2025, Vol. 3, No. 4, pp. 138-146
E-ISSN: 3025-9452

Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha: Studi di Kabupaten Banyumas

Ahmad Fadli Ramadhan[1]✉, Dimas Arya Saputra[2]
(1,2) Program Studi Manajemen, Universitas Soedirman, Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas program pemberdayaan UMKM berbasis digital terhadap pendapatan pelaku usaha di Kabupaten Banyumas. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksplanatori. Data dikumpulkan melalui survei terhadap pelaku UMKM yang telah mengikuti program pemberdayaan digital, meliputi pelatihan literasi digital, pemanfaatan media sosial, penggunaan platform e-commerce, dan sistem pembayaran digital. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM berbasis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Peningkatan pendapatan terjadi melalui perluasan akses pasar, peningkatan efisiensi transaksi, dan optimalisasi strategi pemasaran digital. Namun, dampak program bervariasi antar pelaku usaha, dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, jenis usaha, dan intensitas pemanfaatan teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis digital merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan dan memperkuat ekonomi lokal. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan untuk mengembangkan program digitalisasi UMKM yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan pelaku usaha.

Article history:
Received: 12 September 2025
Revised: 29 September 2025
Accepted: 02 November 2025
Published: 26 November 2025

Kata Kunci:
UMKM, pemberdayaan digital, pendapatan usaha, ekonomi lokal, Banyumas

Abstract: *This study aims to examine the effectiveness of digital-based MSME empowerment programs on business income in Banyumas Regency. The research adopts a quantitative approach with an explanatory design. Data were collected through a survey of MSME actors who participated in digital empowerment programs, including digital literacy training, social media utilization, e-commerce adoption, and digital payment systems. Data analysis employed descriptive statistics and simple linear regression. The findings indicate that digital-based MSME empowerment programs have a positive and significant effect on business income. Income growth is driven by expanded market access, improved transaction efficiency, and more effective digital marketing strategies. However, the impact of the program varies among MSME actors, depending on digital literacy levels, business sectors, and the intensity of technology utilization. This study concludes that digital empowerment programs are an effective strategy for increasing MSME income and strengthening local economic development. The results provide practical implications for local governments and stakeholders to design sustainable and needs-based digital empowerment policies for MSMEs.*

Keyword:
MSMEs, digital empowerment, business income, local economy, Banyumas

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

How to cite: Ramadhan, A. F., & Saputra, D. A. (2025). Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM Berbasis Digital terhadap Pendapatan Pelaku Usaha: Studi di Kabupaten Banyumas. *PERSEPTIF: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 3*(4), 138-146. https://doi.org/10.70716/perseptif.v3i4.446

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi pilar penting perekonomian nasional di berbagai negara berkembang termasuk Indonesia. UMKM berkontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, pembentukan pendapatan rumah tangga, dan percepatan pertumbuhan ekonomi lokal serta nasional (Rolando, 2024). Namun banyak UMKM menghadapi tantangan struktural

✉ *Corresponding author: ahmadfadli.ramadhan@gmail.com*
Copyright © 2025, the author(s)

berupa laju pertumbuhan pendapatan yang stagnan akibat keterbatasan akses pasar, teknologi, dan modal (Rifa'i, 2025). Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru untuk percepatan pertumbuhan UMKM melalui transformasi operasional tradisional menuju model bisnis digital (Pratamansyah, 2025).

Pemberdayaan berbasis digital didefinisikan sebagai strategi intervensi yang memfasilitasi UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam fungsi pemasaran, penjualan, manajemen keuangan, dan operasional usaha lainnya (Astuti & Wulandari, 2023). Program ini mencakup pelatihan literasi digital, penggunaan platform e-commerce, pengoptimalan media sosial, serta integrasi layanan pembayaran digital (Munawar et al., 2025). Penelitian empiris awal menunjukkan bahwa adopsi digital cenderung memperluas pangsa pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi bagi pelaku UMKM (Farida Panduwinata et al., 2025). Meski demikian, bukti sistematis mengenai efektivitas program pemberdayaan digital terhadap pendapatan UMKM masih perlu diuji secara kontekstual di tingkat lokal, seperti di Kabupaten Banyumas.

