya, tetapi dari konteks, masukan, proses pelaksanaan, hingga produk yang dihasilkan secara holistik. Indikator keberhasilan meliputi:

- 1) Kualitas modul pelatihan
- 2) Jumlah peserta yang memenuhi kriteria terdaftar



- 3) Tingkat kehadiran peserta dalam setiap sesi pelatihan
- 4) Tingkat Kepuasan peserta terhadap setiap sesi pelatihan
- 5) Kualitas pelaksanaan FGD (kedalaman diskusi dan partisipasi aktif)
- 6) Keterlibatan mitra dalam kegiatan
- 7) Peningkatan skor literasi digital (*pre-post test*)
- 8) Persentase peserta yang memiliki toko online aktif
- 9) Persentase peserta yang menggunakan pencatatan keuangan digital
- 10) Peningkatan omzet usaha bulanan peserta
- 11) Perluasan jangkauan pasar produk UMKM peserta
- 12) Keberlanjutan komunitas UMKM digital pasca program

Evaluasi bukan hanya kewajiban administratif pelaporan, namun merupakan bagian integral dari siklus PAR (*plan, act, observe, reflect*) yang memastikan program terus belajar dari pengalaman, merespons kebutuhan mitra secara adaptif, dan menghasilkan pengetahuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Setiap temuan evaluasi dikomunikasikan secara terbuka kepada seluruh mitra termasuk kepada peserta perempuan UMKM sebagai bentuk akuntabilitas dan penghormatan terhadap kontribusi mereka dalam pengabdian masyarakat ini.

2.5 Keberlanjutan Program

Program pengabdian ini dirancang agar memberikan dampak jangka panjang bagi Perempuan Pelaku UMKM Desa Pesanggrahan. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, tim pengabdian akan membentuk komunitas yang dapat dikelola secara bertahap.

Sebagai bentuk keberlanjutan, tim pengabdian juga akan memberikan pendampingan secara berkala melalui konsultasi daring maupun luring dalam periode tertentu untuk memantau keberlanjutan komunitas UMKM digital, keaktifan kader digital, dan perkembangan usaha peserta secara mandiri. Selain itu, hasil kegiatan ini diharapkan menjadi dasar pengembangan kerja sama lanjutan antara perguruan tinggi dan Desa Pesanggrahan, baik dalam bentuk penelitian terapan, program pengabdian lanjutan, maupun keterlibatan mahasiswa melalui kegiatan magang atau proyek berbasis pembelajaran (*Project-Based Learning*).

Dengan demikian, peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang diperoleh selama kegiatan tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi berlanjut menjadi praktik yang berkesinambungan dalam pemberdayaan UMKM berbasis digital literasi untuk pelaku usaha Perempuan di desa wisata lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi Awal Literasi Digital Perempuan UMKM

Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa Sebagian besar perempuan pelaku UMKM di desa Pesanggrahan berada pada tingkat literasi digital dasar (*operational skills*). Mereka mampu mengoperasikan ponsel dan aplikasi pesan singkat, namun belum memanfaatkan platform digital untuk keperluan usaha secara strategis. Hambatan utama yang teridentifikasi meliputi, 1) kurangnya pengetahuan tentang penggunaan platform pemasaran digital, 2) keterbatasan waktu akibat beban kerja domestik, 3) rendahnya kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi, dan 4) ketiadaan mentor atau pendamping digital di lingkungan desa.



3.2 Model Pemberdayaan yang Dirancang

Berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan, dirancang sebuah model pemberdayaan integratif yang terdiri dari lima komponen utama, yaitu:

- Penguatan motivasi dan kepercayaan diri digital melalui sesi pengenalan ekosistem usaha digital
- Pelatihan pemasaran digital, seperti penggunaan Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace local
- Pelatihan transaksi digital, seperti QRIS, mobile banking, dan dompet digital
- Pelatihan pencatatan keuangan berbasis aplikasi (BukuKas dan Akuntansi Sederhana)
- Pendampingan berkelanjutan melalui grup komunitas digital dan kunjungan lapangan

Model ini bersifat modular, adaptif, dan menggunakan bahasa sederhana yang mudah dipahami oleh perempuan dengan latar belakang pendidikan beragam. Setiap modul dilengkapi dengan panduan visual, lembar kerja, dan instrumen evaluasi.

3.3 Dampak Penerapan Model

Berdasarkan evaluasi awal implementasi, ditemukan beberapa indikasi perubahan positif yang signifikan. Pertama, terjadi peningkatan tingkat literasi digital peserta dari dimensi *operational* ke dimensi *information* dan *strategic skills*. Kedua, beberapa peserta mulai memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memasarkan produk mereka, menghasilkan peningkatan jangkauan pasar. Ketiga, peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan otonomi dalam mengambil keputusan usaha secara mandiri.

Secara kualitatif, hasil FGD menunjukkan perubahan persepsi yang signifikan yaitu Perempuan pelaku UMKM

mulai memandang teknologi digital bukan sebagai sesuatu yang menakutkan, melainkan sebagai alat yang dapat memperluas peluang usaha mereka. Dukungan keluarga dan komunitas sesama pelaku UMKM terbukti menjadi faktor penguat utama keberlanjutan adopsi digital.

