

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN BERBASIS DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI KELUARGA DI DESA CIBINGBIN, KECAMATAN BOJONG, KABUPATEN PURWAKARTA

Hani Trisna¹, Rannia Salwa N², Dita Rizki Rachael³, Fadli Apriliano⁴,
Rahma Fitriani⁵, Lidwina Nurika⁶

STIE Wibawa Karta Raharja Purwakarta

Email Korespondensi: ranniasalwanaff2103@gmail.com

ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga melalui pemberdayaan perempuan berbasis digital di Desa Cibingbin, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta. Program dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang dipadukan dengan desain evaluasi kuasi eksperimen *nonequivalent control group pretest-posttest*. Kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan literasi digital, pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, pengelolaan usaha, transaksi digital, serta pendampingan penerapan keterampilan dalam usaha rumah tangga. Hasil pelaksanaan menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan kehadiran 40 peserta dari berbagai jenis usaha. Seluruh peserta mengalami peningkatan nilai dari pretest ke posttest, yang menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, hasil analisis SmartPLS menunjukkan nilai *effect size* (f^2) sebesar 2,485 yang termasuk kategori *very large effect*, sehingga mengindikasikan bahwa pemberdayaan perempuan berbasis digital memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap peningkatan kemandirian ekonomi keluarga. Implikasi kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis literasi digital dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat yang efektif dalam meningkatkan kapasitas perempuan, memperluas akses pasar, memperkuat pengelolaan usaha, serta mendorong peningkatan kesejahteraan keluarga. Model ini juga berpotensi direplikasi pada desa lain yang memiliki karakteristik serupa guna mendukung pembangunan ekonomi masyarakat berbasis transformasi digital.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan, literasi digital, pemasaran digital, kemandirian ekonomi keluarga, pengabdian kepada masyarakat.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan perempuan merupakan strategi penting untuk memperkuat kemandirian ekonomi keluarga, terutama melalui peningkatan literasi keuangan, keterampilan manajemen usaha, dan kemampuan mengambil keputusan ekonomi. Perempuan tidak hanya berperan dalam

pengelolaan rumah tangga, tetapi juga berpotensi menjadi pelaku usaha mikro, pengolah produk lokal, pengelola keuangan usaha, serta penggerak ekonomi di tingkat komunitas. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan dan keterampilan manajemen usaha berperan dalam meningkatkan keberlanjutan usaha perempuan. Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan perlu diarahkan pada penguatan kapasitas usaha, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, perencanaan keuangan, serta pengembangan produk yang memiliki nilai jual. (Aripin & Zuhriyah, 2025; Rahayu et al., 2023).

Perkembangan teknologi digital memperluas peluang perempuan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha berbasis rumah tangga. Pemanfaatan internet, media sosial, marketplace, layanan pembayaran digital, serta aplikasi pencatatan keuangan dapat mendukung promosi produk, komunikasi dengan pelanggan, pengelolaan transaksi, dan perluasan akses pasar. Studi pada pelaku usaha perempuan di Indonesia menunjukkan bahwa pemanfaatan internet berkaitan dengan peningkatan partisipasi perempuan dalam kegiatan kewirausahaan dan pendapatan usaha. Penggunaan media sosial juga terbukti berhubungan positif dengan kinerja usaha e-commerce skala mikro. Selain itu, literasi keuangan digital dan pemanfaatan jejaring sosial dapat memperkuat inklusi keuangan usaha kecil, sedangkan adopsi fintech pada perempuan dipengaruhi oleh literasi digital, dukungan pemerintah, sikap pengguna, serta perbedaan kondisi antara wilayah perkotaan dan perdesaan (Al-shami et al., 2024; Asrofi et al., 2023; Fitriani et al., 2023; Igamo et al., 2024).

Penggunaan media sosial yang efektif tidak cukup hanya membuat akun usaha. Pelaku UMKM perlu membangun konten yang relevan, menjaga interaksi pelanggan, serta mengintegrasikan media sosial dengan proses pemasaran dan layanan pelanggan. Adopsi e-commerce serta pemasaran digital juga berhubungan dengan kinerja keuangan dan jangkauan pasar UMKM.

Pada konteks perempuan, adopsi layanan keuangan digital dipengaruhi oleh literasi, persepsi kemudahan penggunaan, manfaat layanan, sikap, dan kepercayaan pengguna. Studi di Indonesia dan Bangladesh menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital-finansial dapat mendukung inklusi keuangan serta aktivitas kewirausahaan perempuan.

Berdasarkan kondisi tersebut, pemberdayaan perempuan di Desa Cibingbin perlu dirancang secara berbasis digital dan berorientasi pada praktik usaha. Program tidak cukup hanya mengenalkan penggunaan telepon pintar atau media sosial, tetapi perlu membekali perempuan dengan kemampuan membangun identitas usaha, menyiapkan visual produk, menyusun konten promosi, serta mengelola komunikasi pemasaran secara konsisten melalui media digital. Penguatan identitas merek, konten visual,

media sosial, dan pemasaran digital penting karena menjadi bagian dari kapabilitas pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing usaha kecil (Fluhrer & Brahm, 2026; Laradi et al., 2024; Masrianto et al., 2022). Selain itu, peserta perlu dilatih menggunakan katalog digital, merespons calon pelanggan, mengelola pesanan, dan memanfaatkan e-commerce untuk memperluas akses pasar. Penggunaan media sosial dan pemasaran daring yang terintegrasi dengan hubungan pelanggan berpotensi meningkatkan kinerja serta jangkauan usaha UMKM (Gao et al., 2023; Marolt et al., 2022; Tolstoy et al., 2022).

Pelatihan juga perlu mencakup penggunaan pembayaran digital yang disertai literasi keuangan digital, pemahaman manfaat layanan, kemudahan penggunaan, serta kepercayaan terhadap transaksi digital (Alom et al., 2025; Setiawan et al., 2024). Pencatatan keuangan digital sederhana juga penting agar perempuan mampu memantau pendapatan, biaya, dan perkembangan usaha secara lebih tertib (Harmadji & Sunardi, 2023). Dalam konteks Indonesia, adopsi teknologi digital pada perempuan pelaku usaha juga relevan untuk mendukung peningkatan kinerja usaha keluarga (Feranita et al., 2024).

Secara konseptual, pemberdayaan perempuan tidak dapat dipersempit hanya pada pemberian pelatihan singkat atau bantuan modal. Pemberdayaan perlu memperkuat kemampuan perempuan untuk mengakses dan mengelola sumber daya produktif, memperoleh layanan keuangan, mengembangkan keterampilan usaha, membangun jejaring dukungan, serta terlibat dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, akses modal, serta dukungan sosial dapat meningkatkan aktivitas usaha perempuan dan pendapatan keluarga (Purba et al., 2025; Widiastuti et al., 2024). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kombinasi akses pembiayaan dan pelatihan berhubungan dengan peningkatan pendapatan mandiri, kepemilikan aset, tabungan, keterampilan bisnis, serta partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan keuangan rumah tangga (Mengstie, 2022).

