Pengaruh Faktor Sosio-demografis terhadap Akses Teknologi Digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cipari Kabupaten Cilacap

Anggi Fitria Cahyaningsih^{1*}, M. Aris Pujiyanto², Muhammad Solekan³, Dwi Putriana N. Kinding⁴, Ernes Septina Azizi⁵, Faishal Permana⁶
¹²³⁴⁵⁶Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman
Email: anggi.cahyaningsih@unsoed.ac.id

ABSTRAK

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Strategi perkembangan digitalisasi UMKM salah satu alternatif solusi bagi pelaku UMKM dalam proses bisnis usahanya. Namun adopsi teknologi digital mereka masih rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor sosio-demografis yang mempengaruhi akses dan penggunaan teknologi digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif, mengambil sampel 50 pelaku UMKM melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dan dianalisis menggunakan *ordinal logistic regression*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dihasilkan mengindikasikan bahwa variabel sosio-demografis mempengaruhi 53,2% dari akses teknologi digital UMKM. Secara spesifik, jenis kelamin, usia, jenis usaha, dan pendapatan rata-rata berpengaruh signifikan terhadap akses dan penggunaan teknologi digital. Jenis kelamin laki-laki cenderung memiliki akses dan penggunaan yang lebih tinggi (OR = 2,718). Usia berpengaruh negatif, di mana pelaku UMKM yang lebih tua memiliki akses lebih rendah (OR = -0,604). Jenis usaha perdagangan dan jasa lebih intensif dalam mengadopsi teknologi digital (OR = 0,443) dibandingkan jenis usaha lain. Selain itu, pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan kemungkinan akses dan penggunaan teknologi (OR = 1,88). Adanya kesenjangan digital yang signifikan berdasarkan faktor sosio-demografis sehingga perlu adanya program pelatihan digital yang inklusif, dukungan finansial untuk investasi teknologi, dan kebijakan yang disesuaikan dengan karakteristik unik setiap kelompok UMKM untuk mendorong transformasi digital yang lebih merata.

Kata kunci: adopsi, sosio-demografis, teknologi digital, UMKM,

ABSTRACT

MSMEs have a strategic role in the national economy. The strategy for developing MSME digitalization is one of the alternative solutions for MSME actors in their business processes. However, the adoption of their digital technology is still low. This study aims to analyze the sociodemographic factors that affect access to and use of digital technology in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Cipari District, Cilacap Regency. This study uses an analytical descriptive method with a qualitative approach, taking a sample of 50 MSME actors through purposive sampling techniques. Data were collected through structured interviews and analyzed using ordinal logistic regression. The study results show that the model indicates that sociodemographic variables affect 53.2% of MSME digital technology access. Specifically, gender, age, type of business, and average income significantly affect access to and use of digital technology. Males sex tended to have higher access and use (OR = 2,718). Age has a negative effect, where older MSME actors have lower access (OR = -0.604). The type of trade and service business is more intensive in adopting digital technology (OR = 0.443) than other types of business. In addition, higher income increases the likelihood of accessing and using technology (OR = 1.88). There is a significant digital divide based on sociodemographic factors, so there is a need for inclusive digital training programs, financial support for technology investments, and policies tailored to the unique characteristics of each MSME group to encourage more equitable digital transformation.

Keywords: adoption, digital technology, MSMEs, sociodemographic

PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia mengadaptasi Pedoman Penyusunan Rencana Aksi untuk Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) pada tahun 2020. Dokumen tersebut menegaskan urgensi peran sektor UMKM dalam mencapai tujuan-tujuan SDGs. Dalam Rencana Pembangunan Menengah Nasional 2020-2024, terungkap perlunya memperkuat UMKM sebagai strategi untuk meningkatkan inklusi ekonomi, mengurangi kesenjangan, dan menciptakan lapangan kerja (Yolanda & Hasanah, 2024).

Di Indonesia, UMKM menyumbang sekitar 99% dari total unit usaha yang ada. Pada tahun 2023, jumlah pelaku UMKM mencapai sekitar 66 juta unit. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61% atau sekitar Rp 9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Wati *et al.*, 2024) menjadikannya penyedia lapangan kerja utama.

