

**PENGUNAAN MEDIA DIGITAL DAN PENDAPATAN WANITA BEKERJA PADA
SEKTOR INFORMAL DI DAERAH PARIWISATA DESA JEROWARU LOMBOK**

**Vici Handalusia Husni¹, Muhamad Bai'ul Hak², Ahmad Zaenal Wafik³, Jaka Anggara⁴, Nadia
Nuril Ferdaus⁵, Fiki Andrian⁶, Honey Alya⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Mataram, Indonesia

Corresponding Author: vicihandalusia@unram.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi wanita terhadap penggunaan media digital dan dampaknya pada pendapatan wanita bekerja pada sektor informal di Desa Jerowaru, Lombok Timur. Perempuan memegang peran penting dalam pengembangan UMKM di Indonesia (64,5% dikelola oleh perempuan tahun 2021), dan pemanfaatan media digital potensial meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Namun, data menunjukkan pemanfaatan internet untuk aktivitas ekonomi masih rendah di NTB (hanya 15% dari 2,7 juta pengguna), mencerminkan pemahaman yang belum merata. Desa Jerowaru, sebagai daerah pariwisata dengan banyak UMKM, juga menghadapi tantangan akses internet dan adopsi teknologi. Menggunakan penelitian kualitatif pendekatan studi kasus, data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan wanita pemilik UMKM di Desa Jerowaru. Analisis data menggunakan model *Miles* dan *Hubberman*. Hasil wawancara menunjukkan sebagian besar informan memiliki kesadaran mengenai transaksi digital, namun masih terdapat ketakutan dan ketidakpercayaan, terutama terkait literasi digital dan persepsi keamanan. Terdapat perbedaan persepsi berdasarkan usia, dengan yang lebih muda lebih terbuka terhadap adaptasi media digital. Penggunaan media digital dipersepsikan mampu meningkatkan pendapatan melalui kemudahan transaksi, namun dibutuhkan pelatihan dan edukasi komprehensif, termasuk edukasi keamanan digital, untuk meningkatkan kepercayaan dan mendorong adopsi guna memaksimalkan potensi peningkatan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi wanita.

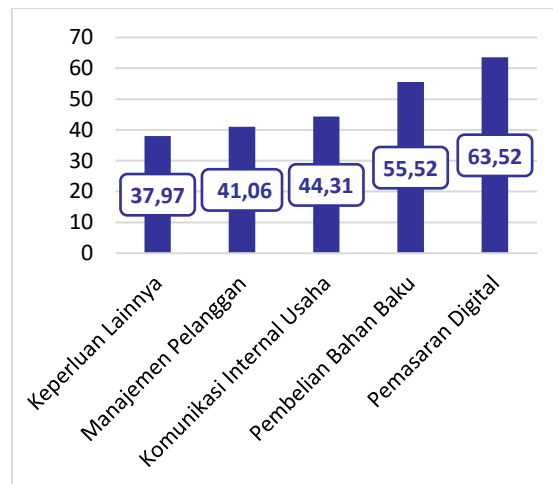
Kata Kunci: Media Digital, Penghasilan Perempuan, UMKM, Sektor Informal, Literasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Peran perempuan dalam geliat perekonomian, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), semakin tak terbantahkan di Indonesia (Rosca et al., 2020). Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menunjukkan bahwa 64,5% UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan, menegaskan urgensi untuk meningkatkan perhatian dan dukungan bagi para pengusaha perempuan ini guna mendorong pengembangan usaha mereka secara berkelanjutan. Di tengah derasnya arus revolusi digital, pemanfaatan media digital menjadi salah satu pilar utama yang dapat menopang dan mengakselerasi pengembangan usaha. Survei *E-commerce* BPS tahun 2021 mengindikasikan bahwa mayoritas informan

memanfaatkan internet untuk pemasaran digital (63,52%), pembelian bahan baku (55,52%), komunikasi internal (44,31%), manajemen pelanggan (41,06%), dan berbagai keperluan lainnya. Temuan ini secara jelas menunjukkan bahwa internet berpotensi signifikan dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok, mulai dari proses produksi hingga pemasaran (Ramasamy et al., 2024).

