

Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital Melalui Pelayanan Marketing Digital, Service Digital Dan Komunikasi Digital Menuju Desa Wisata Di Kecamatan Pulau Pinang

Iin Merdasari¹⁾, Darius Antoni²⁾, Rosananda Oktala³⁾

Universitas Serelo Lahat (Unsela), Lahat

Penulis Korespondensi: iinmerdasari@gmail.com

Informasi Artikel:

Received: 11 November 2024, Accepted: 29 November 2024, Published: 02 December 2024

Abstract

This research aims to find out strategies for empowering women in developing villages in the digital era through digital marketing, digital services, and digital communication towards tourist villages in Pulau Pinang District, 2. to find out the driving and inhibiting factors for women's empowerment in developing villages in the digital era through digital marketing, digital services and digital communications to tourist villages in Pulau Pinang District. This research uses primary data and secondary data. Primary data in this research was obtained by conducting observations, interviews, and documentation. Data analysis techniques used include data analysis, data reduction, data presentation, verification, drawing conclusions, and testing data validity. This research shows that implementing government support to improve women's communication can help reduce village poverty. Government support for women's empowerment in tourist villages has been carried out. This activity aims to provide understanding and knowledge about how to market creative products in the digital era through digital marketing, digital services, and digital communications so that participants can apply them to increase sales of creative products in Pulau Pinang Village, Pulau Pinang District. Empowering Women Entrepreneurs in Pulau Pinang village aims to empower women entrepreneurs in the technology and digital fields. So that they can keep up with current developments where the world is entering industry 4.0, which uses more technology and digital capabilities; apart from that, people can get jobs without having to leave the village or the city, but by partnering with business owners who need their skills in the field of digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, Digital Service, Digital Communication and Tourism Village

1. Pendahuluan

Studi kasus yang diambil pada penelitian ini adalah Desa Wisata Pulau Pinang yang berlokasi di Kecamatan Pulau Pinang. Desa Wisata Pulau Pinang menawarkan banyak paket wisata dengan memanfaatkan potensi alam yang ada seperti goa sejarah, kerajinan, seni dan budaya,

Published by:

kuliner, *tracking* sungai hingga *outbound*. Pengelola Desa Wisata Pulau Pinang sudah mulai memanfaatkan sosial media seperti *instagram* dan *facebook* untuk mempromosikan desa wisatanya.

Selama masa pandemi COVID-19, pengunjung Desa Wisata Pulau Pinang menurun secara signifikan. Pengelola desa wisata terpaksa harus menghentikan sementara operasi bisnis yang berjalan selama ini. Pengelola perlu menyiapkan strategi baru saat akan membuka kembali desa wisata. Dengan keadaan tersebut dibutuhkan solusi praktis untuk menunjang perekonomian domestik masyarakat melalui peningkatan ekonomi domestik dengan bantuan peran perempuan dalam rumah tangga. Sesuai data BPS, penduduk di Kecamatan Pulau Pinang pada usia 15-64 tahun sejumlah 945 dan perempuan sebanyak 474. Komposisi penduduk dan data pekerjaan menunjukkan bahwa sebagian besar dari para perempuan di desa wisata Pulau Pinang berperan besar dalam mengurus rumah tangga.

Oleh karena itu pemberdayaan perempuan di desa wisata Pulau Pinang menjadi penting karena peningkatan peran dan partisipasi perempuan dapat membantu pembangunan. Hal tersebut juga merupakan agenda nasional dan tercantum pada Peraturan Presiden No 18 Tahun 2020 tentang RPJMN Tahun 2020-2024. Pemberdayaan perempuan di negara berkembang tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan rumah tangga tetapi juga akan berdampak positif pada kesehatan sosial dan fiskal negara melalui pendidikan yang lebih baik, pengentasan kemiskinan, dan penurunan kekerasan.

Perempuan di desa wisata Pulau Pinang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi pengusaha, namun memiliki tantangan produksi dan pemasaran. Selain itu jenis usaha yang ditekuni juga terbatas karena kurangnya dukungan dan pengetahuan mengenai menjangkau konsumen di era digital melalui media sosial. Pengalaman perempuan di desa wisata Pulau Pinang yang memberdayakan diri mereka melalui kewirausahaan kerajinan yang berorientasi pada pariwisata menunjukkan bahwa mereka menemukan kebebasan, fleksibilitas, kendali, dan rasa pencapaian yang bermanfaat bagi kehidupan mereka. Selain itu kewirausahaan perempuan sangat bermanfaat bagi ekonomi pedesaan. Dari sisi ekonomi, pariwisata mampu memberikan penghasilan bagi perempuan sehingga mampu meningkatkan pendapatan keluarganya.

Selain dari sisi ekonomi, kehadiran pariwisata juga berdampak pada peningkatan pengetahuan perempuan akan budaya dan bahasa asing. Dukungan terhadap pemberdayaan perempuan salah satunya melalui pelatihan-pelatihan untuk memberikan keterampilan baru yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup. Pelatihan keterampilan komunikasi yang diinisiasi oleh pemerintah sangat penting. Dalam hal ini, Pelatihan bisnis dan manajemen seperti pelatihan tentang manajemen keuangan, pemasaran, dan kepemimpinan mampu memberi perempuan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan bisnis. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perempuan lebih sering menjadi pengguna komunikasi termediasi salah satunya media sosial. Aktivitas digital perempuan terbukti menjadi sarana yang efektif untuk berpartisipasi dalam diskursus komunikasi dan memobilisasi populasi perempuan dalam perjuangan mereka untuk masyarakat.

Terdapat tiga bentuk utama pengentasan kemiskinan perempuan di desa negara berkembang dengan menggunakan teknologi komunikasi, yaitu model selebriti internet yang menggunakan media sosial untuk menjual produk lokal; model pemerintah yang memimpin dalam membangun platform pembelajaran, pelatihan, dan penjualan online; dan model yang menggabungkan bimbingan pemerintah, pemberdayaan usaha dan promosi media. Perempuan

dapat berpartisipasi aktif melalui komunikasi di media social dengan menggunakan *digital marketing*, *service digital* dan *komunikasi digital*.