Strategi perkembangan digitalisasi UMKM sebagai faktor yang mendukung berkembangnya UMKM di Indonesia adalah salah satu alternatif solusi bagi pelaku UMKM dalam proses bisnis usahanya. Digitalisasi UMKM adalah suatu usaha merubah perilaku pelaku usaha dalam proses pemasaran dan penjualan produk melalui pemanfaatan teknologi (Jayanti & Karnowati, 2023) salah satunya untuk memperluas jangkauan pemasaran. UMKM yang ada di Indonesia, hanya sekitar 19,5% yang telah memanfaatkan platform digital dalam pengembangan bisnisnya (Hapiz *et al.*, 2025).

Kabupaten Cilacap, sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah, juga memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM. Hasil survei

Industri Mikro Kecil (IMK) Tahunan 2023, jumlah usaha UMK di Kabupaten Cilacap tercatat sekitar 52.570 usaha. Usaha IMK di Kabupaten Cilacap didominasi kelompok Industri Mikro sebesar 98,09 persen atau sekitar 51.566 usaha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, 2024). UMKM di Cilacap memegang peran penting dalam peningkatan perekonomian lokal, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Pada tahun 2023, industri mikro dan kecil di Kabupaten Cilacap memainkan peran penting dalam mendorong ekonomi lokal. Industri ini mencakup usaha skala kecil dan mikro yang tersebar di berbagai sektor seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, tekstil, pertanian olahan, dan berbagai jenis produksi rumah tangga lainnya (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, 2024).

Secara keseluruhan, UMKM di Indonesia, termasuk di Kabupaten Cilacap, menunjukkan potensi besar untuk terus tumbuh dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian. Akan tetapi perkembangan tersebut tidak terlepas dari tantangan dalam pengembangan UMKM, diantaranya tingkat pendidikan dan keterampilan yang rendah, keterbatasan modal dan akses ke sumber daya, kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha, tidak adanya jejaring dan kerjasama antar pelaku usaha, serta teknologi yang masih terbatas (Pemerintah Desa Cipari, 2024).

Pemanfaatan teknologi akan sangat membantu pelaku usaha memperoleh dan berbagi informasi apapun yang dapat menunjang aktivitas bisnisnya, baik untuk proses pemesanan bahan baku, proses produksi hingga pemasaran hasil industrinya. Dari sisi produksi, dengan adanya penggunaan teknologi dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan kualitas produk (Pidata *et al.*, 2023) dari berbagai inovasi yang dapat dilakukan. Namun demikian, penggunaan internet pada pelaku usaha skala mikro kecil di

Kabupaten Cilacap masih terbelang cukup rendah.

Dari hasil Survei Industri Mikro dan Kecil (IMK) tahunan 2023, persentase usaha IMK yang menggunakan internet hanya 24,62 persen atau sekitar 12.942 usaha (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, 2024). Tercatat sekitar 8.220 usaha IMK (40,77 %) yang menggunakan internet sebagai sarana untuk penjualan produk. kemudian sebagai sarana promosi atau iklan mencapai sekitar 7.002 usaha. (34,73%), pembelian bahan baku dan informasi masing-masing 4.094 (20.3%) dan 844 usaha (4,18%) (Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap, 2024). Dari total 52.570 IKM, 49.364 tidak melakukan inovasi, 3.206 melakukan inovasi baik dari Produk, Pemasaran dan Distribusi maupun Teknologi/Proses Produksi.

Pemanfaatan teknologi dalam UMKM dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keuntungan relatif yang dirasakan, kompatibilitas yang dirasakan, pengetahuan dan keahlian manajer/ pemilik, dan karakteristik manajemen dan agen perubahan eksternal (Pangesti & Adyaksana, 2021). Penelitian (Ausat *et al.*, 2022) menjelaskan bahwa faktor teknologi, organisasi, lingkungan, dan individu menjadi faktor penting sebuah UKM memutuskan untuk mengadopsi digital teknologi, dan adopsi digital teknologi berdampak baik bagi kinerja bisnis atau usaha. Faktor individu tersebut dapat dilihat dari sosio-demografis, dimana pentingnya meneliti faktor sosio-demografis terhadap akses teknologi digital pada UMKM terletak pada kemampuannya untuk mengidentifikasi kesenjangan digital yang spesifik.

Sumber daya manusia, sebagai salah satu komponen utama, memainkan peran kunci dalam keberhasilan sebuah kebijakan atau usaha yang dilakukan. Jika kita mengambil contoh program pelatihan keterampilan, keberhasilan program tersebut akan sangat bergantung pada

kemampuan instruktur dalam mentransfer pengetahuan serta kemampuan peserta dalam menyerap informasi. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia harus menjadi prioritas utama (Mohamad *et al.*, 2024).