Gambar 1. Grafik Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital



Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Namun, disadari bahwa adopsi dan pemanfaatan internet untuk kepentingan bisnis belum merata di seluruh wilayah Indonesia. Di Nusa Tenggara Barat (NTB) misalnya, data Diskominfotik menunjukkan bahwa hanya 15% dari 2,7 juta pengguna internet yang memanfaatkannya untuk aktivitas ekonomi, mengindikasikan bahwa pemahaman mengenai peluang bisnis melalui internet masih belum optimal. Observasi awal di Desa Jerowaru, Lombok Timur, sebagai salah satu desa pariwisata di NTB, mengkonfirmasi adanya tantangan aksesibilitas internet yang belum merata, terutama untuk penyedia layanan tertentu. Meskipun demikian, sebagai desa wisata, Desa Jerowaru memiliki banyak UMKM yang beroperasi di sekitar area pariwisata. Kondisi ini menciptakan celah penelitian yang menarik untuk mengkaji bagaimana penggunaan media digital dapat memengaruhi pendapatan perempuan yang bekerja di sektor informal, khususnya para pemilik UMKM di daerah pariwisata seperti Desa Jerowaru. Penelitian ini menjadi krusial dalam merumuskan langkah-langkah pemberdayaan yang tepat bagi perempuan pelaku UMKM, sejalan dengan kebutuhan pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Heeks & Renken, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wanita terhadap penggunaan media digital dan dampaknya terhadap pendapatan mereka yang bekerja pada sektor informal di daerah pariwisata Desa Jerowaru Lombok Timur. Untuk meninjau konteks penelitian, beberapa studi terdahulu telah membahas relevansi media digital dan dampaknya terhadap pendapatan, meskipun dengan fokus dan konteks yang bervariasi. Nuseir (2018) dan

Azra (2023) melalui studi literatur menunjukkan bahwa media digital memiliki dampak positif terhadap kinerja UMKM, memungkinkan jangkauan pelanggan yang lebih luas tanpa batasan geografis dan waktu. Komunikasi digital, pemasaran, live chat, serta pembayaran daring melalui media digital terbukti mudah, nyaman, hemat waktu, hemat biaya, dan berkelanjutan. Alfin (2021) juga mengidentifikasi bahwa strategi pemasaran digital, penjualan melalui *e-commerce*, dan peningkatan kualitas produk serta layanan merupakan langkah penting bagi UMKM dalam menghadapi krisis. Lebih lanjut, Hasanah et al. (2019) menemukan bahwa modal dan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan teknologi, semakin besar potensi peningkatan pendapatan usaha. Selain itu, Fatma Mabrouk et al. (2023) menyoroti inklusi keuangan digital sebagai faktor penting dalam pemberdayaan perempuan.

Dalam konteks yang lebih spesifik mengenai adopsi teknologi, Sampurnaningsih et al. (2022) dalam penelitian mereka mengenai pemanfaatan media sosial oleh UMKM di Tangerang Selatan, menemukan bahwa 61,5% informan menggunakan aplikasi pesan-antar makanan, dengan mayoritas (82%) mengalami peningkatan pendapatan setelah penggunaan media sosial tersebut. Penelitian ini akan mengelaborasi lebih lanjut bagaimana model seperti Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), serta Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) oleh Venkatesh et al. (2003), dapat menjelaskan perilaku adopsi media digital oleh perempuan pelaku UMKM di Desa Jerowaru, dengan mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi gap literatur dengan menyajikan analisis empiris yang berfokus pada konteks spesifik daerah pariwisata di Indonesia, yang memiliki karakteristik unik dalam aksesibilitas dan adaptasi teknologi. Temuan dari penelitian ini akan berkontribusi pada pengembangan model kebijakan yang dapat mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan melalui optimalisasi pemanfaatan media digital di sektor informal.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh penggunaan media digital terhadap pendapatan perempuan yang bekerja pada sektor informal di Desa Jerowaru, Lombok Timur. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus, dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai persepsi wanita terkait fenomena yang diteliti. Lokasi penelitian difokuskan di Desa Jerowaru, Kecamatan Jerowaru, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat, dengan pelaksanaan penelitian dari Februari hingga Mei 2024.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh langsung dari informan terpilih. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur dan didukung oleh dokumentasi sebagai pelengkap (Akramul Kabir, 2024).

