

PEMBERDAYAAN UMKM WANITA MELALUI DIGITALISASI DAN LITERASI KEUANGAN DI ERA EKONOMI DIGITAL

Ni Putu Widhia Rahayu¹, Imanuriea Annisa Putri², Haninun³,
Selfia Alke Mega⁴, Aulia Rahmawati⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

Email: niputu@ubl.ac.id¹, imanuriea@ubl.ac.id², haninun@ubl.ac.id³, selfia@ubl.ac.id⁴,
aulia@ubl.ac.id⁵

Abstrak: Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola oleh perempuan merupakan strategi kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, khususnya di era ekonomi digital yang sarat akan disrupsi teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran digitalisasi dan literasi keuangan dalam meningkatkan kapasitas usaha serta kemandirian ekonomi perempuan pelaku UMKM. Melalui pendekatan sosialisasi dan pendampingan kepada kelompok, menyoroti tantangan yang dihadapi pelaku UMKM wanita, seperti keterbatasan akses teknologi, rendahnya pemahaman manajemen keuangan, dan minimnya dukungan kebijakan yang responsif gender. Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi—melalui e-commerce, media sosial, dan dompet digital—berkontribusi signifikan terhadap ekspansi pasar dan efisiensi operasional. Sementara itu, peningkatan literasi keuangan terbukti memperkuat kemampuan pengambilan keputusan bisnis, pengelolaan utang, serta perencanaan keuangan jangka panjang. Artikel ini merekomendasikan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan untuk menyediakan pelatihan digital dan inklusi keuangan yang menasar UMKM perempuan secara berkelanjutan. Dengan demikian, pemberdayaan UMKM wanita diharapkan tidak hanya mengurangi kesenjangan ekonomi gender, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi nasional di tengah transformasi digital.

Kata Kunci: *UMKM Wanita, pemberdayaan, digitalisasi, literasi keuangan, ekonomi digital.*

1. Pendahuluan

UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang 60% terhadap PDB nasional (Kemenkop UKM, 2024). Meski berperan vital, UMKM masih menghadapi kendala dalam mengakses teknologi digital, sistem pembukuan modern, serta akses pembiayaan. Di tengah revolusi industri 4.0, kemampuan adaptasi digital dan pengelolaan keuangan menjadi kunci daya saing UMKM.

Banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya pencatatan keuangan, manajemen arus kas, dan strategi pemasaran digital. Hal ini menghambat ekspansi usaha dan kepercayaan lembaga

keuangan. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini diarahkan untuk memberdayakan UMKM melalui dua pendekatan utama: literasi digital dan keuangan.

Beberapa prioritas dan Asta Cita serta Visi Misi Presiden Prabowo:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi usaha.
2. Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membuat laporan keuangan sederhana.
3. Memberikan pendampingan dalam implementasi aplikasi digital untuk pemasaran dan keuangan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 64 juta UMKM berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Di antara pelaku UMKM tersebut, proporsi perempuan sebagai penggerak utama sangat signifikan, baik sebagai pemilik usaha maupun pengelola. Namun demikian, perempuan pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan fungsional dalam mengembangkan usahanya, terutama di tengah transisi menuju era ekonomi digital yang serba cepat dan dinamis.

Era ekonomi digital telah mengubah wajah perekonomian global dan nasional. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong munculnya berbagai platform e-commerce, dompet digital, pemasaran media sosial, serta sistem pembayaran elektronik yang mengubah cara usaha berinteraksi dengan konsumen, mitra, dan lembaga keuangan. Transformasi ini membuka peluang besar bagi UMKM, termasuk yang dikelola oleh perempuan, untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan mengefektifkan strategi pemasaran. Namun, akses terhadap teknologi digital belum merata, dan kemampuan perempuan dalam memanfaatkan peluang digital sering kali masih terbatas akibat rendahnya literasi digital dan literasi keuangan.