Penelitian terdahulu (Trinugroho *et al.*, 2022) menunjukkan usia pelaku usaha yang lebih muda memiliki probabilitas tinggi untuk mengadopsi digital teknologi dan UKM yang pendapatannya lebih tinggi lebih banyak menggunakan digital teknologi. Dari faktor jenis kelamin, dimana perbedaan jenis kelamin dapat berperan cukup penting dengan adanya kondisi psikologis yang cukup berbeda diantara wanita dan pria dalam adopsi dan penggunaan teknologi (Christian & Nurjanah, 2025). Hasil penelitian (Rauf *et al.*, 2024) menyatakan bahwa dengan menguji faktor pendapatan dan jenis usaha, peneliti dapat menentukan apakah hambatan utamanya dari keterbatasan finansial atau ketidaksesuaian teknologi dengan model bisnis,

Memahami akar permasalahan yang dipengaruhi oleh faktor sosio-demografis sangat krusial dalam merumuskan kebijakan yang tepat sasaran. Program-program pelatihan terutama dalam pemanfaatan teknologi untuk pengembangan UMKM, dapat disesuaikan dengan kebutuhan kelompok usia tertentu, atau skema bantuan finansial dapat diprioritaskan bagi UMKM dengan pendapatan rendah, Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor sosio-demografis terhadap akses teknologi digital UMKM di Kecamatan Cipari, Kabupaten Cilacap.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif analitis untuk mengidentifikasi pengaruh faktor sosio-demografis terhadap akses teknologi digital. Penentuan sampel menggunakan teknik

purposive sampling berdasarkan kriteria UMKM yang memiliki pengalaman usaha lebih dari 2 tahun dan pernah mengikuti program pelatihan atau pemberdayaan dari pemerintah/lembaga swasta. Total sampel dalam penelitian ini yaitu 50 UMKM di Kecamatan Cipari Kabupaten Cilacap, yang menurut menurut Kerlinger dan Lee (2000) sudah mewakili karena sampel minimal dalam penelitian kuantitatif adalah 30 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terstruktur menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis *ordinal logistic regression* dengan *software* STATA untuk menganalisis pengaruh faktor sosio-demografis terhadap akses teknologi digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Cipari Kabupaten Cilacap meliputi usaha yang berbasis pada sumber daya lokal, seperti makanan olahan, kerajinan, tekstil, dan perikanan. Jenis usaha terdiri dari jasa, produksi pangan dan hasil hutan (mebel), usaha ternak, jasa percetakan dan sablon serta usaha perikanan. Karena berbasis sumber daya lokal, industri ini berperan dalam menjaga keberlanjutan ekonomi daerah, mengurangi ketergantungan terhadap produk luar, dan memperkuat ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil skala likert, sebesar 16% pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi digital yang dapat

UMKM. Variabel *dependent* yaitu akses dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis, variabel *independent* yaitu jenis kelamin (X1), usia (X2), tingkat pendidikan (X3), jenis usaha (X4), dan pendapatan rata-rata perbulan (X5). Akses dan penggunaan teknologi diukur menggunakan skala likert dengan kategori 1 = Sangat sulit mengakses teknologi digital; 2 = Sulit mengakses teknolofakgi digital; 3 = Cukup mudah mengakses teknologi digital; 4 = Mudah mengakses teknologi digital; 5 = Sangat mudah mengakses teknologi digital.

mendukung usahanya. Sejumlah 16% lainnya merasa cukup mudah dalam mengakses teknologi digital dan sisanya sebesar 68% sudah memiliki kemudahan dalam mengakses teknologi digital untuk UMKM.

Hasil analisis *ordinal logistic regression* untuk mengetahui pengaruh faktor sosio-demografis yang meliputi variabel jenis kelamin (X1), usia (X2), tingkat pendidikan (X3), jenis usaha (X4) dan pendapatan rata-rata perbulan (X5) terhadap akses teknologi digital dimulai dengan melakukan uji kesesuaian model (*goodness of fit*).