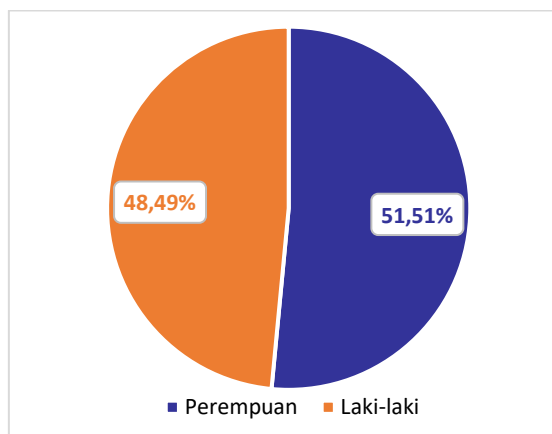
Informan kunci adalah wanita pemilik usaha kecil menengah (UMKM) di Desa Jerowaru, Lombok Timur, yang bergerak dalam aktivitas ekonomi seperti berdagang, jasa pariwisata, dan usaha kecil lainnya. Untuk meminimalkan bias, peneliti memfokuskan wawancara pada jenis usaha yang sama, yaitu usaha makanan dan minuman. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria keterlibatan mereka dalam sektor informal dan potensi penggunaan media digital dalam aktivitas ekonomi. Selain informan kunci, informan utama dalam penelitian ini adalah pegawai kepala Desa Jerowaru, Lombok Timur.

Proses analisis data dilaksanakan secara berkelanjutan sepanjang durasi penelitian. Teknik analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman, yang melibatkan tiga tahapan utama: pertama, reduksi data, di mana informasi yang terkumpul selama wawancara dipisahkan antara yang relevan dan tidak relevan dengan tujuan penelitian (Donner, 2008). Kedua, penyajian data (data display), yaitu menarasikan informasi-informasi relevan yang telah direduksi sebelumnya. Terakhir, penarikan kesimpulan (conclusion drawing) dari keseluruhan informasi yang telah dianalisis (Venkatesh et al., 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan di Desa Jerowaru, Lombok Timur, serta analisis komprehensif terhadap temuan tersebut dalam konteks teori ekonomi dan penelitian sebelumnya. Desa Jerowaru merupakan salah satu desa di Kecamatan Jerowaru, Lombok Timur, dengan luas wilayah 1.673,00 ha, yang sebagian besar lahannya diperuntukkan bagi pertanian, dengan tanah sawah mencakup 1.054,24 ha. Meskipun memiliki kondisi geografis yang sebagian merupakan daerah pesisir, seperti Dusun Jor, Telong-Elong, Poton Bako, Tutuk, dan Pengoros Luah, dengan mata pencarian masyarakat yang juga meliputi nelayan, potensi ekonomi di desa ini beragam, mencakup sektor perikanan, pertanian, agribisnis, peternakan, serta perdagangan dan industri kecil. Dengan populasi mencapai 12.157 jiwa, di mana perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki (51,51% perempuan), desa ini menunjukkan adanya potensi tenaga kerja perempuan yang signifikan di berbagai sektor. Perkembangan fisik desa juga terlihat dari semakin banyaknya bangunan ruko yang mengindikasikan orientasi masyarakat terhadap perkembangan usaha ekonomi.

