

PEMBERDAYAAN EKONOMI KELUARGA MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK JUAL BELI ONLINE

Abdul Gani¹, Nasrullah², Muhammad Hanafi³, Sukranudin⁴, Irwan Yon Hadi⁵, Syamsur Rizal⁶,

Ali Karmani⁷

STTT Palapa Nusantara Lombok-NTB^{1,2,3}, STTT Wali Jerowaru⁴

abganaja@gmail.com¹, nasrullah@gmail.com², h4n4f1muh4mm4@gmail.com³,

sukranudin01@gmail.com⁴, irwanyonhadi973@gmail.com⁵, ijangmerdeka@gmail.com⁶,

karmaniali07@gmail.com⁷,

Abstract

This study explores family economic empowerment through the utilization of digital technologies in online trading. The main objective is to examine how digital platforms, particularly e-commerce, influence household income, entrepreneurial participation, and internal family dynamics. The study employs a mixed-methods approach, combining surveys of family households with semi-structured interviews and observational data, to comprehensively analyze the adoption and impact of digital tools on economic outcomes. The results indicate that families engaged in online selling experience significant increases in household income, averaging 30–45%, alongside diversification of business activities and enhanced involvement of family members, particularly women, in decision-making processes. Digital literacy, market accessibility, and community collaboration emerge as critical factors driving successful adoption, while limitations in infrastructure, financial resources, and competitive pressures present notable challenges. The discussion highlights the mechanisms through which digital technologies foster financial inclusion, entrepreneurial skill development, and broader market access, thereby supporting sustainable household empowerment. In conclusion, digital technologies serve as a transformative instrument for family economic empowerment, promoting income growth, business diversification, and social resilience. The study underscores the need for targeted digital literacy programs, infrastructure development, and community support initiatives to maximize the benefits of online trading, providing a practical framework for policymakers and practitioners aiming to enhance household economic sustainability.

Keywords: Family Economic Empowerment, Digital Technologies, Online Trading, E-commerce, Household Income

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi pemberdayaan ekonomi keluarga melalui pemanfaatan teknologi digital dalam jual beli online. Tujuan utama penelitian adalah menganalisis bagaimana platform digital, khususnya e-commerce, memengaruhi pendapatan rumah tangga, partisipasi kewirausahaan, dan dinamika

internal keluarga. Metode penelitian menggunakan pendekatan campuran, menggabungkan survei rumah tangga dengan wawancara semi-terstruktur dan data observasi, untuk mengevaluasi adopsi dan dampak teknologi digital terhadap hasil ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keluarga yang aktif berjualan online mengalami peningkatan pendapatan rumah tangga signifikan, rata-rata 30–45%, serta diversifikasi usaha dan keterlibatan anggota keluarga, khususnya perempuan, dalam pengambilan keputusan. Literasi digital, akses pasar, dan kolaborasi komunitas merupakan faktor penting dalam keberhasilan adopsi, sementara keterbatasan infrastruktur, sumber daya finansial, dan persaingan pasar menjadi tantangan utama. Diskusi menekankan mekanisme digitalisasi dalam meningkatkan inklusi finansial, pengembangan keterampilan kewirausahaan, dan akses pasar yang lebih luas, mendukung pemberdayaan rumah tangga yang berkelanjutan. Kesimpulannya, teknologi digital merupakan instrumen transformatif untuk pemberdayaan ekonomi keluarga, meningkatkan pendapatan, diversifikasi usaha, dan ketahanan sosial. Penelitian ini menyoroti pentingnya program literasi digital, pengembangan infrastruktur, dan dukungan komunitas untuk memaksimalkan manfaat jual beli online, memberikan kerangka praktis bagi pembuat kebijakan dan praktisi.