Tabel 1. Hasil uji kesesuaian model

Deviance	Chi-Square	df	P-value
	72,142	127	1,000

Sumber: Hasil Analisis *Ordinal Logistic Regression*, 2025

Berdasarkan Tabel 1. diketahui pada *Deviance*, nilai *chi square* sebesar 72,142 dengan nilai signifikansi yaitu 1,000 lebih besar dari nilai α (0,05). Artinya bahwa model yang dihasilkan sudah sesuai dengan data yang ada. Kondisi ini didukung oleh uji *Pseudo R-square* sebesar 0,532

(Tabel 2.) yang mengindikasikan bahwa variabel sosio-demografis mempengaruhi variabel akses teknologi digital sebesar 53,2%. Sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

Tabel 2. Hasil analisis *Ordinal Logistic Regression*

Variabel	Odd-Ratio	Std. Error	P-value
Jenis Kelamin (X1)	2,718	0,721	0,000***
Usia (X2)	-0,604	0,338	0,074*
Tingkat Pendidikan (X3)	0,127	0,105	0,227
Jenis usaha (X4)	0,443	0,237	0,061*
Pendapatan rata-rata perbulan (X5)	1,884	0,627	0,003***
Prob>chi ²		0,0135	
Pseudo R ²		0,532	

Sumber: Hasil Analisis *Ordinal Logistic Regression*, 2025

Keterangan:

- *** : Signifikan pada level 1%
- ** : Signifikan pada level 5%
- * : Signifikan pada level 10%

Uji *Wald* digunakan untuk menguji masing-masing parameter. Jenis kelamin berpengaruh signifikan dan positif ($P\text{-value} < 0,01$) terhadap akses dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis UMKM. Dengan $OR = 2,718$ menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang jelas antara laki-laki dan perempuan dalam hal bagaimana mereka mengakses dan memanfaatkan teknologi digital untuk bisnis UMKM mereka, Jenis kelamin laki-laki cenderung memiliki akses dan penggunaan yang lebih tinggi atau lebih baik dibandingkan perempuan, sejalan dengan penelitian (Ariansyah & Nuryakin, 2019).

Secara budaya, laki-laki sering kali memiliki peran yang lebih besar di ranah publik dan bisnis, termasuk dalam pengambilan keputusan strategis seperti adopsi teknologi. Sebaliknya, perempuan lebih sering menanggung peran ganda (bisnis dan rumah tangga) (Asrofi *et al.*, 2022; Wahyuningtyas & Adi, 2016). Peran ganda ini dapat membatasi waktu, energi, dan akses mereka untuk belajar atau menggunakan teknologi secara mendalam

Variable usia ($P\text{-value} < 0,1$) berpengaruh terhadap akses teknologi digital UMKM. Dengan $OR = -0,604$ menunjukkan bahwa pelaku UMKM dengan usia yang semakin tinggi

(semakin tua), kecenderungan untuk memiliki akses terhadap teknologi digital 0,60 kali lebih kecil dibandingkan dengan pelaku UMKM yang berusia lebih rendah (lebih muda). Usia pelaku UMKM berpengaruh signifikan dan negatif terhadap akses dan penggunaan teknologi digital dalam bisnis UMKM, ini berarti bahwa semakin bertambah usia pelaku UMKM, semakin rendah atau terbatas pula akses dan penggunaan teknologi digital mereka dalam berbisnis. Hasil penelitian (Umiyati & Achmad, 2021) juga menunjukkan bahwa probabilitas kemampuan dalam mengadopsi teknologi digital ekonomi untuk pelaku usaha yang muda lebih besar.

Generasi yang lebih tua mungkin tidak tumbuh di era digital seperti generasi muda. Mereka tidak terbiasa menggunakan komputer, internet, atau *smartphone* sejak dini, sehingga adopsi teknologi baru menjadi tantangan. Sebaliknya, generasi muda (milenial dan Gen Z) dapat lebih cepat beradaptasi dengan teknologi. Semakin bertambah usia, kemampuan individu untuk mengadopsi dan menguasai keterampilan baru, terutama yang bersifat teknis dan cepat berubah seperti teknologi digital, dapat menurun (Ariansyah & Nuryakin, 2019).

Beberapa pelaku UMKM yang lebih tua mungkin tidak sepenuhnya memahami atau melihat manfaat langsung dari teknologi digital

(Nuriana *et al.*, 2019) untuk bisnis mereka, terutama jika metode tradisional mereka selama ini sudah dirasa cukup berhasil. Program pelatihan digital seringkali didesain untuk peserta yang lebih muda atau dengan asumsi tingkat literasi digital dasar yang sudah ada. Ini membuat pelaku UMKM yang lebih tua kesulitan mengikuti dan memahami materi pelatihan.