Oleh karena itu, kemandirian ekonomi keluarga dapat ditunjukkan melalui terbentuknya sumber pendapatan tambahan, kemampuan mengelola keuangan dan tabungan, peningkatan aset, serta pemenuhan kebutuhan keluarga secara lebih berkelanjutan (Adera & Abdisa, 2023; Alemu et al., 2022; Balasubramanian et al., 2024).

Pemanfaatan teknologi digital semakin relevan karena aktivitas ekonomi usaha mikro kini terhubung melalui media sosial, aplikasi komunikasi bisnis, marketplace, dan layanan pembayaran digital. Bagi perempuan pelaku usaha, WhatsApp Business dapat digunakan untuk menerima dan mengelola pesanan, sedangkan Instagram dan Facebook dapat dimanfaatkan

untuk menampilkan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta memperluas promosi. Penggunaan media sosial oleh usaha kecil perempuan terbukti mendukung proses pemasaran, promosi, dan komunikasi bisnis, meskipun pemanfaatannya masih dipengaruhi oleh keterbatasan keterampilan teknis, biaya, serta kesiapan pengelola usaha (Alhakimi & Albashiri, 2023). Adopsi fintech pada perempuan Indonesia juga dipengaruhi oleh literasi keuangan digital, dukungan lingkungan, persepsi manfaat, dan perbedaan kondisi antara wilayah perkotaan dan perdesaan (Igamo et al., 2024).

Namun, kepemilikan telepon pintar dan akses internet belum secara otomatis menghasilkan penggunaan digital yang produktif. Program pemberdayaan perlu membekali perempuan dengan literasi digital yang aplikatif, seperti kemampuan mencari dan mengevaluasi informasi usaha, membuat foto dan konten promosi, menyusun harga, menggunakan katalog digital, berkomunikasi dengan pelanggan, menjaga keamanan akun, melakukan transaksi digital secara aman, serta mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha. Literasi digital, aksesibilitas teknologi, dan modal manusia dapat memperkuat inovasi serta ketahanan usaha dalam menghadapi perubahan ekonomi digital (Shatila et al., 2025). Literasi keuangan digital juga berkaitan dengan penggunaan layanan keuangan digital dan perilaku keuangan yang lebih baik (Choung et al., 2023). Dalam konteks perempuan pelaku usaha di Indonesia, literasi keuangan digital dan inklusi keuangan digital terbukti berpengaruh positif terhadap pemberdayaan kewirausahaan perempuan (Syahnur et al., 2024).

Kesenjangan digital perempuan tetap menjadi perhatian penting. Kajian sistematis terbaru menunjukkan bahwa perempuan masih menghadapi hambatan pada aspek akses, penggunaan, dan manfaat teknologi digital. Hambatan penggunaan terutama berkaitan dengan rendahnya keterampilan digital, sedangkan hambatan pada tingkat hasil terlihat pada belum optimalnya kemampuan perempuan untuk memperoleh manfaat ekonomi dari teknologi (Singh et al., 2025). Temuan di wilayah perdesaan juga menunjukkan bahwa literasi digital dapat membuka akses perempuan terhadap peluang kerja dan aktivitas ekonomi di luar sektor tradisional (Peng & Feng, 2025). Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan di Desa Cibingbin perlu diarahkan pada pelatihan digital yang praktis, bertahap, dan sesuai dengan kebutuhan usaha keluarga agar teknologi benar-benar menjadi sarana perluasan pasar dan penguatan kemandirian ekonomi keluarga.

Pemberdayaan perempuan berbasis digital sejalan dengan arah pembangunan desa dan pengarusutamaan gender di Indonesia. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, yang terakhir diubah melalui Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024, menegaskan bahwa desa perlu dilindungi dan diberdayakan agar menjadi kuat, maju, mandiri, serta mampu

mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat juga menjadi bagian penting dalam penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan desa. Sementara itu, Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2000 menempatkan pengarusutamaan gender sebagai strategi untuk meningkatkan kedudukan, peran, dan kualitas perempuan melalui perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi pembangunan yang berperspektif gender.

Penguatan kapasitas digital perempuan menjadi salah satu bentuk implementasi konkret dari kebijakan tersebut. Transformasi ekonomi desa tidak cukup hanya memperluas akses pembiayaan dan pasar, tetapi juga harus meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengadopsi teknologi secara produktif. Evaluasi Program Transformasi Ekonomi Kampung Terpadu di Indonesia Timur menunjukkan bahwa akses keuangan dan pasar dapat meningkat, tetapi capaian adopsi teknologi masih memerlukan perhatian khusus. Temuan tersebut menegaskan pentingnya pelatihan digital yang sesuai dengan kebutuhan, kondisi sosial, dan kemampuan warga desa (Putra et al., 2025).

Pemberdayaan perempuan berbasis digital juga perlu diarahkan pada perluasan akses terhadap layanan keuangan, informasi usaha, pasar, dan pengambilan keputusan ekonomi. Studi di sejumlah negara Asia menunjukkan bahwa inklusi keuangan digital yang responsif gender berpotensi memperkuat pemberdayaan perempuan dan mendukung pengurangan kemiskinan (Kumari et al., 2025). Studi lain menunjukkan bahwa akses perempuan terhadap layanan keuangan digital dapat meningkatkan peran ekonomi dan kemandirian mereka dalam mengambil keputusan keuangan (Mabrouk et al., 2023). Namun, pelaksanaan program di tingkat desa tetap perlu memperhatikan norma sosial dan relasi gender dalam keluarga. Penelitian di Jawa Barat menunjukkan bahwa norma sosial masih memengaruhi keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi berbasis pertanian (Qanti et al., 2022). Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan di Desa Cibingbin perlu disusun secara inklusif, praktis, dan sensitif gender melalui pelatihan literasi digital, pemasaran digital, pengelolaan usaha, transaksi digital aman, serta penguatan peran perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga.

Urgensi program pemberdayaan perempuan berbasis digital semakin terlihat dari perkembangan kapasitas digital masyarakat Indonesia. Hasil pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia tahun 2024 menunjukkan bahwa pilar pemberdayaan digital masih memperoleh skor 25,66, sedangkan pilar pekerjaan digital mencapai skor 38,09. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi untuk memperkuat aktivitas ekonomi, akses pekerjaan, dan pemberdayaan masyarakat masih perlu ditingkatkan secara lebih terarah (BPSDM Komdigi, 2024).

Kondisi tersebut penting diperhatikan karena akses terhadap perangkat digital belum selalu diikuti oleh kemampuan untuk memanfaatkannya secara produktif. Studi di Indonesia menunjukkan adanya kesenjangan literasi digital berdasarkan gender dan generasi, sehingga perempuan memerlukan penguatan keterampilan digital yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari dan aktivitas ekonomi mereka (Long et al., 2023). Literasi digital juga berperan dalam mendorong pemanfaatan e-commerce, terutama melalui kemampuan memperoleh informasi, menggunakan transaksi digital, memahami pemasaran daring, dan membangun jejaring usaha (Zhang & Zhang, 2024).