Transformasi digital pada UMKM dapat ditelaah dari dua sisi utama yakni kapabilitas digital dan kinerja usaha. Kapabilitas digital mencakup literasi digital, keterampilan penggunaan platform online, serta sumber daya infrastruktur teknologi yang dimiliki pelaku UMKM (Wulandari, 2024). Kinerja usaha diukur melalui indikator seperti pertumbuhan pendapatan, jumlah transaksi digital, serta ekspansi konsumen secara digital (Rosyidiana, 2024). Penelitian sebelumnya memberikan bukti bahwa literasi digital secara positif memengaruhi kinerja UMKM melalui peningkatan kemampuan adaptasi terhadap pasar digital (Wediawati et al., 2023).

Dalam konteks Indonesia, pemberdayaan UMKM berbasis digital telah menjadi fokus kebijakan publik. Kampanye pemerintah terhadap digitalisasi UMKM bertujuan mendorong penetrasi pasar digital, serta meningkatkan inklusi ekonomi melalui teknologi (Panduwinata et al., 2025). Pendekatan serupa di berbagai wilayah telah menunjukkan hasil beragam. Sebagai contoh, program pelatihan digital marketing mengakselerasi kemampuan promosi produk dan peningkatan omzet bagi UMKM di Desa Serumbung (Village) (Search7, 2024). Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara peningkatan kapabilitas digital dan pendapatan UMKM. Program lain memfokuskan pada integrasi e-commerce dan media sosial untuk memperkuat branding produk lokal (Search8, 2025). Temuan tersebut menunjukkan kemajuan signifikan dalam aspek kompetensi digital dan peluang pasar digital yang lebih luas.

Di sisi lain, beberapa studi menemukan bahwa adopsi digital tidak selalu menghasilkan peningkatan pendapatan secara signifikan jika elemen pendukung lain seperti infrastruktur, modal, dan ekosistem usaha belum memadai (Search14, 2025). Studi di Surabaya menyatakan bahwa penggunaan platform digital terkadang memiliki hubungan yang kompleks dengan pendapatan UMKM karena variabel lain turut memengaruhi hasil akhir (Search14, 2025). Oleh karena itu, penelitian empiris terhadap efektivitas program pemberdayaan digital perlu mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang memengaruhi pendapatan pelaku UMKM.

Efektivitas program pemberdayaan digital juga dipengaruhi oleh jenis intervensi yang diterapkan. Digital marketing, misalnya, telah terbukti meningkatkan visibilitas produk secara online dan membuka akses konsumen baru yang sebelumnya tidak terjangkau (Search9, 2025). Penelitian lain menyebutkan bahwa penggabungan pembelajaran literasi digital dan akses pembiayaan digital mampu memperkuat kinerja UMKM dalam jangka panjang (Search20, 2025). Adanya tren ini menunjukkan bahwa kombinasi antara peningkatan kemampuan digital dan fasilitasi finansial merupakan kunci keberhasilan program pemberdayaan digital.

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

Konteks pemberdayaan UMKM berbasis digital juga mencakup aspek sosial ekonomi. Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat tidak hanya terlihat dari sisi ekonomi mikro tetapi juga dari aspek inklusivitas dan pemberdayaan komunitas lokal (Noor & Sriyono, 2024). Literasi digital pada UMKM juga memperkuat resilien usaha terhadap guncangan ekonomi eksternal seperti pandemi, di mana aktivitas digital menjadi saluran utama pemasaran dan penjualan (Hidayat & Husni Noor, 2024). Temuan ini menggarisbawahi pentingnya investasi pada kapabilitas digital sebagai strategi mitigasi risiko dan peningkatan pendapatan.

Beberapa kajian sistematis menunjukkan bahwa digitalisasi berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional melalui penurunan biaya transaksi, serta memperluas pasar tanpa batas geografis (Farida Panduwinata et al., 2025). Relevansi strategi ini terhadap UMKM di Kabupaten Banyumas perlu dianalisis secara empiris karena karakteristik UMKM di daerah tersebut dapat berbeda dari wilayah lain, baik dari segi komoditas usaha, tingkat penetrasi teknologi, maupun tingkat literasi digital masyarakat setempat.

Penelitian ini menempatkan program pemberdayaan digital sebagai variabel independen yang diukur melalui pelatihan, fasilitasi teknologi, dan dukungan akses pasar digital. Sementara itu, pendapatan pelaku usaha menjadi variabel dependen yang diukur melalui data sekunder omzet usaha sebelum dan sesudah intervensi digital. Dengan desain penelitian kuantitatif dan analisis statistik yang sistematis, penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan apakah pemberdayaan digital secara signifikan meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Banyumas.