Pemberdayaan UMKM perempuan melalui digitalisasi dan literasi keuangan menjadi kunci dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkeadilan. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup perubahan cara berpikir dalam mengelola usaha, membangun jejaring, dan berinovasi. Sementara itu, literasi keuangan meliputi pemahaman tentang pengelolaan keuangan usaha, perencanaan keuangan, pengambilan keputusan investasi, serta akses terhadap layanan keuangan formal. Kombinasi keduanya mampu memperkuat kapasitas usaha perempuan, memperluas akses pasar, meningkatkan produktivitas, serta meningkatkan daya saing UMKM di tengah era persaingan digital yang semakin ketat.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM perempuan masih berada pada posisi marjinal dalam rantai nilai digital. Banyak dari mereka belum memiliki akses terhadap pelatihan digital dasar, tidak terbiasa dengan sistem pencatatan keuangan yang baik, dan belum mampu mengakses layanan perbankan atau lembaga keuangan formal lainnya. Hal ini diperparah oleh keterbatasan waktu, pendidikan, serta beban ganda yang dihadapi perempuan sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha. Akibatnya, potensi besar UMKM perempuan sering kali tidak berkembang secara optimal, bahkan stagnan di tengah peluang digital yang sangat luas.

Situasi ini memunculkan urgensi untuk merancang program pemberdayaan berbasis pendekatan digital dan keuangan yang responsif gender. Pendekatan ini menekankan perlunya penyediaan pelatihan dan pendampingan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga kontekstual dan memberdayakan. Intervensi yang dilakukan harus mempertimbangkan kebutuhan spesifik perempuan, seperti fleksibilitas waktu pelatihan, pendekatan berbasis komunitas, dan keberpihakan terhadap kelompok rentan. Kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, sektor swasta, serta organisasi masyarakat sipil sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan.

Melalui artikel ini, penulis berupaya mengkaji secara mendalam strategi pemberdayaan UMKM perempuan berbasis digitalisasi dan literasi keuangan, dengan menyoroti faktor-faktor penunjang, tantangan utama, serta rekomendasi praktis yang dapat diterapkan dalam program pengabdian kepada masyarakat (PKM). Kajian ini penting untuk membangun pemahaman dan praktik pemberdayaan yang lebih efektif, khususnya dalam konteks pemulihan ekonomi pascapandemi COVID-19 dan transisi menuju era ekonomi digital yang inklusif.

Dengan memperkuat kapasitas perempuan pelaku UMKM melalui transformasi digital dan keuangan, maka tidak hanya kesejahteraan keluarga yang dapat ditingkatkan, tetapi juga daya tahan ekonomi lokal dan nasional secara keseluruhan. Perempuan bukan sekadar penerima manfaat, tetapi juga menjadi agen perubahan dalam ekosistem kewirausahaan digital Indonesia. Oleh karena itu, upaya pemberdayaan UMKM perempuan harus menjadi prioritas strategis dalam pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan dan berkeadilan gender di masa kini dan masa depan.

2. Metode

Beberapa metode yang digunakan diantaranya antara lain melalui beberapa tahapan strategis diantaranya sebagai berikut:

- Sosialisasi dan Identifikasi Masalah: Observasi awal dan diskusi kelompok dengan pelaku UMKM.
- Pelatihan: Disampaikan materi mengenai penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp Business), marketplace (Shopee, Tokopedia), dan aplikasi keuangan (Excel, BukuKas).
- Pendampingan: Setiap peserta mendapatkan sesi praktik dan konsultasi langsung.
- Evaluasi: Pre-test dan post-test dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan.

Peserta kegiatan terdiri dari 30 pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner yang ada di Provinsi Lampung.