Bagi perempuan di wilayah perdesaan, pendampingan digital yang praktis dapat membuka peluang untuk menggunakan telepon pintar sebagai sarana memperoleh informasi usaha, berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk, mengelola transaksi, serta memperluas akses pasar. Penelitian pada perempuan pelaku usaha perdesaan menunjukkan bahwa penggunaan telepon seluler berkaitan dengan peningkatan pemberdayaan ekonomi, sosial, teknologi, psikologis, dan politik perempuan (Rahman et al., 2023). Selain itu, literasi keuangan digital terbukti berhubungan dengan inklusi keuangan digital pada rumah tangga di Indonesia, sehingga pelatihan digital perlu mencakup kemampuan menggunakan pembayaran digital dan mengelola transaksi usaha secara aman (Widyastuti et al., 2024).

Penguatan keterampilan digital juga perlu disertai peningkatan kepercayaan diri perempuan dalam menggunakan teknologi untuk tujuan usaha. Keterampilan digital dan persepsi atas kemampuan teknologi terbukti memengaruhi niat menggunakan teknologi informasi dalam aktivitas kewirausahaan serta orientasi berwirausaha seseorang (Barra et al., 2024). Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan di Desa Cibingbin perlu dilakukan melalui pendampingan yang aplikatif, bertahap, dan berbasis praktik agar teknologi digital tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi juga menjadi sarana peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi keluarga.

Desa Cibingbin, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta, memiliki modal demografis yang cukup besar untuk pengembangan pemberdayaan ekonomi keluarga. Data tahun 2024 menunjukkan bahwa desa ini memiliki 5.650 penduduk, terdiri atas 2.976 laki-laki dan 2.674 perempuan. Desa Cibingbin memiliki luas wilayah 3,30 km² serta berjarak sekitar 3 km dari ibu kota kecamatan dan 38 km dari ibu kota Kabupaten Purwakarta. Selain jarak geografis, kondisi akses perdagangan juga perlu diperhatikan. Pada tahun 2024, Desa Cibingbin belum memiliki kelompok pertokoan, pasar permanen, pasar semi permanen, pasar tanpa bangunan, maupun minimarket. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha

keluarga perlu didukung oleh strategi yang mampu memperluas akses pasar di luar transaksi fisik lokal. (disdukcapil.purwakartakab.go.id)

Digitalisasi dapat menjadi salah satu strategi untuk memperluas peluang ekonomi masyarakat Desa Cibingbin. Pemanfaatan e-commerce, media sosial bisnis, pembayaran digital, dan jejaring pemasaran daring memungkinkan pelaku usaha rumah tangga mengenalkan produk kepada konsumen di luar wilayah desa. Penelitian pada 338 UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi e-commerce dapat meningkatkan pengenalan merek dan kesadaran pelanggan, yang selanjutnya memperkuat kinerja usaha serta akses terhadap layanan keuangan formal (Wirdiyanti et al., 2023). Studi lain pada UMKM sektor pangan di Indonesia juga menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce, kesiapan teknologi, kapasitas inovasi, dan dukungan pemerintah berperan dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital (Wijaya et al., 2025).

Namun, digitalisasi tidak dapat diposisikan hanya sebagai penggunaan aplikasi atau media sosial. Strategi digital perlu disertai penguatan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam pengelolaan produk, pemasaran, komunikasi pelanggan, pencatatan transaksi, dan pemanfaatan layanan keuangan digital. Studi tentang kesiapan transformasi digital UMKM di Indonesia menemukan bahwa keterbatasan sumber daya manusia, kemampuan pemasaran, literasi digital, manajemen usaha, dan akses pembiayaan masih menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan teknologi (Anatan & Nur, 2023). Karena itu, program pemberdayaan perempuan di Desa Cibingbin perlu dirancang secara praktis melalui pelatihan pemasaran digital, pembuatan konten produk, pengelolaan katalog daring, penggunaan pembayaran digital, serta pencatatan keuangan sederhana. Pendekatan tersebut sejalan dengan kajian transformasi digital perdesaan yang menekankan pentingnya akses teknologi, kesiapan sosial, dan penguatan kapasitas masyarakat agar digitalisasi benar-benar memberi manfaat ekonomi lokal (Cen et al., 2022; Rijswijk et al., 2021).

Bagi perempuan di Desa Cibingbin, penguatan pemasaran digital juga berpotensi membuka ruang usaha yang lebih fleksibel dan sesuai dengan aktivitas rumah tangga. Penelitian tentang e-commerce perdesaan menunjukkan bahwa pengembangan ekosistem e-commerce dapat meningkatkan peluang perempuan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan melalui peningkatan penggunaan teknologi informasi, penguatan keterampilan, serta pengurangan hambatan modal dan jejaring sosial (Dong et al., 2024). Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan berbasis digital di Desa Cibingbin penting diarahkan untuk memperluas pasar produk lokal, memperkuat usaha keluarga, dan mengurangi ketergantungan masyarakat pada akses perdagangan fisik di pusat kecamatan maupun kabupaten.

Data Potensi Desa tahun 2024 menunjukkan bahwa Desa Cibingbin belum memiliki bank, koperasi aktif, pasar permanen, pasar semi permanen, minimarket, maupun agen jasa ekspedisi swasta. Keterbatasan tersebut berpotensi menghambat masyarakat dalam mengakses layanan keuangan formal, memasarkan produk, mendistribusikan barang, dan membangun jejaring perdagangan di luar wilayah desa. Dalam kondisi seperti ini, digitalisasi dapat menjadi strategi pelengkap untuk memperluas akses ekonomi melalui promosi daring, media sosial bisnis, marketplace, pembayaran digital, dan komunikasi langsung dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital dapat membantu pelaku usaha kecil menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi keberhasilannya tetap dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur, literasi digital, tingkat kepercayaan terhadap transaksi daring, serta kesiapan pelaku usaha dalam mengelola teknologi tersebut (Bao et al., 2025; Yuwono et al., 2024).

Bagi masyarakat Desa Cibingbin, khususnya perempuan pelaku usaha rumahan, penggunaan layanan digital dapat membuka akses terhadap pemasaran, pencatatan transaksi, pembayaran non-tunai, dan informasi peluang usaha. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi fintech pada UMKM dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat teknologi, literasi keuangan, kepercayaan, inovasi pengguna, serta dukungan pemerintah (Nugraha et al., 2022; Setiawan et al., 2025). Namun, digitalisasi tidak sepenuhnya menggantikan kebutuhan akan distribusi barang dan layanan logistik. Penelitian tentang platform e-logistics menunjukkan bahwa layanan digital dapat meningkatkan penjualan dan efisiensi akses pasar, tetapi manfaatnya belum tentu dirasakan secara setara oleh perempuan tanpa pelatihan yang responsif gender, akses pembiayaan, dan desain layanan yang inklusif (Daudu et al., 2025).

Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan berbasis digital di Desa Cibingbin perlu dilaksanakan melalui pendampingan yang praktis dan bertahap. Materi perlu mencakup pembuatan profil usaha, katalog produk, promosi melalui WhatsApp Business dan media sosial, penggunaan pembayaran digital yang aman, pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan pesanan, serta pengenalan pilihan pengiriman dan kerja sama distribusi. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu perempuan mengurangi ketergantungan pada pasar fisik lokal, memperluas jangkauan konsumen, dan memperkuat kemandirian ekonomi keluarga.