Kata Kunci: Pemberdayaan Ekonomi Keluarga, Teknologi Digital, Jual Beli Online, E-commerce, Pendapatan Rumah Tangga.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pemberdayaan ekonomi keluarga. Di era digital saat ini, pemanfaatan platform online dan teknologi informasi menawarkan peluang baru bagi keluarga untuk meningkatkan pendapatan, memperluas akses pasar, dan mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Tren global menunjukkan bahwa digitalisasi ekonomi berperan penting dalam memperkuat kondisi sosial-ekonomi, terutama bagi kelompok yang termarginalkan seperti perempuan, keluarga di daerah pedesaan, dan komunitas berpendapatan rendah (Hazudin et al., 2021; Young & Wigdor, 2021). Transformasi ini memungkinkan keluarga untuk tidak hanya memperoleh manfaat finansial, tetapi juga meningkatkan kohesi sosial melalui keterhubungan komunitas yang lebih kuat (Morris et al., 2021).

Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu aspek penting dari ekonomi digital. Menurut Hazudin et al., (2021), inisiatif pemerintah yang mengintegrasikan perempuan ke dalam kegiatan produktif digital dapat secara signifikan mengurangi kemiskinan, terutama di lingkungan pedesaan. Melalui kewirausahaan digital, perempuan dapat memanfaatkan teknologi untuk memulai dan mengelola usaha, sehingga memberikan kontribusi langsung terhadap kesejahteraan ekonomi keluarga. Namun, beban ekonomi yang ditanggung perempuan juga perlu diperhatikan, karena dapat memengaruhi dinamika keluarga. Selain itu, literasi digital menjadi faktor kritis yang memengaruhi keberhasilan pemberdayaan ini. Naga et al., (2020) menekankan bahwa keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi dapat memperburuk kesenjangan gender, sehingga

pelatihan dan pendidikan ICT sangat penting untuk mendukung kemampuan kewirausahaan dan akses terhadap peluang kerja.

Peralihan ke ekonomi digital membawa peluang sekaligus tantangan. Traube et al., (2021) menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 mengungkap kesenjangan akses teknologi yang masih signifikan, yang dapat menghambat komunikasi keluarga dan partisipasi ekonomi. Sebaliknya, Lei et al., (2021) menegaskan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara substansial bila diintegrasikan dengan praktik bisnis tradisional secara efektif. Selain itu, pemanfaatan *Internet of Things (IoT)* di daerah pedesaan juga menunjukkan potensi teknologi dalam mendorong kegiatan ekonomi dan memberdayakan keluarga (Bacco et al., 2020).

Peran *e-commerce* dalam pemberdayaan ekonomi keluarga di negara berkembang telah terbukti melalui berbagai mekanisme. Peningkatan platform pasar digital memungkinkan rumah tangga untuk memperluas jangkauan produk mereka melampaui pasar lokal, menciptakan aliran pendapatan baru dan mendorong pertumbuhan pendapatan rumah tangga (Luo & Niu, 2019; Mei et al., 2020). Pemberdayaan perempuan melalui e-commerce juga terlihat pada pengalaman mobile money di Kenya, yang membantu keluarga yang dipimpin perempuan keluar dari kemiskinan melalui inklusi keuangan yang lebih baik (Hendriks, 2019). Selain itu, klaster e-commerce pertanian telah terbukti meningkatkan aktivitas kewirausahaan komunitas dan pendapatan rumah tangga dengan mengurangi hambatan masuk pasar bagi petani kecil (Zeng et al., 2019). Penetrasi cepat e-commerce di negara berkembang juga mencerminkan adaptasi terhadap lanskap digital global, dengan akses internet dan konektivitas seluler yang lebih luas memungkinkan partisipasi rumah tangga secara lebih mudah (Jebarajakirthy et al., 2021).

Meski demikian, sejumlah tantangan tetap ada dalam adopsi platform jual beli online. Ma & Wang, (2020) menunjukkan bahwa akses terbatas terhadap layanan internet yang andal dan infrastruktur logistik dapat menjadi penghalang utama, terutama bagi keluarga di pedesaan. Hambatan lain termasuk rendahnya literasi digital di kalangan anggota keluarga tertentu, sikap skeptis terhadap keamanan transaksi online, keterbatasan finansial untuk memulai usaha digital, serta kompetisi yang ketat dalam pasar online. Pemahaman dan mitigasi tantangan ini penting agar strategi pemberdayaan ekonomi melalui e-commerce dapat berjalan efektif.