Faktor jenis usaha berpengaruh signifikan dan positif ($P\text{-value} < 0,1$) terhadap akses dan penggunaan teknologi digital UMKM. OR sebesar 0,443 menunjukkan terdapat perbedaan dalam setiap jenis usaha terhadap akses teknologi digital. Jenis usaha pada setiap UMKM di Kabupaten Cipari terdiri dari usaha perdagangan (olahan makanan, mebel) dan jasa serta usaha ternak. Jenis usaha berperan besar dalam menentukan kebutuhan, relevansi, dan tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM. Usaha yang bergantung pada visual, jangkauan pasar luas, atau interaksi pelanggan yang cepat (seperti makanan/minuman, percetakan, mebel) cenderung memiliki dorongan lebih kuat untuk mengadopsi teknologi digital secara ekstensif. Sementara itu, usaha lain (seperti ternak atau perikanan) mungkin lebih fokus pada digitalisasi untuk sistem produksi dan pemasarannya. Bisnis perdagangan, terutama makanan dan minuman, sangat mengandalkan platform digital untuk pemasaran (media sosial, *e-commerce*), penjualan (aplikasi pesan-antar) dan manajemen stok (Rifai & Mychelida, 2023). Pemanfaatan teknologi digital dalam jenis usaha jasa seperti percetakan berperan penting dalam promosi portofolio (media sosial, website sederhana), komunikasi dengan pelanggan (*WhatsApp Business*). Digitalisasi membantu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efisiensi UMKM (Meilinda *et al.*, 2025).

Usaha produksi seperti mebel dapat memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran visual (*website*, *Instagram*), penjualan *online* (Sumiari, 2019), manajemen inventaris bahan

baku dan produk jadi, hingga komunikasi dengan pemasok. Sedangkan untuk jenis usaha dibidang usaha ternak baik peternakan maupun perikanan, dapat menggunakan teknologi untuk pemasaran (grup media sosial untuk penjualan hewan qurban/aiqah), pencatatan data ternak (aplikasi kesehatan dan pertumbuhan), pemanfaatan limbah ternak menjadi pupuk organik (Widyananda *et al.*, 2024), manajemen investasi serta manajemen laporan keuangan (Pujianto, 2020) seperti pemanfaatan *financial technology (fintech)* yang menyediakan berbagai layanan keuangan. mulai dari pembayaran digital dan *crowdfunding* hingga manajemen investasi (Ivan & Hendrawan, 2024).

Pendapatan rata-rata per bulan dari pelaku UMKM berpengaruh signifikan dan positif ($P\text{-value} < 0,01$) terhadap akses dan penggunaan teknologi digital UMKM. OR sebesar 1,88 menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan rata-rata per bulan yang diperoleh UMKM, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengakses dan menggunakan teknologi digital dalam operasional bisnisnya. Hasil penelitian (Ariansyah & Nuryakin, 2019; Kansrini *et al.*, 2020) juga menunjukkan bahwa responden dengan perekonomian lebih baik, yang ditandai dengan pendapatan yang lebih tinggi memiliki kecenderungan yang lebih tinggi pula untuk mengadopsi layanan teknologi. Pendapatan merupakan salah satu faktor penyebab terjadinya kesenjangan penggunaan komputer dan akses internet di masyarakat (Ariansyah & Nuryakin, 2019).

Banyak UMKM yang menghadapi kendala akses terhadap teknologi seperti minimnya literasi digital dan keterbatasan finansial untuk berinvestasi dalam teknologi baru (Rauf *et al.*, 2024). Pendapatan yang rendah atau terbatas tersebut mengurangi akses seseorang terhadap akses teknologi, sehingga kurang berperan dalam inovasi (Prasetyo *et al.*, 2017). Pelaku UMKM menghadapi keterbatasan modal awal (Mardiyati

et al., 2025) karena teknologi digital seringkali memerlukan investasi awal dalam bentuk *hardware* (komputer, laptop, *smartphone* dengan spesifikasi memadai) dan *software* (aplikasi berbayar, langganan platform). UMKM dengan pendapatan lebih tinggi memiliki daya beli yang lebih baik untuk menjangkau modal awal tersebut.