Kesenjangan yang muncul terletak pada perbedaan antara potensi teknologi digital dan kemampuan perempuan desa dalam memanfaatkannya untuk kegiatan ekonomi. Banyak perempuan telah menggunakan telepon pintar dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, penggunaan tersebut belum tentu diarahkan untuk promosi produk, pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, pemasaran digital, atau

pengembangan jaringan pelanggan. Tanpa pelatihan yang terarah, teknologi hanya digunakan sebagai alat komunikasi, bukan sebagai sarana penguatan ekonomi keluarga.

Program pemberdayaan yang dibutuhkan tidak cukup dilakukan melalui sosialisasi satu kali. Perempuan Desa Cibingbin perlu memperoleh pendampingan yang berkelanjutan. Pendampingan tersebut dapat mencakup identifikasi potensi usaha keluarga, pengembangan produk lokal, pembuatan identitas usaha, fotografi produk sederhana, penyusunan konten promosi, penggunaan WhatsApp Business, pemanfaatan media sosial, pencatatan keuangan digital, serta pengenalan transaksi digital yang aman. Pendekatan ini penting agar peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan program pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pemberdayaan Perempuan Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga di Desa Cibingbin, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta.” Program ini difokuskan pada peningkatan literasi digital, keterampilan kewirausahaan, kemampuan pemasaran digital, dan pengelolaan ekonomi keluarga bagi perempuan. Melalui program ini, perempuan diharapkan mampu mengembangkan usaha berbasis potensi lokal, memperluas akses pasar, meningkatkan pendapatan keluarga, serta membangun kemandirian ekonomi yang lebih berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

1. Pendekatan PKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* yang dipadukan dengan desain evaluasi *kuasi eksperimen nonequivalent control group pretest-posttest*. Pendekatan ini dipilih agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima pelatihan, tetapi ikut terlibat dalam identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, evaluasi, serta tindak lanjut pengembangan usaha.

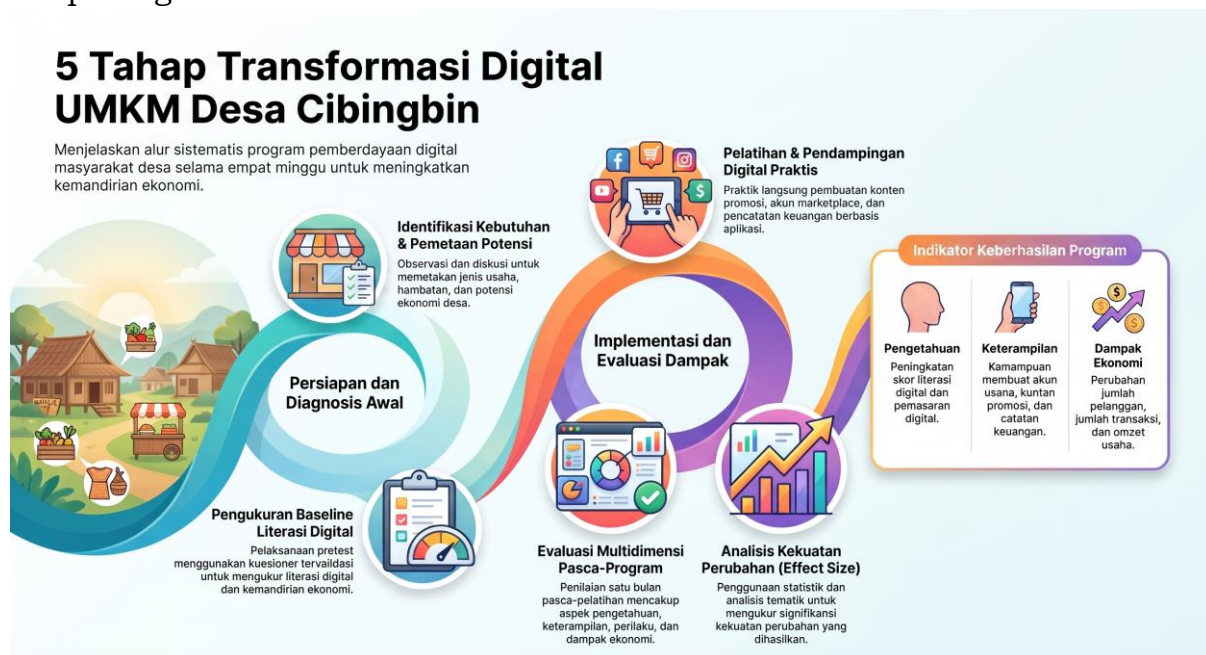
Subjek kegiatan terdiri atas perempuan usia produktif di Desa Cibingbin, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta, yang telah atau berminat menjalankan usaha rumah tangga. Peserta dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria: memiliki telepon pintar, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, memiliki atau sedang merintis usaha, serta bersedia menjadi responden evaluasi. Jumlah peserta minimal sebanyak 30 orang sebagai kelompok intervensi. Pemberdayaan perempuan berbasis digital diukur dengan mengadopsi teori pemberdayaan perempuan dari Kabeer (1999). Teori ini dioperasionalkan ke dalam 4 dimensi, yaitu sumber daya digital,

kompetensi digital, pemanfaatan digital produktif, dan pengambilan keputusan ekonomi digital, dengan total 10 indikator pengukuran.

Kemandirian ekonomi keluarga diukur dengan mengadopsi teori Family Resource Management dari Deacon dan Firebaugh (1988). Teori ini dioperasionalkan ke dalam 3 dimensi, yaitu kemampuan memperoleh penghasilan, pengelolaan keuangan keluarga, serta tabungan dan aset keluarga, dengan total 10 indikator pengukuran. Link kuesioner: <https://forms.gle/oFWiRMfV6tCEMoW96>

2. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama kurang lebih empat minggu melalui lima tahap.

Tahapan ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan digital, dan kemandirian ekonomi peserta. Pelaksanaan dimulai dari diagnosis awal, identifikasi kebutuhan, pelatihan digital, implementasi, hingga evaluasi dampak. Adapun alur kegiatan disajikan pada gambar berikut.