Penerapan dukungan pemerintah terhadap peningkatan komunikasi perempuan dapat membantu pengentasan kemiskinan di desa. Dukungan pemerintah terhadap pemberdayaan perempuan di desa wisata telah dilakukan. Tujuan pelaksanaan kegiatan tersebut adalah memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang cara memasarkan produk kreatif di era digital melalui *marketing digital*, *service digital* dan *komunikasi digital*, sehingga peserta dapat mengaplikasikannya dalam meningkatkan penjualan produk kreatif.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian didesa Pulau Pinang karena didesa ini banyak terdapat aset wisata yang bisa dijadikan tempat menarik perhatian wisatawan, dengan judul “Pemberdayaan Perempuan Di Era Digital Melalui *Marketing Digital*, *Service Digital* dan *Komunikasi Digital* Menuju Desa Wisata di Kecamatan Pulau Pinang “. Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Bagaimana strategi pemberdayaan perempuan dalam mengembangkan desa di era digital melalui *marketing digital*, *service digital* dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang?(2)Apa saja faktor pendorong dan penghambat pemberdayaan perempuan dalam mengembangkan desa di era digital melalui *marketing digital*, *service digital* dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang?

2. Kajian Pustaka

Menurut Brennen & Kreiss (2018: 66), digitalisasi yaitu meningkatnya ketersediaan data digital yang dimungkinkan oleh kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer.

Digital Marketing menurut Brennen & Kreiss (2018: 66), membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. *Digital Marketing* juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

Sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan sebuah cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah dibentuk, dikemas dan disajikan, dan dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa dan memberikan dampak yang sangat besar dan luas, walaupun pesan itu tidak penting, tidak ada guna dan manfaatnya. Keberadaan media sosial sebagai salah satu penemuan terbesar dalam teknologi komunikasi digital adalah keterbatasan pengetahuan penggunaannya tentang karakteristik media sosial dan dampak yang ditimbulkannya.

Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam beberapa hal sebagai berikut (Edi, 2019: 58):

1. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (freedom), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan

2. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan
3. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka.

Pemberdayaan perempuan tidak dapat dilepaskan dari konsep umum pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, filosofi pemberdayaan masyarakat mencakup beberapa hal yaitu (Totok, 2019: 132) :

1. Menolong diri sendiri (mandiri)
2. Senantiasa mencari dan menemukan solusi bersama
3. Ada pendampingan (secara teknis maupun praktis)
4. Demokratis
5. Menyuburkan munculnya kepemimpinan lokal

Menurut Swasta (2016:54) mengemukakan bahwa pengusaha wanita adalah orang yang giat mengincar peluang dan visi yang luar biasa, ketajaman komersial, dengan ketekunan yang luar biasa dan yang terpenting, wanita, yang bersedia mengambil risiko dengan yang tidak diketahui karena semangat petualang yang dimilikinya. Wirausaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan bisnis.

Desa Wisata adalah desa yang memiliki potensi yang unik dan tempat hiburan yang memiliki daya tarik baru, baik dalam lingkungan pedesaannya atau kehidupan sosial masyarakatnya yang diawasi dan dikemas secara menarik dan normal. Dengan kemajuan pengembangan fasilitas tempat wisatanya, dalam lingkungan alam yang menyenangkan dan administrasi yang sangat terorganisir dan teratur sehingga dapat menarik dan memindahkan wisatawan ke desa, dan memiliki pilihan untuk mendorong kesejahteraan masyarakatnya dari desa wisata tersebut. Pembangunan desa wisata mulai digiatkan oleh Pemerintah sejak tahun 2014, agar desa-desa dapat hidup mandiri dan berkembang. "Hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat pedesaan untuk memanfaatkan momentum ini untuk mentransformasikan desanya menjadi desa yang mandiri.

Pemilihan desa wisata berlandaskan pada komponen-komponen potensial yang mendukung terbentuknya desa wisata menurut Gumelar (2017: 95) diantaranya yaitu:

1. Tersedianya daya tarik yang khusus yang dimiliki dari desa tersebut
2. Tersedianya fasilitas dan akomodasi pariwisata seperti fasilitas penginapan, fasilitas makan-minum, pusat jajanan atau cenderamata, pusat pengunjung
3. Tersedianya pergerakan wisatawan seperti bertamasya, menikmati pemandangan dan lain sebagainya
4. Tersedianya pemberdayaan untuk menciptakan kawasan tersebut untuk dapat memberikan pelayanan secara maksimal untuk wisatawan seperti: pemisahan area (Zona), pengendalian pengunjung dan pelayanan komunikasi.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh pengusaha perempuan di desa wisata yang ada di Kecamatan Pulau Pinang. Informan dalam penelitian ini berjumlah 15 orang pengusaha perempuan di desa wisata yang ada di Kecamatan Pulau Pinang, yaitu penjual warung nasi 2 orang, penjual warung manisan 2 orang, penjual jagung bakar 1 orang, penjual bakso 1 orang, penjual olahan minuman 1 orang dan penjual oleh-oleh 1 orang, penjual makanan ringan 2 orang, penjual lemang 1 orang, penjual ikan salai 1 orang, penjual gorengan 1 orang. Menurut Sugiyono (2018: 31) ada beberapa teknik pengumpulan data antara lain:

1. Studi Lapangan (Field Research)

Yaitu suatu metode pengumpulan data untuk mendapatkan data primer dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan objek penelitian dan mengadakan tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan berkomunikasi langsung pada pengusaha perempuan di desa wisata Kecamatan Pulau Pinang. Sebelum melakukan wawancara peneliti terlebih dahulu menyusun instrumen untuk wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan dengan mengacu kisi-kisi wawancara. Wawancara ini membantu pengumpulan data dari segi waktu dan penarikan kesimpulan.

b. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian guna mengetahui permasalahan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini akan dilakukan observasi untuk mengamati tentang pemberdayaan perempuan di era digital melalui marketing digital, service digital dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang. Untuk memperkuat informasi yang didapat peneliti akan menggunakan alat bantu yang sesuai dengan kondisi di lapangan seperti buku catatan, pertanyaan dan kamera.

c. Metode Dokumentasi

adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Metode dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara pengumpulan data yang berasal dari laporan, bukubuku maupun arsip-arsip desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca literature yang relevan dengan permasalahan yang diteliti untuk mendapatkan landasan teori. Dalam penelitian kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2018:224).