Hasil analisis menunjukkan bahwa laki-laki, pelaku UMKM yang lebih muda, dan mereka yang memiliki pendapatan lebih tinggi cenderung memiliki akses teknologi yang lebih baik. Temuan ini juga didukung oleh penelitian lain yang menegaskan bahwa faktor budaya, peran ganda bagi perempuan, dan kurangnya literasi digital pada usia lanjut menjadi hambatan signifikan. Kesenjangan ini juga terlihat pada perbedaan jenis usaha, di mana bisnis seperti perdagangan dan jasa lebih cepat mengadopsi teknologi digital dibandingkan sektor lain. Dengan demikian, tantangan utama dalam digitalisasi UMKM bukan hanya masalah akses, tetapi juga terkait dengan kemampuan adaptasi yang dipengaruhi oleh karakteristik demografi dan ekonomi.

Implikasi kebijakan dari penelitian ini yaitu perlu adanya program yang menjangkau setiap kelompok secara berbeda. Misalnya, menyediakan pelatihan digital yang fleksibel dan ramah bagi perempuan dan pelaku UMKM yang lebih tua. Selain itu, kebijakan perlu diklasifikasikan berdasarkan jenis usaha, dengan menyediakan bimbingan dan dukungan teknologi yang relevan, seperti penggunaan aplikasi *e-commerce* untuk bisnis kuliner dan sistem manajemen ternak untuk sektor pertanian. Dari sisi finansial, pemerintah harus memfasilitasi akses ke bantuan modal atau skema subsidi yang memadai agar pelaku UMKM berpendapatan rendah dapat berinvestasi dalam teknologi. Dengan pendekatan ini, upaya digitalisasi dapat berjalan lebih efektif, mempersempit

kesenjangan, dan mendorong pertumbuhan bisnis UMKM secara keseluruhan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akses dan penggunaan teknologi digital pada UMKM dipengaruhi secara signifikan oleh jenis kelamin, usia, jenis usaha, dan pendapatan. Laki-laki cenderung memiliki akses dan penggunaan teknologi yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Hal ini sejalan dengan peran ganda yang sering diemban perempuan, yang membatasi waktu dan energi untuk adopsi teknologi. Selain itu, usia juga berperan penting, dimana semakin tua usia pelaku UMKM, semakin rendah kecenderungan mereka untuk menggunakan teknologi digital. Jenis usaha juga menentukan relevansi teknologi, di mana sektor perdagangan dan jasa cenderung lebih intensif dalam mengadopsi teknologi digital dibandingkan sektor lain. Terakhir, pendapatan yang lebih tinggi memberikan pelaku UMKM kemampuan finansial untuk berinvestasi pada teknologi digital untuk mendukung usahanya.