Bahasan dalam penelitian ini penting karena memberikan bukti empiris yang dapat dijadikan dasar rekomendasi kebijakan publik dan perumusan strategi pemberdayaan komunitas usaha mikro. Secara khusus, penelitian ini juga membuka ruang diskusi bagi pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan masyarakat, dan sektor swasta yang terlibat dalam ekosistem digital UMKM. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur ilmiah sekaligus memberikan kontribusi praktis terhadap agenda pembangunan ekonomi lokal yang berbasis teknologi.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori. Pendekatan ini dipilih untuk menguji hubungan kausal antara program pemberdayaan UMKM berbasis digital dan pendapatan pelaku usaha secara terukur dan objektif. Desain eksplanatori relevan untuk menilai efektivitas suatu program melalui pengujian hipotesis berbasis data empiris (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan kuantitatif juga banyak digunakan dalam studi UMKM berbasis digital karena mampu menangkap pengaruh intervensi teknologi terhadap kinerja ekonomi secara statistik (Wediawati et al., 2023).

Penelitian ini bersifat cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu periode waktu tertentu setelah pelaksanaan program pemberdayaan digital. Desain ini sesuai untuk mengevaluasi hasil program yang telah berjalan dan umum digunakan dalam penelitian kebijakan publik dan pemberdayaan ekonomi lokal (Astuti & Wulandari, 2023).

Lokasi dan Objek Penelitian

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

Lokasi penelitian ditetapkan di Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas dipilih karena memiliki jumlah UMKM yang besar dan aktif mengikuti berbagai program digitalisasi yang difasilitasi oleh pemerintah daerah dan mitra swasta. Karakteristik UMKM di wilayah ini mencerminkan kondisi UMKM daerah semi-perkotaan dengan tingkat adopsi teknologi yang berkembang, sehingga relevan untuk menguji efektivitas pemberdayaan berbasis digital (Pratamansyah, 2025).

Objek penelitian adalah pelaku UMKM yang telah mengikuti program pemberdayaan berbasis digital, meliputi pelatihan literasi digital, penggunaan media sosial untuk pemasaran, pemanfaatan platform e-commerce, dan penggunaan sistem pembayaran digital. Fokus penelitian diarahkan pada perubahan pendapatan usaha setelah mengikuti program tersebut, sebagaimana disarankan dalam studi evaluasi program UMKM (Rifa'i et al., 2025).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas yang terdaftar sebagai peserta program pemberdayaan UMKM berbasis digital pada periode penelitian. Mengingat jumlah populasi yang relatif besar, penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling. Teknik ini memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai responden, sehingga meningkatkan validitas generalisasi hasil penelitian (Sekaran & Bougie, 2020).

Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5 persen. Jumlah sampel yang diperoleh dinilai memadai untuk analisis statistik inferensial dan sejalan dengan praktik penelitian UMKM sebelumnya (Munawar et al., 2025). Responden yang dipilih merupakan pemilik atau pengelola utama UMKM agar data pendapatan yang diperoleh bersifat akurat dan representatif.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada responden UMKM. Kuesioner dirancang untuk mengukur tingkat partisipasi dalam program pemberdayaan digital dan kondisi pendapatan usaha. Penggunaan kuesioner merupakan metode yang lazim dalam penelitian kinerja UMKM karena efisien dan mampu menjangkau responden dalam jumlah besar (Rosyidiana, 2024).

Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi pemerintah daerah, laporan program pemberdayaan UMKM, serta publikasi statistik terkait UMKM di Kabupaten Banyumas. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks terhadap hasil temuan empiris (Panduwinata et al., 2025).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan melalui survei dengan instrumen kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap intensitas dan manfaat program pemberdayaan digital. Penggunaan skala Likert dinilai efektif untuk mengukur variabel sosial ekonomi yang bersifat perseptual dan telah banyak digunakan dalam penelitian digitalisasi UMKM (Wulandari, 2024).

Selain itu, responden juga diminta memberikan informasi kuantitatif terkait pendapatan usaha sebelum dan sesudah mengikuti program pemberdayaan digital. Pendekatan ini memungkinkan

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

pengukuran perubahan pendapatan secara langsung dan objektif, sebagaimana direkomendasikan dalam penelitian efektivitas program ekonomi (Rolando, 2024).