Bogdan & Biklen mengatakan teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat

dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2017: 248).

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu, data reduction, data display, dan conclusion drowing/verification (Sugiyono, 2018:246).

Dalam analisis data, peneliti menggunakan model interactive model, yang unsur-unsurnya meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan conclusions drowing/verifiying. Teknik analisis data pada penelitian ini penulis menggunakan tiga prosedur perolehan data.

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*) Reduksi data adalah proses penyempurnaan data, baik pengurangan terhadap data yang dianggap kurang perlu dan tidak relevan, maupun penambahan data yang dirasa masih kurang. Data yang diperoleh di lapangan mungkin jumlahnya sangat banyak. Memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang akan direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan
- b. Penyajian Data/ Display
- c. Dengan mendisplay atau menyajikan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi selama penelitian berlangsung. Setelah itu perlu adanya perencanaan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. Dalam penyajian data selain menggunakan teks secara naratif, juga dapat berupa bahasa nonverbal seperti bagan, grafik, denah, matriks, dan tabel. Penyajian data merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, flowchart dan sejenisnya. Ia mengatakan “yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif”
- d. Verifikasi Data (*Conclusions drowing/verifiying*) Langkah terakhir dalam teknik analisis data adalah verifikasi data. Verifikasi data dilakukan apabila kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan ada perubahan-perubahan bila tidak dibarengi dengan bukti-bukti pendukung yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung dengan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel atau dapat dipercaya .

Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang didapat kemungkinan dapat menjawab fokus penelitian yang sudah dirancang sejak awal penelitian. Ada kalanya kesimpulan yang diperoleh tidak dapat digunakan untuk menjawab permasalahan. Hal ini sesuai dengan jenis penelitian kualitatif itu sendiri bahwa masalah yang timbul dalam penelitian kualitatif sifatnya masih sementara dan dapat berkembang setelah peneliti terjun ke lapangan.

Harapan dalam penelitian kualitatif adalah menemukan teori baru. Temuan itu dapat berupa gambaran suatu objek yang dianggap belum jelas, setelah ada penelitian gambaran yang belum jelas itu bisa dijelaskan dengan teori-teori yang telah ditemukan. Selanjutnya teori yang didapatkan diharapkan bisa menjadi pijakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2017:320). Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2017:320).

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini dilakukan triangulasi sumber, yaitu cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Disamping menggunakan triangulasi sumber, peneliti juga menggunakan triangulasi teknik, yaitu suatu cara untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda (Sugiyono, 2018: 276).

Teknik berbeda yang dimaksud dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan membandingkan hasil wawancara yang didapat dengan analisis observasi dan dokumentasi. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Pulau Pinang dengan wilayah seluas 111,67 kilometer persegi (km²) dengan batasan wilayah sebagai berikut:

Sebelah utara : Kecamatan Lahat

Sebelah Selatan: Kecamatan Pagar Gunung

Sebelah Timur : Kecamatan Lahat Selatan

Sebelah Barat : Kecamatan Gumay Talang dan Kecamatan Gumay Ulu.

Secara administratif wilayah Kecamatan Pulau Pinang terdiri dari 10 desa. Desa Tanjung Sirih merupakan desa yang memiliki wilayah terluas yaitu 24,11 km² atau 21,59 % dari luas wilayah Kecamatan Pulau Pinang. Sedangkan desa yang memiliki luas wilayah terkecil adalah Desa Muara Siban dengan luas 2,72 km² atau 2,44 % dari luas wilayah Kecamatan Pulau Pinang. Desa terjauh dari ibukota ke kabupaten adalah Desa Tanjung Mulak dengan jarak yang harus ditempuh melalui darat yaitu kurang lebih sejauh 20 km. Sampai dengan tahun 2024 wilayah Kecamatan Pulau Pinang terdiri dari 10 desa, dan 25 dusun, Semua desa berstatus definitive.

Penduduk Kecamatan Pulau Pinang tahun 2022 sebanyak 10.402 jiwa yang terdiri atas penduduk laki-laki dan penduduk perempuan. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk, 2010, penduduk Kecamatan Pulau Pinang mengalami pertumbuhan. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin, 2022 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 103,75. Kepadatan penduduk di Kecamatan Pulau Pinang, 2022 mencapai 93,15 jiwa/km². Kepadatan Penduduk di kecamatan Pulau Pinang cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Desa Muara Siban dengan kepadatan sebesar 956,62 jiwa/km² dan terendah di Desa Pulau Pinang sebesar 31,64 jiwa/Km².