Gambar tahapan pelaksanaan PkM

Sumber: Data diolah dengan NotebookLM, (2026)

3. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan digunakan untuk mengukur capaian program secara objektif. Pengukuran mencakup kehadiran peserta, peningkatan pengetahuan, kemampuan digital, pencatatan keuangan, serta perubahan omzet dan kepercayaan diri peserta, sebagai berikut:

FALSAFA

Jurnal Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 Nomor 7 Juli 2026

P-ISSN: xxxx-xxxx E-ISSN: xxxx-xxxx



Sumber: Data diolah dengan NotebookLM, (2026)

HASIL PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Absensi Kehadiran Peserta

KULIAH PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (KPPM) SITE WIKARA 2026 KELOMPOK 4 DESA CIBINGBIN KECAMATAN BOJONG KABUPATEN PURWAKARTA				
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR UMKM				
"Meningkatkan Keterampilan Ekonomi Keluarga melalui Digitalisasi UMKM dan Pemberdayaan Perempuan"				
Hari/Tanggal : Selasa, 7 Juli 2026				
Waktu : 08.00 WIB - Selesai				
Tempat : Aula Kantor Desa Cibingbin				
No	Nama Lengkap	Kelurahan (Kantor Desa)	RT/RW / Dusun	Usia / Jenis Kelamin
1	...	...	...	...
2	...	...	...	...
3	...	...	...	...
4	...	...	...	...
5	...	...	...	...
6	...	...	...	...
7	...	...	...	...
8	...	...	...	...
9	...	...	...	...
10	...	...	...	...
11	...	...	...	...
12	...	...	...	...
13	...	...	...	...
14	...	...	...	...
15	...	...	...	...
16	...	...	...	...
17	...	...	...	...
18	...	...	...	...
19	...	...	...	...
20	...	...	...	...
21	...	...	...	...
22	...	...	...	...
23	...	...	...	...
24	...	...	...	...
25	...	...	...	...
26	...	...	...	...
27	...	...	...	...
28	...	...	...	...
29	...	...	...	...
30	...	...	...	...
31	...	...	...	...
32	...	...	...	...
33	...	...	...	...
34	...	...	...	...
35	...	...	...	...
36	...	...	...	...
37	...	...	...	...
38	...	...	...	...
39	...	...	...	...
40	...	...	...	...

Pelatihan UMKM dalam program pengabdian kepada masyarakat di Desa Cibingbin dihadiri oleh 40 peserta dari beragam jenis usaha, seperti warung, kuliner rumahan, makanan ringan, minuman, dan perdagangan kecil. Kehadiran ini menunjukkan antusiasme pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan usaha, khususnya dalam digitalisasi pemasaran dan penguatan ekonomi keluarga.

2. Pemaparan materi



Gambar pemaparan materi pelatihan di atas menekankan bahwa pemberdayaan perempuan merupakan strategi untuk mengurangi kemiskinan, memperluas akses terhadap sumber daya, dan meningkatkan kualitas hidup keluarga. Kemiskinan dipahami bukan hanya sebagai kekurangan pendapatan, tetapi juga akibat ketimpangan struktural, keterbatasan pendidikan, akses modal, layanan, dan peluang usaha. Karena itu, perempuan perlu diperkuat sebagai pengelola keuangan keluarga, pelaku UMKM, serta pengambil keputusan. Penguatan tersebut didukung melalui kebijakan desa, pengembangan potensi lokal, praktik kelembagaan seperti KWT, PKK, koperasi desa, desa wisata, dan bank sampah.

Materi juga menjelaskan pentingnya digitalisasi ekonomi desa untuk mempercepat kemandirian ekonomi perempuan. Digitalisasi dapat membuka akses promosi, pemasaran melalui media sosial, penggunaan platform digital, layanan logistik, dan keuangan digital, dengan tetap memperhatikan keamanan siber. Kurikulum pemberdayaan mencakup penguatan kesadaran diri, kesetaraan gender, ketahanan keluarga, kesehatan, pengelolaan ekonomi rumah tangga, pemenuhan kebutuhan dasar, hingga resiliensi lingkungan. Seluruh proses tersebut diarahkan agar perempuan memiliki keterampilan usaha, literasi digital, jejaring pemasaran, dan kemampuan mengambil keputusan demi terciptanya keluarga yang lebih sejahtera.

3. Evaluasi Pelatihan**a. Hasil Pre test dan post test peserta**

No	Nama Peserta	Pre-test	Post test	No	Nama Peserta	Pre-test	Post test
1	Eti Nurbaeti	4	10	21	Apipudin	4	10
2	Rini Marhati	6	10	22	Ujang Suleman	4	10
3	Sumarni	6	10	23	Jajat Munajat	4	10
4	Marini	6	10	24	Wawansih	4	10
5	Nina Sopiya	6	10	25	Rani Nuraeni	4	10
6	Titing Y	8	10	26	Roni	6	10
7	Iis Setyawan	4	10	27	Nanang M	4	10
8	Ai Ismahwati	4	10	28	Eli Lindriani	4	10
9	Yayan Y	6	10	29	Agung Suryana	4	10
10	Jaenudin	6	10	30	Yono	6	10
11	Cucu Canca	6	10	31	Yen Puadrah	6	10
12	Tuti	6	10	32	Nuyuh	6	10
13	Omah	6	10	33	Ayoh	6	10
14	Yusrawati	6	10	34	R. Saemi	6	10
15	Atang	4	10	35	Jajang M. N.	6	10
16	Ilah	6	10	36	Peki Sepnadi	6	10
17	Endang	8	10	37	Nunung	8	10
18	Rahmat H.	8	10	38	Endah	6	10
19	Omele	4	10	39	Lilis	4	10
20	Tasum	6	10	40	Edi	4	10

b. Effect Size (Analisis Kekuatan Perubahan)

	f-square
PP -> KE	2.485

Berdasarkan hasil analisis SmartPLS, diperoleh nilai effect size (f^2) sebesar 2,485 pada pengaruh Pemberdayaan Perempuan Berbasis Digital terhadap Kemandirian Ekonomi Keluarga. Mengacu pada

kriteria Cohen (1988), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan efek kecil, 0,15 menunjukkan efek sedang, dan 0,35 menunjukkan efek besar. Dengan demikian, nilai f^2 sebesar 2,485 menunjukkan effect size yang sangat besar (very large effect).

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan pemberdayaan perempuan berbasis digital memberikan perubahan yang sangat kuat terhadap peningkatan kemandirian ekonomi keluarga peserta. Artinya, program pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam mengaplikasikan keterampilan tersebut untuk mendukung aktivitas ekonomi keluarga.

Ditinjau dari Women's Empowerment Framework yang dikembangkan oleh Naila Kabeer, perubahan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan telah memperkuat tiga dimensi pemberdayaan perempuan. Pada dimensi resources, peserta memperoleh tambahan sumber daya berupa pengetahuan, keterampilan digital, dan akses terhadap informasi maupun peluang ekonomi berbasis teknologi. Pada dimensi agency, pelatihan meningkatkan kemampuan peserta dalam mengambil keputusan, mengelola usaha, memanfaatkan media digital untuk pemasaran, serta mengembangkan aktivitas ekonomi secara lebih mandiri. Selanjutnya, pada dimensi achievements, peningkatan kapasitas tersebut tercermin pada bertambahnya kemampuan perempuan dalam menciptakan peluang usaha, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat kontribusi terhadap kemandirian ekonomi keluarga.

Hasil ini juga selaras dengan Digital Literacy Global Framework UNESCO, yang menekankan bahwa penguasaan kompetensi digital—meliputi literasi informasi dan data, komunikasi dan kolaborasi digital, pembuatan konten digital, keamanan digital, pemecahan masalah, pengoperasian perangkat, serta kompetensi digital terkait pekerjaan—menjadi faktor penting dalam meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat. Pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan kompetensi tersebut sehingga peserta lebih siap memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan ekonomi produktif.