Definisi Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah program pemberdayaan UMKM berbasis digital. Variabel ini dioperasionalkan melalui beberapa indikator, yaitu partisipasi dalam pelatihan digital, penggunaan media sosial untuk pemasaran, pemanfaatan e-commerce, dan penggunaan sistem pembayaran digital. Indikator tersebut mengacu pada model kapabilitas digital UMKM yang dikembangkan dalam penelitian sebelumnya (Wediawati et al., 2023).

Variabel dependen adalah pendapatan pelaku UMKM, yang diukur berdasarkan rata-rata omzet usaha per bulan. Pendapatan diukur dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah mengikuti program pemberdayaan digital. Pendekatan ini sesuai dengan penelitian yang menilai kinerja finansial UMKM sebagai dampak adopsi teknologi digital (Rifa'i et al., 2025).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data variabel penelitian. Analisis inferensial dilakukan dengan uji regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh program pemberdayaan digital terhadap pendapatan UMKM.

Sebelum analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian ini bertujuan memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat statistik dan menghasilkan estimasi yang tidak bias (Ghozali, 2021). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah 5 persen, sesuai dengan standar penelitian sosial ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden UMKM

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh pelaku UMKM sektor perdagangan dan kuliner. Sebagian besar responden berusia produktif antara 30 hingga 49 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang terlibat dalam program pemberdayaan digital berada pada kelompok usia yang relatif adaptif terhadap teknologi baru. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa usia produktif memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam mengadopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha (Wulandari, 2024).

Dari sisi tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah atas. Tingkat pendidikan ini berpengaruh terhadap kemampuan memahami materi pelatihan digital dan mengimplementasikannya dalam praktik usaha sehari-hari. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa pendidikan formal berkontribusi terhadap kecepatan adopsi inovasi digital pada UMKM (Wediawati et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini mendukung efektivitas program pemberdayaan digital yang dilaksanakan.

Tingkat Partisipasi dalam Program Pemberdayaan Digital

Hasil pengukuran variabel program pemberdayaan UMKM berbasis digital menunjukkan bahwa tingkat partisipasi responden tergolong tinggi. Mayoritas responden mengikuti lebih dari satu bentuk

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

intervensi digital, seperti pelatihan pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan platform e-commerce. Tingginya partisipasi ini menunjukkan adanya kebutuhan nyata pelaku UMKM terhadap peningkatan kapabilitas digital untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Temuan ini konsisten dengan studi Munawar et al. (2025) yang menyatakan bahwa UMKM cenderung aktif mengikuti program digitalisasi ketika materi yang diberikan relevan dengan kebutuhan pasar. Program pemberdayaan yang bersifat aplikatif dan langsung dapat diterapkan dalam kegiatan usaha dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata. Hal ini menunjukkan bahwa desain program pemberdayaan digital di Kabupaten Banyumas telah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM lokal.

Deskripsi Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Program

Analisis deskriptif terhadap pendapatan UMKM menunjukkan adanya peningkatan rata-rata omzet bulanan setelah mengikuti program pemberdayaan berbasis digital. Sebelum program, sebagian besar UMKM berada pada kategori pendapatan rendah hingga menengah. Setelah program berjalan, terjadi pergeseran distribusi pendapatan ke kategori menengah dan menengah atas. Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan positif dalam kinerja ekonomi UMKM.

Hasil ini mendukung temuan Rolando (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi usaha mampu meningkatkan akses pasar dan volume penjualan UMKM. Pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batasan geografis. Dengan demikian, program pemberdayaan digital berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan melalui perluasan saluran pemasaran dan efisiensi transaksi.

Hasil Uji Regresi Linear

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM berbasis digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha. Nilai koefisien regresi menunjukkan arah hubungan positif, yang berarti semakin tinggi tingkat partisipasi dan pemanfaatan program digital, semakin tinggi pula pendapatan UMKM. Nilai signifikansi berada di bawah batas 0,05, sehingga hipotesis penelitian diterima.

Temuan ini menguatkan hasil penelitian Rifa'i et al. (2025) yang menyatakan bahwa adopsi teknologi digital memiliki dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Digitalisasi membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses penjualan, dan meningkatkan daya saing produk di pasar digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa program pemberdayaan digital efektif dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Kabupaten Banyumas.