Salah satu potensi yang ada merupakan sektor pariwisata, maka muncul mata pencaharian sebagai pedagang yang berjualan dekat dengan tempat wisata. Hampir setiap warga yang berdomisili di dekat sector wisata memiliki usaha berdagang. Terlebih banyak yang menjadikan usaha/berdagang kaki lima menjadi sumber pencaharian mereka seperti berjualan warung nasi, warung manisan, jagung bakar, bakso, minuman, oleh-oleh, makanan ringan, leman, ikan salai, gorengan. Adapun untuk pedagang keliling berupa jenis makanan ringan atau jajanan. Dengan hadirnya pedagang tersebut menjadi sumber pendapatan yang lumayan bagi masyarakat tersebut

Dengan potensi yang besar di bidang pariwisata maka misi Kecamatan Pulau Pinang yaitu “Kecamatan Pulau Pinang Pada tahun 2025 menjadi daerah pariwisata yang mendunia, tempat tinggal yang aman dan nyaman berlandaskan norma agama. Potensi terbesar yang dimiliki Kecamatan Pulau Pinang adalah pariwisata baik objek wisata pantai maupun sungai. Terdapat banyak objek wisata favorit baik oleh turis domestik. Salah satu objek wisata yang terdapat di Kecamatan Pulau Pinang yaitu Greencanyon.

Green canyon merupakan objek wisata berupa sungai yang dijaga bebatuan di sepanjang tepinya. Wisata ini tampak seperti green canyon yang berada di Amerika tetapi dalam versi lebih kecil. Airnya yang memancar berwarna hijau kebiruan dan tenang serta batu-batuan berwarna keabu-abuan. Lokasi wisata ini berada di Desa Pulau Pinang, Kecamatan Pulau Pinang, Kabupaten Lahat.

Green Canyon berada di aliran Sungai Ayek Lim dengan warna hijau toska. Kedalaman sungai hanya berkisar 60 cm saja, sehingga kamu tak perlu khawatir ketika berenang di Green Canyon. Akan tetapi, sungai ini dipenuhi dengan batu napal yang sedikit licin. Saat pertama kali memasuki Green Canyon, kamu akan bertemu dengan jembatan gantung yang menjadi penghubung perkebunan warga yang dipisahkan oleh Sungai Ayek Lim. Kamu juga dapat berfoto ria di jembatan gantung tersebut.

Green Canyon Desa Pulau Pinang berada 1 km dari Kabupaten Lahat dengan waktu tempuh sekitar 1,5 jam perjalanan dari Kota Pagar Alam. Jika kamu berada di luar Pulau Sumatera, kamu dapat menggunakan pesawat dan turun di Kota Lahat. Green Canyon menawarkan beragam aktivitas air yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Selain dapat untuk berenang, pengunjung juga dapat menyewa perahu kano untuk menjelajahi sungai dan menikmati pemandangan alam sekitarnya.

Visi adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan yang diinginkan dengan melihat potensi dan kebutuhan wisata. Visi Wisata Green Canyon Desa Pulau Pinang adalah : “Terbangunnya tata kelola pemerintah desa yang baik dan bersih guna mewujudkan Wisata Green Canyon Desa Pulau Pinang yang asri dan maju”

Selain penyusunan visi juga telah ditetapkan misi-misi yang memuat sesuatu pernyataan yang harus dilaksanakan oleh tempat wisata agar tercapainya visi kampung tersebut. Pernyataan visi kemudian dijabarkan ke dalam misi agar dapat dioperasionalkan atau dikerjakan. Adapun misi Wisata Green Canyon Desa Pulau Pinang adalah:

- a. Melakukan pengevaluasian birokrasi di jajaran aparaturnya pemerintah desa guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.
- b. Menyelenggarakan pemerintahan yang bersih, terbebas dari korupsi serta bentuk-bentuk penyelewengan lainnya.
- b. Meningkatkan potensi wisata yang ada.

4.2. Hasil Penelitian

Desa wisata merupakan salah satu pariwisata yang memasukkan aspek pembangunan berkelanjutan, perlindungan lingkungan, pengembangan kewirausahaan, baik dalam kegiatan langsung maupun yang berkaitan dengan tradisi dan adat istiadat. Inilah yang membedakan desa wisata dengan desa-desa lain pada umumnya. Pengembangan desa wisata membantu dalam menjadikan lingkungan atau potensi alam terjaga bahkan dapat meningkatkan kualitas itu sendiri. Selain itu, pengembangan desa wisata juga dapat memberikan manfaat pemerataan pembangunan hingga tingkat desa dan mengangkat tingkat perekonomian masyarakat.

Strategi transformasi digital dalam menciptakan bentuk baru proposisi nilai pada Desa Wisata Desa Pulau Pinang. Strategi tersebut diterapkan desa wisata untuk menawarkan pengalaman baru kepada pelanggan dengan memanfaatkan teknologi informasi. Bentuk baru proposisi nilai perlu difasilitasi dengan cara menciptakan bentuk baru interaksi pelanggan yang memanfaatkan teknologi informasi. Hal tersebut diperlukan untuk memberikan pengalaman baru yang lebih maksimal kepada pelanggan. Desa wisata harus sudah memahami bahwa pelanggan bukan lagi sebagai pasar massal (*market mass*), tetapi sebagai jaringan dinamis (*dynamic network*), desa wisata perlu memahami lima perilaku utama.

Pertama, *access* yaitu perilaku pelanggan yang berusaha untuk mengakses data dan konten digital dengan interaksi yang cepat, mudah dan fleksibel. Kedua, *engage* yaitu perilaku pelanggan yang berusaha untuk terlibat dengan konten digital yang interaktif dan relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, *customize* yaitu perilaku pelanggan yang berusaha untuk menyesuaikan pengalaman mereka dengan memilih dan memodifikasi informasi, produk atau layanan yang ditawarkan. Keempat, *connect* yaitu perilaku pelanggan yang berusaha untuk terhubung satu sama lain dengan berbagi pengalaman, ide dan pendapat mereka melalui teks atau gambar. Kelima, *collaborate* yaitu perilaku pelanggan yang berusaha untuk berkolaborasi dalam proyek organisasi.

Interaksi pelanggan merupakan komunikasi dua arah yang dilakukan organisasi untuk mendapatkan tanggapan dan pengetahuan baru dari pelanggan. Organisasi yang dulu hanya menggunakan interaksi satu arah dengan pelanggan, kini harus berubah menjadi komunikasi dua arah. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara organisasi beroperasi tetapi juga mengubah bagaimana organisasi berinteraksi dengan pelanggan.