Dengan demikian, nilai effect size (f^2) sebesar 2,485 menunjukkan bahwa program pelatihan pemberdayaan perempuan berbasis digital memiliki efektivitas yang sangat tinggi dalam menghasilkan perubahan pada kemandirian ekonomi keluarga. Besarnya nilai effect size tersebut mengindikasikan bahwa intervensi pelatihan memberikan dampak yang substantif dan bermakna, sehingga

program ini layak dijadikan salah satu model pemberdayaan masyarakat berbasis literasi digital untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan berbasis digital merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga di Desa Cibingbin. Efektivitas program terlihat dari tingginya partisipasi peserta, peningkatan hasil pretest menjadi posttest, serta nilai effect size (f^2) sebesar 2,485 yang termasuk kategori sangat besar (very large effect). Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga menghasilkan perubahan kapasitas yang bermakna dalam mendukung aktivitas ekonomi keluarga. Dengan demikian, intervensi yang diberikan memiliki kekuatan perubahan yang tinggi sehingga layak dijadikan model pemberdayaan masyarakat berbasis digital.

Keberhasilan program dapat dijelaskan melalui Women's Empowerment Framework dari Naila Kabeer yang memandang pemberdayaan sebagai proses yang terdiri atas resources, agency, dan achievements. Pada tahap resources, peserta memperoleh tambahan sumber daya berupa pengetahuan tentang pemasaran digital, penggunaan media sosial, pembayaran digital, serta pengelolaan usaha dan keuangan sederhana. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta telah memiliki telepon pintar, tetapi belum memanfaatkannya secara optimal untuk kegiatan ekonomi produktif. Pelatihan memberikan akses terhadap informasi, keterampilan, dan peluang ekonomi yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa sumber daya digital bukan hanya berupa kepemilikan perangkat, tetapi juga kemampuan menggunakan perangkat tersebut untuk meningkatkan produktivitas usaha.

Pada dimensi **agency**, pelatihan meningkatkan kemampuan peserta dalam mengambil keputusan ekonomi secara lebih mandiri. Peserta mulai memahami cara memilih media digital yang sesuai untuk memasarkan produk, menyusun konten promosi, berkomunikasi dengan pelanggan melalui WhatsApp Business, serta memanfaatkan pembayaran digital dalam transaksi usaha. Kemampuan tersebut memperkuat kepercayaan diri peserta dalam menjalankan usaha rumah tangga dan memperluas peluang memperoleh pendapatan tambahan. Peningkatan kapasitas pengambilan keputusan ini menjadi indikator penting bahwa pemberdayaan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku ekonomi perempuan.

Sementara itu, pada dimensi achievements, hasil pelatihan tercermin dari meningkatnya kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital sebagai salah satu sumber pendapatan keluarga. Walaupun pelaksanaan program berlangsung dalam waktu yang relatif singkat, peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital menjadi modal awal yang penting untuk meningkatkan produktivitas usaha, memperluas akses pasar, dan memperkuat kemandirian ekonomi keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membangun fondasi pemberdayaan yang dapat dikembangkan melalui pendampingan lanjutan.

Temuan tersebut juga sejalan dengan Digital Literacy Global Framework UNESCO yang menegaskan bahwa kompetensi digital meliputi kemampuan mengakses informasi, berkomunikasi dan berkolaborasi secara digital, membuat konten digital, menjaga keamanan digital, memecahkan masalah, mengoperasikan perangkat, serta memanfaatkan teknologi dalam aktivitas pekerjaan. Materi pelatihan yang diberikan telah mencakup sebagian besar kompetensi tersebut melalui praktik penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, penyusunan katalog produk, komunikasi dengan pelanggan, serta pengenalan transaksi digital. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya meningkatkan literasi digital peserta, tetapi juga mengarahkan penggunaan teknologi pada aktivitas ekonomi yang produktif.

Besarnya nilai effect size ($f^2 = 2,485$) menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi bukan sekadar peningkatan pengetahuan jangka pendek, melainkan perubahan yang memiliki makna praktis terhadap peningkatan kapasitas ekonomi peserta. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, ukuran effect size lebih penting dibandingkan hanya melihat perbedaan nilai sebelum dan sesudah pelatihan karena menggambarkan besarnya dampak intervensi yang diberikan. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa program pemberdayaan perempuan berbasis digital memiliki kontribusi yang sangat kuat terhadap peningkatan kemandirian ekonomi keluarga, sehingga pelatihan dapat dikatakan efektif sebagai bentuk intervensi pemberdayaan masyarakat.

Hasil pengabdian ini juga menguatkan berbagai penelitian terdahulu. Aripin dan Zuhriyah (2025) menyatakan bahwa literasi keuangan dan keterampilan manajemen usaha mampu meningkatkan kapasitas ekonomi perempuan. Asrofi et al. (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan internet mendorong partisipasi perempuan dalam aktivitas kewirausahaan, sedangkan Feranita et al. (2024) membuktikan bahwa adopsi teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha perempuan. Selain itu, Gao et al. (2023) dan Marolt et al. (2022) menjelaskan bahwa pemasaran digital melalui media sosial dapat meningkatkan jangkauan pasar dan kinerja UMKM. Temuan pengabdian ini memperluas hasil penelitian tersebut karena menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital melalui pelatihan singkat

pun mampu menghasilkan perubahan yang sangat kuat pada kapasitas ekonomi perempuan di tingkat desa.

Karakteristik Desa Cibingbin turut memperkuat relevansi program ini. Keterbatasan fasilitas perdagangan, minimnya akses terhadap pasar modern, serta belum tersedianya berbagai layanan ekonomi formal menjadikan digitalisasi sebagai alternatif strategis dalam memperluas akses pasar bagi pelaku usaha rumah tangga. Melalui pemanfaatan media sosial, komunikasi digital, dan transaksi elektronik, perempuan memperoleh kesempatan untuk menjangkau konsumen di luar wilayah desa tanpa harus bergantung pada keberadaan pasar fisik. Oleh karena itu, pelatihan digital tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga menjadi strategi adaptif dalam mengatasi keterbatasan infrastruktur ekonomi lokal.

Meskipun demikian, keberhasilan program masih memerlukan tindak lanjut agar perubahan yang telah terbentuk dapat dipertahankan. Pelatihan yang berlangsung dalam waktu terbatas perlu dilanjutkan melalui pendampingan usaha, monitoring implementasi pemasaran digital, penguatan pencatatan keuangan, serta perluasan jejaring pemasaran dengan pemerintah desa, pelaku usaha, dan lembaga pendukung UMKM. Pendampingan berkelanjutan akan membantu peserta mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh sehingga manfaat program tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi berlanjut menjadi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan berbasis digital merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas perempuan dalam mengelola usaha, memanfaatkan teknologi digital secara produktif, serta memperkuat kemandirian ekonomi keluarga. Besarnya nilai effect size memperlihatkan bahwa intervensi pelatihan memberikan dampak yang sangat kuat, sehingga model pemberdayaan ini berpotensi direplikasi pada desa-desa lain yang memiliki karakteristik serupa sebagai bagian dari upaya penguatan ekonomi masyarakat berbasis transformasi digital.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan perempuan berbasis digital di Desa Cibingbin, Kecamatan Bojong, Kabupaten Purwakarta terbukti berjalan dengan baik dan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam mendukung kemandirian ekonomi keluarga. Pelaksanaan pelatihan yang meliputi literasi digital, pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, pengelolaan usaha, serta pengenalan transaksi digital berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan hasil pretest menjadi posttest.