Untuk mengatasi kesenjangan yang ditemukan, diperlukan adanya kerjasama, baik antara pemerintah maupun berbagai stakeholder (dari pembiayaan, pengembangan UMKM serta pengembangan SDM) untuk merancang program pelatihan digital yang lebih inklusif. Pelatihan juga dapat dirancang untuk meningkatkan peran wanita dalam pengembangan UMKM. Untuk penelitian selanjutnya, dapat memperluas cakupan penelitian dengan melihat faktor-faktor lain seperti tingkat literasi digital, dukungan ekosistem, dan dampak spesifik dari berbagai jenis teknologi (misalnya *e-commerce*, media sosial, aplikasi manajemen keuangan) pada setiap jenis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaududi Ausat, A. M., Astuti, E. S., & Wilopo, W. (2022). Analisis Faktor yang Berpengaruh pada Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Bagi Kinerja UKM di Kabupaten Subang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(2), 333–345. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2022925422>
- Ariansyah, K., & Nuryakin, C. (2019). Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Penentu Adopsi Long Term Evolution (LTE) di Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 18(1), 29–42. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.1.3>
- Asrofi, D. A. N., Pratomo, D. S., & Pangesty, F. W. (2022). Determinan Wirausaha Perempuan Pengguna Transaksi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 11(2), 193–210. <https://doi.org/10.52813/jei.v11i2.235>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap. (2024). *Profil Industri Mikro dan Kecil Kabupaten Cilacap 2023*. Cilacap.
- Christian, R., & Nurjanah, S. (2025). Variabel Determinan Terhadap Use Behaviour Shopee Paylater Pada Kalangan Gen Z Dimoderasi Dengan Jenis Kelamin. *Streaming Business Journal*, 4(1), 68–78.
- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., Shaafia, A., Maulana, M. H., Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Mardani: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 3(5), 36–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538100>
- Ivan, E., & Hendrawan, D. A. (2024). Persepsi Petani Terhadap Financial Technology Untuk Mendukung Kemandirian Petani. *Paradigma Agribisnis*, 6(2), 199–206. <https://doi.org/10.33603/jpa.v6i2.9027>
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504>
- Kansrini, Y., Febrimeli, D., & Mulyani, P. W. (2020). Tingkat Adopsi Budidaya Yang Baik (Good Agriculture Practices) Tanaman Kopi Arabika Oleh Petani Di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 36–49. <https://doi.org/10.33603/jpa.v3i1.3957>
- Mardiyati, S., Alfin, E., & Pramarta, P. (2025). Adopsi Cloud Computing pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 553–558. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.712>
- Meilinda, E., Saputra, D., & Murni, S. (2025). Pemberdayaan UMKM Percetakan SMART Melalui Pelatihan Digital Marketing. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.60004/komunita.v4i1.123>
- Mohamad, S., Saleh, G. S., & Umuri, H. (2024). Implementasi Program UMKM dalam Pengentasan Kemiskinan di Desa Padengo Kabupaten Pohuwato. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 03(2), 117–140.
- Nuriana, D., Rizkiyah, I., Efendi, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Generasi Baby Boomers (Lanjut Usia) Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 32–46. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23117>
- Pangesti, S. D., & Adyaksana, R. I. (2021). Determinan adopsi e-commerce dan dampaknya pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Journal of Business and Information Systems*, 3(2), 97–107. <https://doi.org/10.36067/jbis.v3i2.100>
- Pemerintah Desa Cipari. (2024). Pemberdayaan UMKM di Desa Cipari: Pelatihan dan Dukungan Pemerintah. Retrieved from <https://cipari.desa.id/pemberdayaan-umkm-di-desa-cipari-pelatihan-dan-dukkungan-pemerintah>
- Pidata, I. P., Ferichani, M., & Barokah, U. (2023). Analisis Value Added Kopi Robusta Pada Umkm Kopi Mukidi Di Kabupaten Temanggung. *Paradigma Agribisnis*, 5(2), 114–128. <https://doi.org/10.33603/jpa.v5i2.6780>
- Prasetyo, A. F., Nurkolis, N., & Suryadi, U. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Inovasi Dan Kapabilitas

- Peternak Pada Kelompok Ternak Kambing. *Jurnal Ilmiah Inovasi*, 17(2), 62–66. <https://doi.org/10.25047/jii.v17i2.544>
- Pujianto, A. (2020). Peningkatan Manajemen Pengelolaan Usaha Ternak Lele melalui Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Berbasis Online. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta*, 1–6.
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Bongaya Journal for Research in Management (BJRM)*, 7(1), 95–102. <https://doi.org/10.37888/bjrm.v7i1.594>
- Rifai, B., & Mychelisda, E. (2023). Model Percepatan Adopsi Teknologi Digital Industri Makanan Minuman Berbasis Potensi Lokal Menuju Industri 4.0 Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Nasional. *TheJournalish: Social and Government*, 4(5), 211–231. Retrieved from <https://thejournalish.com/ojs/index.php/thejournalish/article/view/612>
- Sumiari, N. K. (2019). Pemanfaatan Teknologi Bidang Pemasaran Dan Keuangan Untuk Peningkatan Potensi SDM Pada UKM Sedana Mebel. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 2(1), 13–19. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v2i1.126>
- Trinugroho, I., Pamungkas, P., Wiwoho, J., Damayanti, S. M., & Pramono, T. (2022). Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia. *Finance Research Letters*, 45, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102156>
- Umiyati, E., & Achmad, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan digital ekonomi pada pelaku usaha. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 255–266.
- Wahyuningtyas, N., & Adi, K. R. (2016). Digital Divide Perempuan Indonesia. *Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 10(1), 80–88. <https://doi.org/10.17977/um020v10i12016p080>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(1), 265–282.
- Widyananda, C. S., Shamad, Z., & Purdiyanto, J. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Peternak Kambing Di Dusun Solot Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Terapan Abdimas*, 9(1), 92–98. <https://doi.org/10.25273/jta.v9i1.17938>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>