Penerapan strategi transformasi digital yang sukses pada desa wisata berarti pengelola desa wisata telah sengaja melakukan upaya-upaya untuk mengeliminasi kendala yang menghambat berhasilnya sebuah strategi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kendala yang dapat menghambat proses transformasi digital adalah kurangnya keahlian pengelola desa wisata dalam penerapan teknologi informasi terbaru. Melalui penelitian ini, peneliti menawarkan

solusi kepada desa wisata dalam memfasilitasi bentuk baru proposisi nilai. Penelitian ini membahas bagaimana strategi transformasi digital untuk menciptakan bentuk baru interaksi pelanggan dengan teknologi informasi dalam memfasilitasi bentuk baru proposisi nilai.

Transformasi digital sudah mulai banyak diterapkan pada organisasi atau perusahaan untuk dapat menciptakan nilai baru bagi pelanggan. Nilai baru yang akan diciptakan di sesuaikan dengan kebiasaan yang dilakukan oleh pelanggan, yaitu salah satunya penggunaan teknologi informasi. Nilai baru tersebut akan memberikan pelanggan pengalaman baru dalam menikmati produk atau layanan yang ditawarkan desa wisata. Hal ini perlu dilakukan desa wisata untuk tetap dapat menjaga keberadaan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi yang sering digunakan pelanggan yaitu sosial media. Pada umumnya sosial media digunakan untuk membagikan informasi atau pengalaman seorang pengguna kepada jaringan mereka.

Kebiasaan pelanggan dalam berbagi pengalaman tentang sebuah produk atau layanan di sosial media harus bisa dimanfaatkan oleh desa wisata. Jaringan yang dimiliki pelanggan di sosial media terhubung dengan erat, sehingga desa wisata dapat memanfaatkan hal tersebut untuk memengaruhi orang-orang di sekitarnya. Pengelola desa wisata dapat memulai dengan cara melibatkan dan memberdayakan pelanggan dalam menciptakan produk atau layanan bersama untuk mencapai kebutuhan pelanggan. Pengelola desa wisata diharuskan memahami konsep-konsep kunci dan lima perilaku inti dari jaringan pelanggan dalam menciptakan strategi untuk pelanggan (menurut Rogers: 2017). Lima perilaku inti tersebut adalah *accessing*, *engaging*, *customizing*, *connecting*, dan *collaborating*.

Desa wisata harus mengerti bagaimana cara pelanggan berinteraksi dan memengaruhi pelanggan lain. Pengetahuan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai salah satu pertimbangan dalam menciptakan strategi. Interaksi yang terjadi antara pengelola desa wisata, terutama pengusaha perempuan dengan pelanggan memungkinkan mereka untuk menciptakan nilai bersama dengan menghasilkan konten, memberikan *feedback*, hingga menyebarkan informasi tentang produk atau layanan yang ditawarkan.

1. Strategi Pemberdayaan Perempuan Melalui *Marketing Digital*, *Service Digital* dan Komunikasi Digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang. Strategi adalah sebuah cara atau taktik dalam mencapai sebuah tujuan dan sasaran pada objek aktivitas yang ingin dicapai. Merujuk pada definisi tersebut, peneliti mewawancarai beberapa informan pendukung untuk memperkuat dan memperbanyak data yang di dapatkan. Adapun pernyataan yang di ungkapkan oleh ibu Eni sebagai pemilik warung nasi dan juga sebagai ketua perkumpulan pengusaha perempuan di objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang, beliau menyatakan bahwa Strategi yang digunakan objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang adalah dengan membuat pelatihan digital, seperti pelatihan digital periklanan dan *customer service*.

- a. Pelatihan Periklanan

Dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan, dengan adanya mitra SDM untuk memberikan pelatihan yang akan memberikan pelatihan tentang bisnis online untuk mengembangkan usaha mereka. Bisa dikatakan ini adalah proses yang sama-sama menguntungkan bagi kedua belah pihak.

- b. Pelatihan Customer Service

Dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan selama 1 bulan, bahwa ulasan tersebut memang benar adanya. Baik dari segi pengajar *customer service* maupun

pengusaha perempuan yang diberdayakan sudah merasakan manfaatnya dengan bergabung di program pelatihan ini.

2. Tujuan Pemberdayaan Pengusaha Perempuan di Desa Pulau Pinang

Tujuan pemberdayaan pengusaha perempuan adalah membantu pengembangan dari masyarakat lemah, renta, miskin, marjinal dan kelompok yang didiskriminasi atau dikesampingkan. Memberdayakan kelompok pengusaha perempuan tersebut secara sosial ekonomi sehingga mereka dapat lebih mandiri dan dapat memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka, namun sanggup berperan dalam pengembangan masyarakat.

Berdasarkan hasil temuan observasi yang telah peneliti lakukan, objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang memang ingin membuat perkumpulan pengusaha perempuan ini menjadi lebih berdaya di bidang teknologi dan digital. Sehingga mereka bisa mengikuti perkembangan zaman dimana saat ini dunia sedang memasuki industri 4.0 yang lebih banyak menggunakan kemampuan di bidang teknologi dan digital. Selain itu, pengusaha apapun bisa mendapatkan pekerjaan tanpa harus meninggalkan desa ataupun keluar kota. Tetapi dengan cara bermitra dengan para pemilik usaha yang membutuhkan kemampuannya di bidang digital marketing.