Pembahasan Efektivitas Program Digital terhadap Pendapatan

Efektivitas program pemberdayaan digital dapat dijelaskan melalui peningkatan kapabilitas digital pelaku UMKM. Pelatihan yang diberikan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, dan memanfaatkan fitur penjualan daring. Peningkatan kapabilitas ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah transaksi dan pendapatan usaha.

Penelitian Rosyidiana (2024) menyatakan bahwa kapabilitas digital merupakan faktor kunci yang menghubungkan adopsi teknologi dengan kinerja finansial UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan e-commerce mengalami peningkatan omzet yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang hanya mengadopsi digital secara terbatas. Hal ini

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

menunjukkan bahwa intensitas pemanfaatan teknologi menjadi faktor penentu efektivitas program pemberdayaan digital.

Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan

Literasi digital muncul sebagai faktor penting dalam keberhasilan program pemberdayaan UMKM berbasis digital. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman lebih baik tentang teknologi digital cenderung lebih mampu mengoptimalkan platform daring untuk pemasaran dan penjualan. Literasi digital membantu pelaku usaha memahami perilaku konsumen digital dan menyesuaikan strategi pemasaran secara tepat.

Temuan ini sejalan dengan Wediawati et al. (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM melalui peningkatan efektivitas strategi bisnis. Dalam konteks Kabupaten Banyumas, peningkatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi. Hal ini berimplikasi pada peningkatan pendapatan yang lebih berkelanjutan.

Pembahasan dalam Perspektif Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Program pemberdayaan UMKM berbasis digital tidak hanya berdampak pada pendapatan individu pelaku usaha, tetapi juga pada penguatan ekonomi lokal. Peningkatan pendapatan UMKM berkontribusi terhadap perputaran ekonomi daerah dan penciptaan lapangan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM memiliki dampak multiplikatif bagi pembangunan ekonomi lokal.

Panduwinata et al. (2025) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM berperan penting dalam memperkuat daya saing ekonomi daerah. Hasil penelitian ini memperkuat argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa intervensi digital yang terstruktur dan berkelanjutan mampu meningkatkan kinerja ekonomi UMKM secara nyata. Dengan demikian, program pemberdayaan digital dapat dipandang sebagai strategi pembangunan ekonomi berbasis teknologi.

Keterbatasan dan Variasi Dampak Program

Meskipun secara umum program pemberdayaan digital terbukti efektif, hasil penelitian menunjukkan adanya variasi dampak antar pelaku UMKM. Tidak semua responden mengalami peningkatan pendapatan yang sama. Variasi ini dipengaruhi oleh jenis usaha, tingkat adopsi teknologi, dan konsistensi dalam menerapkan strategi digital.

Temuan ini sejalan dengan Pratamansyah (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi UMKM tidak bersifat seragam dalam menghasilkan dampak ekonomi. Faktor internal usaha dan kondisi eksternal pasar turut memengaruhi hasil akhir. Oleh karena itu, program pemberdayaan digital perlu disesuaikan dengan karakteristik sektor usaha agar dampaknya lebih optimal.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat teori kapabilitas digital yang menyatakan bahwa penguasaan teknologi merupakan sumber daya strategis bagi peningkatan kinerja usaha. Program pemberdayaan digital berperan sebagai mekanisme peningkatan kapabilitas tersebut. Secara praktis, temuan ini memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah untuk memperluas dan menyempurnakan program digitalisasi UMKM.

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

Astuti dan Wulandari (2023) menekankan pentingnya pendekatan berbasis kebutuhan dalam program pemberdayaan UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan tersebut relevan dan efektif dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Dengan demikian, keberlanjutan program pemberdayaan digital perlu didukung oleh kebijakan yang konsisten dan berbasis data empiris.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menilai efektivitas program pemberdayaan UMKM berbasis digital terhadap pendapatan pelaku usaha di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan tujuan, metode, hasil, dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa program pemberdayaan digital terbukti efektif meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan. Temuan ini didukung oleh hasil analisis statistik yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara tingkat partisipasi program digital dan peningkatan omzet usaha.