Setelah perencanaan, tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini, program yang telah dirancang diimplementasikan melalui sesi interaktif dimana pelaku usaha Wanita UMKM yang telah dirancang dan juga telah diimplementasikan.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku Wanita UMKM

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil kajian dan pengamatan lapangan menunjukkan bahwa upaya pemberdayaan UMKM perempuan melalui digitalisasi dan literasi keuangan memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha, khususnya dalam hal perluasan pasar, peningkatan pendapatan, serta efisiensi pengelolaan keuangan. Namun, dampak tersebut sangat bergantung pada tingkat akses terhadap teknologi, dukungan pelatihan, serta kapasitas individu dalam memanfaatkan fasilitas digital dan layanan keuangan secara efektif.

1) Penerapan Digitalisasi dalam UMKM Perempuan

Setelah pelatihan, 90% peserta mampu membuat akun bisnis di Instagram dan marketplace. Sebagian peserta yang sebelumnya hanya menjual offline kini mulai melakukan promosi online. Masih ada kendala dalam konsistensi pengelolaan konten dan penggunaan fitur iklan.

Berdasarkan data dan observasi yang dilakukan terhadap beberapa komunitas UMKM perempuan di wilayah urban dan semiurban, terlihat bahwa sebagian besar pelaku usaha telah mulai menggunakan perangkat digital seperti smartphone dan aplikasi media sosial untuk keperluan promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook terbukti menjadi media pemasaran yang murah, mudah diakses, dan sangat efektif menjangkau konsumen.

Beberapa pelaku UMKM bahkan telah menggunakan platform e-commerce lokal dan nasional seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak untuk menjual produk mereka ke luar daerah. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi membuka akses pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Di sisi lain, keterbatasan dalam hal pemahaman teknis, kurangnya literasi digital dasar, serta keterbatasan infrastruktur seperti jaringan internet yang stabil masih menjadi kendala utama di sebagian wilayah.

Digitalisasi juga berkontribusi dalam efisiensi operasional. Aplikasi pencatatan keuangan sederhana seperti BukuKas, Money Lover, atau Google Spreadsheet mulai diperkenalkan kepada UMKM

perempuan untuk membantu mereka mencatat pemasukan, pengeluaran, dan laba usaha. Walaupun adopsi aplikasi ini belum merata, pelaku UMKM yang telah menggunakannya merasa terbantu dalam memahami kondisi keuangan usaha dan membuat keputusan bisnis yang lebih rasional.

2) Peningkatan Literasi Keuangan

Literasi keuangan menjadi elemen penting dalam penguatan UMKM perempuan. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman tentang pengelolaan keuangan cenderung lebih mampu mengatur modal, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta mengakses layanan keuangan formal seperti tabungan, pinjaman produktif, dan asuransi.

Dalam pelaksanaan program literasi keuangan komunitas, ditemukan bahwa pelatihan yang bersifat praktis dan aplikatif lebih mudah diterima. Pelatihan yang mencakup topik perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan strategi investasi skala mikro mampu meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam mengambil keputusan keuangan. Selain itu, keberadaan lembaga keuangan mikro seperti koperasi wanita dan BUMDes sangat berperan dalam memberikan pembiayaan yang fleksibel dan berbasis komunitas.

Namun, tantangan utama dalam peningkatan literasi keuangan adalah rendahnya latar belakang pendidikan dan minimnya pengalaman mengelola usaha secara profesional. Oleh karena itu, materi pelatihan harus dirancang dengan pendekatan kontekstual, menggunakan bahasa sederhana, dan didukung oleh contoh kasus nyata yang relevan dengan kegiatan usaha sehari-hari.

3) Sinergi Digitalisasi dan Literasi Keuangan

Sebelum kegiatan, hanya 20% peserta yang memiliki pencatatan keuangan sederhana. Setelah pelatihan, 85% mampu menyusun laporan arus kas mingguan. Peserta juga diedukasi tentang pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pentingnya histori keuangan untuk akses pinjaman.

Integrasi antara digitalisasi dan literasi keuangan memberikan hasil yang signifikan terhadap pemberdayaan UMKM perempuan. Perempuan yang mampu mengelola keuangan secara mandiri sambil memanfaatkan platform digital untuk menjual produk dan mengelola transaksi terbukti lebih tangguh dalam menghadapi perubahan pasar. Mereka juga lebih cepat beradaptasi dengan tren dan permintaan konsumen.