3. Strategi Pemberdayaan Pengusaha Perempuan

Strategi pemberdayaan adalah suatu cara dalam mengoptimalkan upaya-upaya pemberdayaan yaitu dengan cara mengangkat dan mengembangkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan lebih lanjut dalam rangka memperbaiki taraf kehidupan masyarakat terutama pengusaha perempuan. Dalam hal ini, objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang pun melakukan aktivitas-aktivitas pemberdayaan sebagai berikut :

- a. Pembentukan kelompok
- b. Pada fase awal ini, kampung marketer membentuk beberapa kelompok dalam melakukan pemberdayaan masyarakat, seperti kelompok anak muda yang memang masih sangat potensial jika ingin mengikuti program pelatihan.
- c. Pendampingan
- d. Pada fase ini, pendampingan bertugas menyertai proses pembentukan dan penyelenggaraan kelompok. Sebagai fasilitator yaitu dari pihak kampung marketer dan para pengajar kampung marketer, komunikator yaitu dari pihak manajemen objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang sedangkan untuk penggerak sendiri dilakukan oleh manajemen objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang.
- e. Perencanaan kegiatan
- f. Pada fase ini, objek wisata *Green Canyon* Desa Pulau Pinang harus membuat beberapa perencanaan dalam melakukan pemberdayaan. Dimulai dari tahap sosialisasi, rekrutmen, wawancara, proses pelatihan, ujian tertulis dan praktek kemudian ditahap akhir yaitu fase upgrading bagi masyarakat yang berhasil lolos dan bergabung dengan program pelatihan.

Pemberdayaan merupakan bentuk dua unsur penting yaitu kewenangan dan kemampuan. Keduanya merupakan kesatuan yang tidak terpisahkan, kewenangan yang diperoleh harus diimbangi dengan kemampuan untuk menjalankan dan melaksanakan kewenangan yang telah didapatkan. Pemberdayaan perempuan juga mencakup tiga dimensi yang merujuk pada:

1. Pembangunan yang bermula dari pertumbuhan individual yang kemudian berkembang menjadi sebuah perubahan besar

2. Sebuah keadaan psikologis ditandai oleh rasa percaya diri, berguna dan mampu mengendalikan orang lain
3. Pembebasan yang dilakukan dari sebuah gerakan sosial yang dimulai dari pendidikan dan politisasi orang-orang lemah dan kemudian melibatkan upaya-upaya kolektif dan orang-orang lemah tersebut untuk memperoleh kekuasaan dan mengubah struktur-struktur yang masih menekan.

Keberadaan desa wisata merupakan salah satu bentuk kewenangan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat Kecamatan Pulau Pinang yang mampu mengembangkan desa dan potensinya. Hal ini terjadi dengan keinginan masyarakat untuk melakukan perubahan dan memajukan usaha pengembangannya. Melalui Pemerintah Daerah, Organisasi Pemerintah Daerah terkait dan peran pemberdayaan perempuan yang tergabung dalam Kelompok Perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang yang bersama-sama mengembangkan desa Pulau Pinang agar masyarakat bisa mandiri dan meningkatkan pendapatan. Selain membangun dan mengembangkan potensi wilayah Kecamatan Pulau Pinang, pemberdayaan perempuan melalui pengembangan desa wisata memiliki dampak merubah pola pikir masyarakat terutama perempuan ke arah yang lebih maju. Indikator perubahan pola pikir tersebut kelompok perempuan mampu mengorganisasi dirinya sendiri dan meningkatkan kesejahteraan dalam bidang ekonomi

1. Dampak pemberdayaan masyarakat secara sosial ekonomi yaitu:
 - a. Kemudahan akses sumber-sumber ekonomi
 - b. Kemudahan akses sumber ekonomi dirasakan oleh masyarakat Kecamatan Pulau Pinang, dimana pemberdayaan perempuan memiliki sumber daya alam yang bisa digunakan, home industri mulai bergeliat dan toko-toko sembako disekitar desa dijadikan sebagai suplier, munculnya Rumah Makan, penyedia alat rental pancing, maupun warung kecil, baik yang sudah berdiri maupun yang sedang tahap pembangunan
 - c. Penyerapan tenaga kerja
 - d. Pemberdayaan perempuan yang dilakukan dapat menyerap tenaga kerja setempat. Penyerapan tenaga kerja merupakan dampak langsung yang dirasakan di Kecamatan Pulau Pinang.
 - e. Peningkatan pendapatan masyarakat
 - f. Pendapatan masyarakat merupakan dampak langsung dari adanya pemberdayaan perempuan. Peningkatan pendapatan juga dirasakan masyarakat Kecamatan Pulau Pinang.
 - g. Perubahan lapangan pekerjaan
 - h. Timbulnya lapangan pekerjaan baru baik yang langsung maupun tidak langsung karena perkembangan struktur ekonomi. Perubahan lapangan kerja yang ada di Kecamatan Pulau Pinang.
2. Dampak sosial-budaya
 - a. Keadaan bentuk masyarakat, kualitas hidupnya dan hubungan
 - b. Dampak yang dirasakan dari pemberdayaan perempuan melalui pengembangan desa wisata masyarakat menjadi aktif dalam kegiatan kemasyarakatan dan bergabung di kelompok perempuan. Kelompok perempuan memiliki interaksi sosial yang baik dengan masyarakat Kecamatan Lahat maupun wisatawan sehingga menciptakan solidaritas antar masyarakat dan hubungan yang baik.