3.4 Faktor Pendukung dan Penghambat

Beberapa faktor pendukung keberhasilan implementasi model yang teridentifikasi sebagai berikut:

- Antusiasme dan motivasi tinggi peserta untuk meningkatkan kapasitas usaha
- Dukungan aktif dari pemerintah desa dan PKK sebagai mitra pelaksana
- Ketersediaan jaringan internet yang memadai di wilayah desa Pesanggrahan
- Pendekatan pembelajaran yang kontekstual dan berbasis kebutuhan nyata peserta

Adapun faktor penghambat yang perlu diantisipasi dalam implementasi lanjutan, yaitu:

- Keterbatasan waktu peserta akibat peran ganda sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha
- Variasi tingkat pendidikan peserta yang mempengaruhi kecepatan penyerapan materi
- Ketergantungan pada perangkat ponsel dengan spesifikasi terbatas
- Belum optimalnya ekosistem pendukung UMKM digital di tingkat desa



IV. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian pengabdian masyarakat ini berhasil merancang dan mengimplementasikan model pemberdayaan UMKM berbasis *digital literacy* yang kontekstual dan responsif gender bagi perempuan pelaku usaha di Desa Pesanggrahan, Kota Batu. Model yang dikembangkan melalui pendekatan *Participation Action Research* (PAR) terbukti lebih sesuai dengan kebutuhan nyata perempuan UMKM desa dibandingkan program digitalisasi generik yang telah ada sebelumnya.

Penerapan model menunjukkan dampak positif yang terukur terhadap peningkatan literasi digital, kapasitas usaha, dan kemandirian ekonomi perempuan pelaku UMKM. Keterlibatan aktif komunitas dalam proses perancangan model menjadi kunci keberhasilan implementasi dan keberlanjutan program. Modul pelatihan yang dihasilkan bersifat adaptif dan dapat direplikasi di desa-desa wisata lain dengan karakteristik serupa di Jawa Timur dan Indonesia.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dari peneliti disampaikan beberapa hal berikut, yaitu 1) Pemerintah Kota Batu direkomendasikan untuk mengintegrasikan model pemberdayaan ini ke dalam program resmi digitalisasi UMKM yang responsif gender, 2) Dinas Koperasi dan UMKM Kota Batu perlu menyediakan pendamping digital desa yang terlatih untuk memastikan keberlanjutan program pasca penelitian, 3) Perguruan tinggi diharapkan berperan aktif sebagai mitra pendampingan jangka panjang melalui program KKN tematik dan penelitian pengabdian berbasis komunitas, dan 4) Penelitian lanjutan diperlukan untuk mengukur dampak model dalam jangka panjang (2-3 tahun) dan menguji replikabilitasnya di konteks desa non-wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrich, H. E & Philip H.K. 2007. *Small Worlds, Infinite Possibilities? How Social Networks Affect Entrepreneurial Team Formation and Search*. https://www.researchgate.net/publication/227718721_Small_Worlds_Infinite_Possibilities_How_Social_Networks_Affect_Entrepreneurial_Team_Formation_and_Search, diakses pada 7 Juli 2026
- Deursen, V.A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. 2016. *Modeling traditional literacy, internet skills and internet usage: An empirical study. Interacting with Computers*, 28(1), 13–26. Oxford University Press, https://www.utwente.nl/en/bms/vandijk/publications/modeling_traditional_literacy_internet_skills.pdf, diakses pada 6 Juli 2026
- Hermansyah, dkk. 2025. *Empowering MSMEs in The Digital Era: A Systematic Literature Review on The Role of Digital Literacy*. *Greenation International Journal of Economics and Accounting*. 3(2). 185 – 196. <https://research.e-greenation.org/GIJE/article/view/385/345>, diakses pada 3 Juli 2026
- ILO. (2020). *Women in business and management: The business case for change*. International Labour Organization. <https://www.ilo.org/publications/women-business-and-management-business-case-change>, diakses pada 8 Juli 2026
- Kemenkop UKM RI. 2022. *Laporan kinerja kementerian koperasi dan UKM Tahun 2022*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, <https://kop.go.id/sakip/>, diakses pada 5 Juli 2026
- Murdiono, A, dkk. 2026. *Analysis of MSME Financial Literacy Segmentation Using Clustering Methods*. *International Journal on Informatics Visualization*. 10 (2). 900 –



908.
<https://joiv.org/index.php/joiv/article/view/4743/1655>, diakses pada 3 Juli 2026
- Nene, S.S & Sachin, V.A. 2025. *Assesing Digital Financial Literacy and Its adoption in Microfinance Services Among Rural Women*. Cureus Journal of Business and Economics.
https://www.researchgate.net/profile/Sachin-Acharekar/publication/395296989_Assesing_Digital_Financial_Literacy_and_Its_adoption_in_Microfinance_Services_Among_Rural_Women/links/68be48cec76fc271eb321e2d/Assessing-Digital-Financial-Literacy-and-Its-adoption-in-Microfinance-Services-Among-Rural-Women.pdf, diakses pada 8 Juli 2026.
- Tambunan, T. 2019. *Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. Journal of Global Entrepreneurship Research, 9(18), 1–15.
<https://link.springer.com/article/10.1186/s40497-018-0140-4>, diakses pada 8 Juli 2026
- Trisninawati & Sartika, D. 2024. *Digital literacy model to improve the marketing skills of micro, small, and medium enterprises women with a community-based educational approach*. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 10 (2), 807-815.
<https://pdfs.semanticscholar.org/d074/64d229405bfd3585731bb5f25b1f8f520e51.pdf>, diakses pada 5 Juli 2026
- Van Laar, E., dkk. 2017. *The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review*. Computers in Human Behavior, 72, 577–588.
- Wahyuni, S., et al. 2025. *Pemberdayaan perempuan desa melalui program digitalisasi UMKM dalam mendukung Sustainable Development Goals*. Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, 5(2).
- Wijaya, H., & Nailufaroh, L. 2023. *Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM Kota Serang dengan literasi digital sebagai variabel moderasi*. Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 5(4).
- Yusnaini, Y., & Nugroho, Y. 2021. *Peran teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM perempuan di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 19(2), 112–123.