Hasil analisis effect size (f^2) sebesar 2,485 menunjukkan bahwa intervensi pelatihan memiliki kekuatan perubahan yang sangat besar (*very large effect*) terhadap peningkatan kemandirian ekonomi keluarga. Temuan ini mengindikasikan bahwa program tidak hanya memberikan tambahan pengetahuan, tetapi juga memperkuat kemampuan perempuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi produktif, memperluas akses pasar, serta meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan ekonomi.

Ditinjau dari *Women's Empowerment Framework* yang dikemukakan oleh Naila Kabeer, pelatihan berhasil memperkuat dimensi *resources* melalui peningkatan akses terhadap pengetahuan dan keterampilan digital, dimensi *agency* melalui peningkatan kemampuan mengambil keputusan dan mengelola usaha berbasis digital, serta dimensi *achievements* melalui meningkatnya kesiapan peserta dalam mengembangkan usaha yang berkontribusi pada kemandirian ekonomi keluarga. Hasil ini juga sejalan dengan Digital Literacy Global Framework UNESCO yang menegaskan pentingnya kompetensi digital sebagai modal dalam meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil tersebut, pemberdayaan perempuan berbasis digital dapat dijadikan sebagai salah satu model pengabdian kepada masyarakat yang efektif untuk memperkuat ekonomi keluarga, khususnya di wilayah perdesaan yang memiliki keterbatasan akses terhadap pasar dan layanan ekonomi. Agar dampak program lebih berkelanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan melalui penguatan pemasaran digital, pengembangan jejaring usaha, pencatatan keuangan digital, serta evaluasi berkala terhadap perkembangan usaha peserta sehingga peningkatan kapasitas yang telah dicapai dapat berkembang menjadi peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Adera, A., & Abdisa, L. T. (2023). Financial inclusion and women's economic empowerment: Evidence from Ethiopia. *Cogent Economics & Finance*, 11(2), Article 2244864. <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2244864>
- Alemu, A., Woltamo, T., & Abuto, A. (2022). Determinants of women participation in income generating activities: Evidence from Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11, Article 66. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00260-1>
- Alhakimi, W., & Albashiri, S. (2023). Social media adoption by women entrepreneurial small businesses. *Asia Pacific Journal of Innovation and*

- Entrepreneurship*, 17(3–4), 158–175. <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2023-0060>
- Alom, K., Rahman, M. Z., Khan, A. I., Akbar, D., Hossain, M. M., Ali, M. A., & Mallick, A. (2025). Digital finance leads women entrepreneurship and poverty mitigation for sustainable development in Bangladesh. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, Article 34. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00471-2>
- Al-shami, S. A., Damayanti, R., Adil, H., Farhi, F., & Al Mamun, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*, 10(15), e34902. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, small, and medium enterprises' readiness for digital transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6), Article 156. <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Aripin, & Zuhriyah, N. A. (2025). Empowering women through financial literacy and business management skill: Empirical evidence from Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, 101976. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101976>
- Asrofi, D. A. N., Pratomo, D. S., & Pangestuty, F. W. (2023). Internet utilization and Indonesian female entrepreneurs during the COVID-19 pandemic. *Cogent Social Sciences*, 9(2), 2273347. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2273347>
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional. (2023). *Metadata indikator kinerja komponen tahun 2023*.
- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Komunikasi dan Digital. (2024). *Peluncuran hasil pengukuran Indeks Masyarakat Digital Indonesia tahun 2024*. Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta. (2024). *Kecamatan Bojong dalam angka 2024*. BPS Kabupaten Purwakarta.
- Balasubramanian, P., Ibanez, M., Khan, S., & Sahoo, S. (2024). Does women's economic empowerment promote human development in low- and middle-income countries? A meta-analysis. *World Development*, 178, Article 106588. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106588>
- Bao, M., Latif, S., Bao, D., Latif, Z., & Lu, J. (2025). Overcoming e-commerce barriers in developing markets: A review of data-driven strategies for sustainable growth. *Sustainable Futures*, 10, 101408. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101408>
- Barra, C., Grimaldi, M., Muazzam, A., Troisi, O., & Visvizi, A. (2024). Digital divide, gender gap, and entrepreneurial orientation: How to foster technology adoption among Pakistani higher education students? *Socio-*

- Economic Planning Sciences*, 93, Article 101904.
<https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.101904>
- Cen, T., Lin, S., & Wu, Q. (2022). How does digital economy affect rural revitalization? The mediating effect of industrial upgrading. *Sustainability*, 14(24), Article 16987.
<https://doi.org/10.3390/su142416987>
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T.-Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58(Part B), 104438.
<https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Daudu, A. K., Aderinoye-Abdulwahab, S. A., Kareem, O. W., Karakara, A. A.-W., Olatinwo, L. K., & Egbewole, H. O. (2025). Gendered access to e-logistics platforms in urban agriculture: Micro-level evidence from Nigeria. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, 143.
<https://doi.org/10.1186/s13731-025-00605-6>
- Deacon, R. E., & Firebaugh, F. M. (1988). *Family resource management: Principles and applications* (2nd ed.). Allyn and Bacon.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Purwakarta. (2024). *Data agregat kependudukan semester II tahun 2024*. Pemerintah Kabupaten Purwakarta.
- Dong, S., Wang, N., Fan, C., Chen, S., & Zhang, L. (2024). E-commerce and rural women entrepreneurship: Based on the quasi-natural experiment of comprehensive demonstration policy for e-commerce in rural areas. *Economic Analysis and Policy*, 83, 749–765.
<https://doi.org/10.1016/j.eap.2024.07.018>
- Feranita, N. V., Dwimahendrawan, A., & Asmuni. (2024). Digital technology adoption and performance of women entrepreneurs: Findings from East Java. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 18(3), 302–312.
<https://doi.org/10.32815/jibeka.v18i3.2011>
- Fitriani, N., Setiawan, D., Aryani, Y. A., & Arifin, T. (2023). Does social media affect performance in e-commerce business? The role of customer management. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(4), 100171.
<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100171>
- Fluhrer, P., & Brahm, T. (2026). How small businesses build their brands in a digital world: A systematic review. *Review of Managerial Science*, 20, 1965–2000. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00931-9>
- Gao, J., Siddik, A. B., Abbas, S. K., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of e-commerce and digital marketing adoption on the financial and sustainability performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic: An empirical study. *Sustainability*, 15(2), Article 1594. <https://doi.org/10.3390/su15021594>