- c. Hubungan timbal balik antara sosial-budaya, lingkungan dan sosial-ekonomi
 - d. Pemberdayaan perempuan melalui pengembangan desa wisata berdampak pada masyarakat, yang dulunya mengandalkan penghasilan dari merantau sekarang lebih memilih memanfaatkan lingkungan yaitu lahan tidur yang mereka miliki. Komunikasi masyarakat juga semakin baik dengan antar anggota kelompok perempuan maupun wisatawan sehingga mampu mengambil keputusan-keputusan yang tepat dan bisa ditindaklanjuti dengan aksi nyata ketika ada permasalahan.
 - e. Perilaku, persepsi, cita-cita dan nilai-nilai dari masyarakat
 - f. Pemberdayaan perempuan berdampak pula terhadap nilai-nilai yang ada di masyarakat baik agama, sosial maupun yang lainnya. Masyarakat dalam menjalankan kewajiban beragama semakin baik dengan banyaknya seringnya kegiatan keagamaan yang ada di Kecamatan Pulau Pinang seperti pengajian mingguan maupun bulanan. Sebagian kelompok perempuan juga memilih libur atau menutup wisata pemancingannya ketika hari jum'at tiba.
3. Dampak Sosial Ekologi Dampak lain dari pemberdayaan perempuan yaitu dampak sosial ekologi. Dampak ekologi dapat terjadi ketika ada hubungan atau interaksi antara manusia dengan lingkungan hidupnya. Masyarakat harus memperhatikan lingkungan sehingga tidak terjadi eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya yang ada. Dampak pemberdayaan perempuan sosial ekologi bagi masyarakat Kecamatan Pulau Pinang yaitu:
- a. Kesadaran memelihara lingkungan Pemberdayaan perempuan melalui desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang tidak lepas dari peranan masyarakat maupun pihak luar. Perhatian dari Dinas Pariwisata juga mengajak masyarakat menjaga lingkungannya agar tetap seimbang. Pendampingan yang diberikan oleh penyuluh juga berperan dalam mengajak masyarakat menjaga lingkungan. Masyarakat mulai sadar mengenai pentingnya menjaga lingkungan agar tetap seimbang, usaha mereka tetap ada dan semakin maju.
 - b. Inisiatif Kelompok Perempuan untuk Menjaga Lingkungannya
 - c. Kelompok perempuan memiliki inisiatif untuk menjaga lingkungan agar terjadi keseimbangan dan tetap lestari. Masyarakat dalam melakukan pembangunan sarana dan prasarana penunjang keberadaan desa wisata selalu memperhatikan dampak yang akan ditimbulkan agar tidak menimbulkan kerusakan, tidak mengeksploitasi sumber daya alam.

Berdasarkan hasil survei, manfaat langsung yang dirasakan, Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan yang dirasakan adalah signifikan untuk penerapan marketing digital, service digital dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang. Dari hasil penelitian ini menunjukkan manfaat tidak langsung yang dirasakan dan kurang perhatian UMKMpemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat dalam mengadopsi teknologi atau kesiapan UMKM menunjukkan pengaruh yang tidak langsung dalam mengadopsi e-Market. Selanjutnya, besar kecilnya UMKM yang muncul merupakan faktor yang tidak signifikan dalam mengadopsi e-Market.

1) Teknologi

Dampak signifikan dari manfaat langsung dari penggunaan teknologi yang dirasakan pada penerapan e-Market pada UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat menuju desa wisata. Hubungan positif antara manfaat langsung yang

dirasakan dan adopsi e-Market menunjukkan bahwa e-Market dianggap sebagai cara untuk mendapatkan manfaat langsung seperti meningkatkan efisiensi operasional, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan menghemat biaya. Dibandingkan dengan pengaruh langsung yang tidak signifikan dari manfaat tidak langsung yang dirasakan terhadap penerapan e-Market, hal ini menunjukkan bahwa UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat lebih mementingkan manfaat jangka pendek langsung yang dapat diberikan oleh e-Market daripada manfaat tidak langsung jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa penyedia layanan e-Market menekankan pada manfaat langsung e-Market kepada UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat dalam mempromosikan penerapan e-Market dalam bisnis elektronik.

Berdasarkan hasil penelitian juga, studi ini menunjukkan adopsi teknologi dalam penerapan E-market tidak tergantung pada bahwa besar kecil UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat. Biaya adopsi yang lebih rendah dan kebutuhan pemeliharaan mengurangi pentingnya ukuran untuk adopsi teknologi. Hal ini benar dalam penerapane-Market karena biaya dan persyaratan teknis untuk mengadopsi e-Market sangat rendah. Dengan semakin populernya teknologi relevan e-Market yang terjangkau, sebagian besar UMKM terjangkau untuk mengadopsi e-Market. Selain itu, tingkat penetrasi Internet yang tinggi di UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat juga mengurangi hambatan dalam penerapan e-Market.

Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor UMKM kesulitan dalam merekrut dan mempertahankan ahli internal dalam pengelolaan sistem informasi. Hal ini disebabkan karena jenjang karir sangat terbatas di UMKM dan juga ketidakmampuan UMKM dalam memberikan upah yang tinggi dalam merekrut sumber daya manusia yang memiliki kemampuan teknologi informasi. Untuk menyelesaikan isu tersebut kebutuhan teknologi di UMKM, perlunya kolaborasi antara Pemerintah, komunitas, industry dan akademisi untuk penyediaan dan pengelolaan infrastruktur teknologi informasi.

Dari sudut pandang investasi IT di UMKM, terlihat bahwa kebanyakan dari pemilik UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat memiliki akses yang terbatas terhadap investasi teknologi seperti computer dan internet. Rendahnya tingkat investasi infrastruktur teknologi oleh pelaku UMKM ini disebabkan oleh beberapa alasan. Alasan utama adalah pelaku UMKM menganggap usaha mereka tidak butuh komputer. Alasan lainnya adalah keterbatasan sumberdaya manusia dan keterbatasan dana.

Pelatihan untuk anggotaUMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat merupakan salah kegiatan pengembangan potensi ekonomi pelaku usaha UMKM. IT sendiri merupakan teknologi pendukung segala jenis usaha yang akan memudahkan pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya, menuju peningkatan kualitas dan kuantitas. Agar dapat bersaing di tengah pasar global. Pelatihan IT UMKM mampu meningkatkan penguasaan ekonomi digital. Disini Sebagian besar dari Pelatihan-pelatihan staf dan pegawai UMKM berasal dari pemerintah dan akademisi. Dari Pemerintah pelatihan anggota UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat biasanya berasal dari Dinas Koperasi, UMKM dan Perdagangan, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Perguruan Tinggi yang berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan IT UMKM. Dengan kolaborasi antara pemerintah, akademisi dan UMKM dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi untuk mendukung operasional UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat.