Gambar 2. Grafik Persentase Jumlah Penduduk Desa Jerowaru



Sumber : Data diolah

Dalam beberapa tahun terakhir, adopsi pembayaran digital mengalami peningkatan seiring perkembangan teknologi dan akses internet. Namun, di daerah pedesaan seperti Desa Jerowaru, tingkat adopsinya masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi pembayaran digital di Desa Jerowaru melalui wawancara dengan lima informan, yang semuanya adalah wanita pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) di Dusun Poton Bako, Jerowaru, dengan jenis usaha yang serupa yaitu makanan dan minuman.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki kesadaran akan adanya transaksi digital, meskipun belum semuanya menggunakannya. Informan seperti Masniati Dewi (27 tahun) menyatakan pernah mendengar istilah transaksi digital namun masih merasa takut untuk menggunakannya. Fenomena ini selaras dengan Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989), yang menekankan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan merupakan faktor krusial dalam adopsi teknologi baru. Meskipun ada kesadaran, rasa takut dan ketidakpastian menjadi hambatan utama dalam penggunaan media digital untuk transaksi bagi informan ini.

Informan lain, seperti Mahnim (35 tahun) dan Siti Aisyah (49 tahun), mengakui tidak menggunakan media digital karena ketidakpahaman atau ketidakpercayaan. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian Hanafizadeh et al. (2014) yang menunjukkan bahwa kurangnya literasi digital menjadi hambatan signifikan dalam adopsi teknologi di masyarakat pedesaan. Persepsi Siti Aisyah yang merasa tidak nyaman bertransaksi tanpa melihat uang secara langsung juga mengindikasikan bahwa masalah kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital merupakan hambatan umum.

Sebaliknya, informan yang lebih muda seperti Rena Iswara (22 tahun) menunjukkan pandangan yang lebih optimis dan berencana untuk mengadopsi transaksi digital di masa mendatang karena dianggap lebih praktis dan berpotensi menarik lebih banyak pelanggan. Pandangan ini sejalan dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

oleh Venkatesh et al. (2016), yang mengidentifikasi ekspektasi kinerja dan kemudahan penggunaan sebagai faktor penting dalam adopsi teknologi baru. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital yang lebih luas dapat meningkatkan pendapatan usaha kecil, terutama bagi generasi yang lebih akrab dengan teknologi.

Beberapa informan juga melihat potensi peningkatan pendapatan melalui penggunaan media digital. Solatiah (41 tahun), meskipun merasa lebih nyaman dengan uang tunai, percaya bahwa kemudahan transaksi digital dapat menarik lebih banyak pelanggan. Hal ini didukung oleh temuan UNCTAD (2019) yang menunjukkan bahwa penggunaan media digital dapat memperluas pasar bagi pengusaha wanita di sektor informal. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, peningkatan kepercayaan terhadap teknologi digital sangatlah esensial.

Dalam konteks pemberdayaan ekonomi, penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan digital dapat meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan. Mahnim menyebutkan kesediaannya untuk menggunakan media digital jika diberikan pelatihan yang memadai. Ini sejalan dengan teori pemberdayaan yang menyoroti akses terhadap pengetahuan dan keterampilan teknologi sebagai kunci peningkatan otonomi ekonomi wanita (Kabeer, 1999). Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan literasi digital menjadi langkah krusial dalam mendorong adopsi teknologi di kalangan wanita pekerja di sektor informal.

Kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, terutama pada informan yang lebih tua seperti Siti Aisyah dan Solatiah, dapat dikaitkan dengan teori gender dan teknologi, yang menunjukkan bahwa wanita, khususnya di daerah pedesaan, mungkin memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah terhadap teknologi karena keterbatasan akses informasi dan pendidikan (Wajcman, 2004). Penelitian oleh Rehman et al. (2019) juga menegaskan bahwa kepercayaan terhadap teknologi merupakan penghalang signifikan dalam adopsi sistem pembayaran digital, khususnya di kalangan wanita.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menggarisbawahi bahwa meskipun terdapat kesadaran akan potensi manfaat media digital, tantangan signifikan terletak pada literasi digital dan kepercayaan terhadap teknologi. Penelitian dalam dekade terakhir menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital di kalangan wanita sektor informal dapat ditingkatkan melalui pelatihan yang terfokus dan peningkatan kepercayaan. Oleh karena itu, inisiatif untuk meningkatkan literasi digital dan mengatasi ketidakpercayaan terhadap sistem pembayaran digital sangat penting untuk mendorong adopsi teknologi di masa depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perempuan pekerja pada sektor informal di Desa Jerowaru memiliki kesadaran terhadap transaksi digital, namun adopsi media digital masih terbatas karena kurangnya literasi digital dan ketidakpercayaan terhadap keamanan sistem,

dengan adanya perbedaan adaptasi antar kelompok usia. Meskipun potensi peningkatan pendapatan melalui media digital disadari, pemanfaatannya belum optimal. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi perempuan di sektor informal sangat bergantung pada peningkatan kepercayaan terhadap teknologi dan ketersediaan pelatihan literasi digital komprehensif. Berdasarkan temuan ini, disarankan program pelatihan literasi digital yang komprehensif bagi wanita di sektor informal, edukasi berkelanjutan mengenai keamanan sistem pembayaran digital, serta penyesuaian pendekatan pemberdayaan berdasarkan kelompok usia dan tingkat pemahaman teknologi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan eksplorasi perbandingan penggunaan media digital di wilayah lain di NTB, serta kajian model kebijakan yang relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akramul Kabir, S. M. (2024). Thematic Analysis: A Practical Guide. *Pasaa Paritat Journal*, 39, 142–145. <https://doi.org/10.58837/CHULA.PPJ.39.8>
- Alfin, A. (2021). *Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19*. 1(8).
- Azra, F. E. A. (2023). How To Drive Women Entrepreneurship And Empowerment Through Digital Technology? Quadruple Helix Approach. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6).
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Donner, J. (2008). Research Approaches to Mobile Use in the Developing World: A Review of the Literature. *The Information Society*, 24(3), 140–159.
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Abedini Koshksaray, A., & Jalilvand Shirkhani Tabar, M. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hasanah, L. H., Hasan, M., Pangesti, W. E., Wati, F. F., & Gata, W. (2019). *Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan umkm di kabupaten purbalingga*. 16(1).
- Heeks, R., & Renken, J. (2018). Data justice for development. *Information Development*, 34(1), 90–102. <https://doi.org/10.1177/0266666916678282>
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Nuseir, M. T. (2018). Digital media impact on smes performance in the UAE. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(2).
- Ramasamy, I., Saravanan, S. A., Rangasamy, G., & Subramanian, D. (2024). Exploring the impact of digitalisation on rural women's socio-economic status: A bibliometric and scoping study. *Multidisciplinary Reviews*, 8(2), 2025063. <https://doi.org/10.31893/multirev.2025063>

- Rehman, A., Esichaikul, V., & Kamal, M. (2019). Factors influencing the adoption of e-payment: A study of rural residents in Pakistan. *International Journal of Electronic Business*, 15(2), 155–170.
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 157, 120067. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120067>
- Sampurnaningsih, S. R., Andriani, J., & Wulansari, R. (2022). Analysis of Using Social Media to Increase Income of Micro and Small Business In South Tangerang. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 95–99. <https://doi.org/10.56457/jimk.v10i1.257>
- UNCTAD. (2019). *Fostering Women Entrepreneurship in the Digital Economy*.
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Wajcman, J. (2004). *TechnoFeminism*. Polity Press.