- Harmadji, D. E., & Sunardi. (2023). Digital accounting, behavior, and innovation on the financial performance of SMEs. *AFRE: Accounting and Financial Review*, 6(1), 66–76. <https://doi.org/10.26905/afr.v6i1.10179>
- Igamo, A. M., Al Rachmat, R., Siregar, M. I., Gariba, M. I., Cherono, V., Wahyuni, A. S., & Setiawan, B. (2024). Factors influencing fintech adoption for women in the post-COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100236. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100236>
- Igamo, A. M., Al Rachmat, R., Siregar, M. I., Gariba, M. I., Cherono, V., Wahyuni, A. S., & Setiawan, B. (2024). Factors influencing fintech adoption for women in the post-COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100236. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100236>
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464. doi: 10.1111/1467-7660.00125
- Kumari, D., Giri, A. K., & Saruparia, C. (2025). Role of gender-based digital financial inclusion and women empowerment in poverty reduction: Evidence from Asian countries. *Discover Sustainability*, 6, Article 283. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01095-y>
- Laradi, S., Elfekair, A., Alrawad, M., Hashim, M., & Derouez, F. (2024). Leveraging capabilities of social media marketing for business success. *Computers in Human Behavior Reports*, 16, Article 100524. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100524>
- Law, N., Woo, D., de la Torre, J., & Wong, G. (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills for indicator 4.4.2*. UNESCO Institute for Statistics.
- Long, T. Q., Hoang, T. C., & Simkins, B. (2023). Gender gap in digital literacy across generations: Evidence from Indonesia. *Finance Research Letters*, 58, Article 104588. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104588>
- Mabrouk, F., Bousrih, J., Elhaj, M., Binsuwadan, J., & Alofaysan, H. (2023). Empowering women through digital financial inclusion: Comparative study before and after COVID-19. *Sustainability*, 15(12), Article 9154. <https://doi.org/10.3390/su15129154>
- Marolt, M., Zimmermann, H.-D., & Pucihar, A. (2022). Social media use and business performance in SMEs: The mediating roles of relational social commerce capability and competitive advantage. *Sustainability*, 14(22), Article 15029. <https://doi.org/10.3390/su142215029>
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital marketing utilization index for evaluating and improving company digital marketing capability. *Journal of Open Innovation: Technology*,

- Market, and Complexity*, 8(3), Article 153. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>
- Mengstie, B. (2022). Impact of microfinance on women's economic empowerment. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11, Article 55. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00250-3>
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech adoption drivers for innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 208. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Peng, S., & Feng, X. (2025). The impact of digital literacy on rural women's non-agricultural employment: Evidence from China. *Economies*, 13(11), 309. <https://doi.org/10.3390/economies13110309>
- Purba, T., Sitorus, D. H., & Ompusunggu, H. (2025). Optimizing women's entrepreneurship to enhance family domestic income: A case study of female entrepreneurs in Batam, Indonesia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, Article 40. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00489-6>
- Putra, F., Adeline, M. M., Nurjannah, Isaskar, R., Melanwati, R. L., & Noor, A. Y. M. (2025). Promoting inclusive rural development: A mixed-methods evaluation of TEKAD's impact in eastern Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 12, Article 102187. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.102187>
- Qanti, S. R., Peralta, A., & Zeng, D. (2022). Social norms and perceptions drive women's participation in agricultural decisions in West Java, Indonesia. *Agriculture and Human Values*, 39(2), 645–662. <https://doi.org/10.1007/s10460-021-10277-z>
- Rahayu, N. S., Masduki, & Ellyanawati, E. R. N. (2023). Women entrepreneurs' struggles during the COVID-19 pandemic and their use of social media. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, Article 51. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00322-y>
- Rahman, M. S., Haque, M. E., Afrad, M. S. I., Hasan, S. S., & Rahman, M. A. (2023). Impact of mobile phone usage on empowerment of rural women entrepreneurs: Evidence from rural Bangladesh. *Heliyon*, 9(11), Article e21604. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21604>
- Republik Indonesia. (2000). *Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender dalam Pembangunan Nasional*.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*.
- Republik Indonesia. (2024). *Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*.

- Rijswijk, K., Klerkx, L., Bacco, M., Bartolini, F., Bulten, E., Debruyne, L., Dessein, J., Scotti, I., & Brunori, G. (2021). Digital transformation of agriculture and rural areas: A socio-cyber-physical system framework to support responsabilisation. *Journal of Rural Studies*, 85, 79–90. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.05.003>
- Setiawan, B., Phan, T. D., Medina, J., Wieriks, M., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2024). Quest for financial inclusion via digital financial services during COVID-19 pandemic: Case study of women in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing*, 29, 459–473. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9>
- Setiawan, B., Triana, D., Al Azizah, U. S., Wahyuni, A. S., Victor, V., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2025). Financial technology innovation and financial inclusion: Comparative study of urban and rural consumers post-COVID-19 pandemic. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14, 86. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00452-x>
- Shatila, K., Yela Aránega, A., Soga, L. R., & Hernández-Lara, A. B. (2025). Digital literacy, digital accessibility, human capital, and entrepreneurial resilience: A case for dynamic business ecosystems. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(3), 100709. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100709>
- Singh, S., Rahul, K., Paliwal, M., Wani, I. A., & Suri, S. (2025). Gendering the digital divide: A systematic review of women's digital inclusion challenges and emerging research directions. *Digital Transformation and Society*, 4(4), 503–531. <https://doi.org/10.1108/DTS-04-2025-0083>
- Syahnur, K. N. F., Syarif, R., & Arianti. (2024). The effect of digital financial literacy and digital financial inclusion on women's entrepreneurship empowerment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 175–187. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.662>
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Review*, 31(3), Article 101946. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101946>
- Widiastuti, T., Al-shami, S. A., Mawardi, I., Zulaikha, S., Haron, R., Kasri, R. A., Mustofa, M. U. A., & Dewi, E. P. (2024). Capturing the barriers and strategic solutions for women empowerment: Delphy analytical network process. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), Article 100345. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100345>
- Widyastuti, U., Respati, D. K., Dewi, V. I., & Soma, A. M. (2024). The nexus of digital financial inclusion, digital financial literacy and demographic

- factors: Lesson from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 11(1), Article 2322778. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322778>
- Wijaya, L. I., Zunairoh, Z., Izharuddin, M., & Rianawati, A. (2025). Scope of e-commerce use, innovation capability, and performance: Food sector MSMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), Article 100459. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100459>
- Wirdiyanti, R., Yusgiantoro, I., Sugiarto, A., Harjanti, A. D., Mambea, I. Y., Soekarno, S., & Damayanti, S. M. (2023). How does e-commerce adoption impact micro, small, and medium enterprises' performance and financial inclusion? Evidence from Indonesia. *Electronic Commerce Research*, 23(4), 2485–2515. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09547-7>
- Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024). Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13, 31. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6>
- Zhang, Y., & Zhang, Y. (2024). The influence of digital literacy on the phenomenon of deviation between farmers' e-commerce sales willingness and behavior: Evidence from rural China. *Sustainability*, 16(7), Article 3000. <https://doi.org/10.3390/su16073000>