Published by:

2) Organisasi

Dukungan manajemen atau pemilik usaha UMKM adalah penentu paling penting dalam adopsi e-Market. Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat, pembuat keputusan utama adalah pemilik atau direktur pengelola bisnis. Dukungan mereka menjamin alokasi sumber daya yang terbatas untuk adopsi e-Market dan menciptakan iklim yang mendukung dalam mengatasi hambatan dan penolakan terhadap adopsi. Akibatnya, penting untuk berkomunikasi dengan manajemen puncak tentang potensi manfaat e-Market.

Dari sudut pandang kesiapan UMKM hingga dukungan manajemen puncak mengungkapkan bahwa kesiapan organisasi yang memadai menghasilkan kepercayaan yang signifikan pada manajemen puncak atau pemilik bahwa organisasi memiliki kemampuan untuk mengadopsi teknologi dan e-market. Setelah kepercayaan tersebut dihasilkan, hal itu mengarah pada keputusan aktual untuk mengadopsi e-Market, seperti yang ditunjukkan oleh pengaruh positif yang signifikan pada adopsi e-Market.

Dari sudut pandang kemampuan manajemen dalam menjalankan usaha UMKM seperti kendala administratif dan perencanaan yang buruk. Selain itu juga, Sebagian besar UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat belum dilengkapi dengan sistem atau prosedur yang memungkinkan karyawan untuk bekerja secara otonom. Setiap aktivitas dan operasional kerja pada UMKM cenderung tersentralisasi pada sang pemilik UMKM, mulai dari kebutuhan stok, pencatatan transaksi keuangan, jual beli, dan inventarisasi barang. Hal ini mengakibatkan akses anggota terhadap pengelolaan UMKM sangat terbatas. Anggota UMKM tidak memiliki kebebasan dalam bernegosiasi dengan pelanggan, karena segala sesuatunya di bawah kendali pemilik UMKM.

3) *Environment*

Tekanan environment atau lingkungan sangat memiliki kontribusi yang signifikan terhadap adopsi e-Market di UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat. Dalam studi ini, faktor tekanan lingkungan luar dan adopsi e-Market mengungkapkan bahwa UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat lebih cenderung mengadopsi e-Market untuk mempertahankan posisi kompetitif mereka dan hubungan mereka dengan mitra dagang termasuk supplier dan konsumen. Penerapan e-Market oleh mitra dagang atau pesaing yang berpengaruh akan mempercepat keputusan yang diambil di UMKM untuk mengadopsi e-Market. Hal ini menunjukkan bahwa penyedia layanan e-Market dapat mempertimbangkan untuk memberikan beberapa penawaran adopsi gratis dan insentif kepada pihak-pihak yang berpengaruh untuk mempromosikan adopsi e-Market di UMKM. Setelah menyadari manfaat e-Market, pihak-pihak yang berpengaruh mampu mendorong UMKM untuk mengadopsi e-Market. Selain itu, bantuan dan asistensi dari pemerintah Kabupaten Lahat melalui pengembangan kebijakan dan program perbaikan lingkungan ekonomi serta prospek pertumbuhan UMKM juga memfasilitasi penerapan e-Market.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis yang telah dikemukakan oleh peneliti sebelumnya, maka sebagai kesimpulan dari hasil penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Strategi Pemberdayaan Pengusaha Perempuan Untuk desa di era digital melalui *marketing digital*, *service digital* dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang:
 - a. Menyusun kurikulum dan metodologi pendidikan di bidang IT berbasis marketing online bagi masyarakat.
 - b. Melaksanakan pendidikan dan pelatihan melek IT untuk membentuk masyarakat yang terampil di bidang IT yang berbasis marketing online.
 - c. Memberdayakan masyarakat yang melek IT berbasis marketing online untuk dapat berjejaring dengan mitra sebagai bentuk keberlanjutan untuk meningkatkan pendapatan
2. Faktor Pendorong dan Penghambat saat merealisasikan Pemberdayaan Pengusaha Perempuan Untuk desa di era digital melalui *marketing digital*, *service digital* dan komunikasi digital menuju desa wisata di Kecamatan Pulau Pinang
 - a. Faktor Pendorong yaitu kemauan masyarakat itu sendiri untuk belajar dan berkembang
 - b. Faktor penghambat yaitu koneksi internet dan listrik.
3. Tujuan Pemberdayaan Pengusaha Perempuan di desa Pulau Pinang memang ingin membuat pengusaha perempuan menjadi lebih berdaya di bidang teknologi dan digital. Sehingga mereka bisa mengikuti perkembangan zaman dimana saat ini dunia sedang memasuki industri 4.0 yang lebih banyak menggunakan kemampuan di bidang teknologi dan digital. Selain itu, masyarakat pun bias mendapatkan pekerjaan tanpa harus meninggalkan desa ataupun keluar kota Tetapi dengan cara bermitra dengan para pemilik usaha yang membutuhkan kemampuannya di bidang digital marketing.
4. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting untuk mengadopsi e-Market di UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat, survei yang menargetkan pelaku UMKM pemberdayaan perempuan Desa Pulau Pinang Kecamatan Pulau Pinang Lahat digunakan untuk pengumpulan data. Manfaat tidak langsung yang dirasakan dan kesiapan organisasi, bagaimanapun, ternyata tidak signifikan dalam kaitannya dengan adopsi e-Market

6. Daftar Pustaka

- Brennen, J. S., & Kreiss, D. 2018. Digitalization. The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy.
- Gumelar S. Sastrayuda, Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata, (2010). <http://file.upi.edu>
- Keraf, G. (2002). Diksi Dan Gaya Bahasa. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Moleong, Lexy J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi : PT.Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu. 2016. Manajemen Pemasaran Modern. Liberty, Yogyakarta.
- Totok Mardikanto, Poerwoko Soebiato. 2019. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik. Alfabeta, Bandung.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