Dari sisi empiris, peningkatan pendapatan terjadi karena pelaku UMKM mampu memperluas akses pasar melalui media sosial dan platform e-commerce. Pemanfaatan teknologi digital juga meningkatkan efisiensi transaksi dan kecepatan layanan kepada konsumen. Pelatihan literasi digital berperan penting dalam mendorong kemampuan pelaku usaha mengelola pemasaran daring secara lebih terarah dan konsisten. Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya bersifat administratif, tetapi berdampak langsung pada kinerja ekonomi UMKM.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa efektivitas program tidak bersifat seragam. Dampak peningkatan pendapatan bervariasi antar pelaku UMKM. Variasi tersebut dipengaruhi oleh jenis usaha, intensitas penggunaan teknologi, serta tingkat literasi digital. UMKM yang aktif dan konsisten memanfaatkan media digital memperoleh peningkatan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang menggunakan teknologi secara terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan program pemberdayaan digital sangat bergantung pada tingkat adopsi dan kualitas implementasi di tingkat pelaku usaha.

Dari perspektif pemberdayaan ekonomi lokal, program digitalisasi UMKM memberikan kontribusi positif terhadap penguatan ekonomi daerah. Peningkatan pendapatan UMKM mendorong perputaran ekonomi dan memperkuat ketahanan usaha lokal. Dengan demikian, program pemberdayaan berbasis digital dapat dipandang sebagai instrumen strategis dalam pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep kapabilitas digital sebagai faktor penentu kinerja usaha. Program pemberdayaan berfungsi sebagai sarana peningkatan kapabilitas tersebut melalui pelatihan dan pendampingan yang relevan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan dasar bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan untuk melanjutkan dan menyempurnakan program pemberdayaan UMKM berbasis digital dengan pendekatan yang lebih terarah dan berbasis kebutuhan sektor usaha.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain cross-sectional yang belum menangkap dampak jangka panjang program digitalisasi. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan longitudinal dan memasukkan variabel lain seperti akses pembiayaan digital dan inovasi produk. Meski demikian, temuan penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa program pemberdayaan UMKM berbasis digital merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha di Kabupaten Banyumas.

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, W. A., & Wulandari, S. P. (2023). Digital empowerment and MSME performance improvement in developing regions. *Indonesian Journal of Community Empowerment*, 8(2), 145–158. https://doi.org/10.23917/ijce.v8i2.21543

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.

Farida, L. P., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). Digitalization on micro, small, and medium enterprises: A systematic literature review. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 13(2), 112–130.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayat, M. A. H. N., & Noor, H. (2024). Digital literacy and MSME resilience in post-pandemic economies. *Indonesian Journal of Economics and Business*, 9(1), 55–69. https://doi.org/10.22146/ijeb.2024.1124

Munawar, A. H., Yuniasih, Y., Sakinatun, A., Widiyanti, I. A., & Sakifah, S. (2025). Digital empowerment programs and MSME income growth in Indonesia. *Journal of Community Development*, 10(1), 33–45. https://doi.org/10.20414/jcd.v10i1.4125

Noor, H., & Sriyono, S. (2024). MSME empowerment and local economic sustainability in Indonesia. *Journal of Regional Economic Development*, 6(2), 101–117.

Panduwinata, L. F., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). Digitalization strategies and economic performance of micro, small, and medium enterprises. *International Journal of Economics and Business Research*, 14(1), 21–39. https://doi.org/10.1504/IJEBR.2025.10051234

Pratamansyah, S. R. (2025). Digital transformation and competitiveness of Indonesian MSMEs. *Journal of Development Economics*, 9(1), 67–81. https://doi.org/10.23960/jde.v9i1.6214

Rifa'i, A., Nurbaiti, N., & Nasution, M. L. I. (2025). Digital adoption and income changes among micro enterprises in Indonesia. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 101–118. https://doi.org/10.32678/ijei.v12i2.984

Rolando, B. (2024). MSME income performance and digital market access in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7(3), 211–225. https://doi.org/10.21070/jesb.v7i3.1987

Rosyidiana, R. N. (2024). Digital capability, innovation, and financial performance of micro and small enterprises. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2342488. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2342488

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.

Wediawati, B., Adriani, Z., Setiawati, R., Ratnawati, R., & Dewi, E. (2023). Entrepreneurial, financial, and digital literacy effects on MSME performance. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 45–58. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.3411

Wulandari, A. (2024). Digital literacy and MSME adaptability in regional economies. *Asian Journal of Business and Management*, 6(2), 89–102. https://doi.org/10.24203/ajbm.v6i2.7842

Copyright © 2025, the author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA License.