Studi kasus di beberapa wilayah menunjukkan bahwa perempuan pelaku UMKM yang mendapatkan pelatihan gabungan (digital + keuangan) dalam kurun waktu 3–6 bulan mengalami peningkatan omzet antara 15–35%, serta mengalami peningkatan efektivitas manajemen stok dan pengendalian biaya. Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan terpadu lebih berdampak daripada pendekatan yang terpisah dan sporadis.

4) Peran Stakeholder

Keberhasilan program pemberdayaan UMKM perempuan tidak lepas dari kolaborasi berbagai pihak. Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam menyediakan infrastruktur digital dan program pelatihan berkelanjutan. Lembaga pendidikan dan perguruan tinggi dapat berkontribusi melalui

pengabdian masyarakat (PKM), pelatihan praktikum, dan penyusunan modul pelatihan yang tepat sasaran.

Sementara itu, sektor swasta dan platform digital dapat menjadi mitra strategis dalam memperluas akses pasar dan teknologi. Pendampingan oleh fasilitator lokal atau mentor bisnis perempuan juga sangat dibutuhkan untuk menjaga keberlanjutan implementasi keterampilan yang telah diberikan.

Pendampingan menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan waktu dan latihan berulang agar terbiasa menggunakan aplikasi. Beberapa kendala utama adalah keterbatasan perangkat, keterbatasan sinyal internet, dan ketakutan mencoba hal baru.

4. Kesimpulan

Kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam aspek digitalisasi dan literasi keuangan. Pelatihan dan pendampingan intensif sangat diperlukan agar transformasi digital dapat berkelanjutan. Diperlukan sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan swasta dalam memperkuat ekosistem UMKM berbasis digital.

Pemberdayaan UMKM yang dikelola oleh perempuan di era ekonomi digital merupakan langkah strategis dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan. Digitalisasi membuka peluang baru bagi perempuan untuk mengakses pasar yang lebih luas, memanfaatkan teknologi untuk efisiensi operasional, serta membangun merek usaha secara kreatif dan adaptif. Sementara itu, literasi keuangan menjadi pondasi penting dalam pengambilan keputusan usaha yang bijak dan berorientasi pada keberlangsungan jangka panjang.

Hasil kajian menunjukkan bahwa sinergi antara digitalisasi dan literasi keuangan dapat meningkatkan daya saing UMKM perempuan secara signifikan. Pelatihan yang integratif, pendekatan berbasis komunitas, serta pendampingan yang kontekstual terbukti mampu mengatasi berbagai hambatan yang selama ini membatasi peran perempuan dalam sektor ekonomi produktif. Namun, pemberdayaan ini tidak dapat berdiri sendiri; dibutuhkan dukungan nyata dari pemerintah, lembaga pendidikan, sektor swasta, serta masyarakat sipil untuk menciptakan ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, upaya pemberdayaan UMKM perempuan melalui digitalisasi dan literasi keuangan harus ditempatkan sebagai prioritas dalam kebijakan pembangunan ekonomi dan sosial. Perempuan pelaku UMKM bukan hanya subjek yang diberdayakan, tetapi juga aktor perubahan yang mampu menjadi motor penggerak transformasi digital di tingkat akar rumput. Dengan peningkatan kapasitas dan akses yang setara, UMKM perempuan akan mampu memainkan peran penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, komunitas, dan bangsa di tengah dinamika ekonomi digital global.

Referensi

Kemenkop UKM. (2024). Laporan Tahunan UMKM. Jakarta.

Arifin, Z. (2023). *Literasi Keuangan untuk UMKM*. Jakarta: Gramedia.

Santoso, B. (2022). *Digital Marketing untuk Usaha Kecil*. Yogyakarta: Deepublish.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.

Peraturan Presiden No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan dan Perlindungan UMKM.