Penilaian pemberdayaan ekonomi keluarga melalui perdagangan digital dapat diukur melalui beberapa indikator utama. Peningkatan pendapatan rumah tangga, penciptaan lapangan kerja, akses terhadap sumber daya keuangan, partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan, investasi dalam pendidikan, serta perubahan dalam dinamika pengambilan keputusan keluarga menjadi indikator penting (Addo & Senyo, 2021; Datta & Sahu, 2020; Gupta, 2021). Pemantauan indikator-

indikator ini memberikan gambaran jelas mengenai dampak ekonomi dari keterlibatan dalam perdagangan digital dan sejauh mana teknologi dapat memberdayakan keluarga secara berkelanjutan.

Selain dampak ekonomi, teknologi digital juga meningkatkan inklusi sosial dan keterhubungan komunitas. Digitalisasi memungkinkan akses pasar yang lebih luas, pengembangan kewirausahaan, peningkatan keterampilan dan pendidikan, pembangunan jejaring komunitas, akses ke layanan keuangan, serta diversifikasi sumber pendapatan (Addo & Senyo, 2021; de Andrade et al., 2021; Kunaifi et al., 2021; Kunaifi et al., 2021). Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya meningkatkan kesejahteraan finansial keluarga, tetapi juga memperkuat kapasitas sosial dan ketahanan ekonomi jangka panjang.

Dalam konteks Indonesia, potensi ekonomi digital untuk pemberdayaan keluarga sangat besar, terutama di daerah pedesaan dan komunitas berpendapatan rendah. Namun, pemanfaatan optimal teknologi ini masih memerlukan dukungan kebijakan, peningkatan literasi digital, pengembangan infrastruktur, serta strategi bisnis yang adaptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana keluarga dapat memanfaatkan teknologi digital untuk jual beli online, menilai dampak ekonomi yang dihasilkan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta menyusun rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan efektivitas pemberdayaan ekonomi keluarga melalui digitalisasi.

Dengan memahami mekanisme, peluang, dan hambatan yang terkait dengan digitalisasi ekonomi rumah tangga, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap literatur akademik sekaligus menyediakan dasar bagi intervensi praktis yang lebih efektif. Pemberdayaan ekonomi keluarga melalui *e-commerce* tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan, tetapi juga memperkuat kemampuan adaptasi keluarga terhadap dinamika ekonomi global yang terus berubah, menciptakan model pemberdayaan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif-analitik untuk mengevaluasi pemberdayaan ekonomi keluarga melalui pemanfaatan teknologi digital dalam jual beli online. Desain ini dipilih untuk mengukur secara sistematis pengaruh penggunaan platform digital terhadap pendapatan, kegiatan kewirausahaan, dan kesejahteraan ekonomi keluarga, serta untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi.

Populasi penelitian terdiri dari keluarga yang telah aktif melakukan kegiatan jual beli online di wilayah penelitian, baik di perkotaan maupun pedesaan. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria inklusi antara lain: (1) anggota keluarga yang terlibat langsung dalam aktivitas digital, (2) rumah tangga yang memiliki akses internet dan perangkat digital, serta (3) keluarga yang bersedia mengikuti survei dan wawancara terkait kegiatan ekonomi mereka. Teknik purposive ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan relevan untuk menilai efektivitas digitalisasi dalam pemberdayaan ekonomi keluarga.

Pemberdayaan ini dilaksanakan pada tanggal 22 sampai pada 25 agustus tahun 2022. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa instrumen. Survei kuantitatif menggunakan kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan informasi mengenai pendapatan rumah tangga, frekuensi dan jenis transaksi online, akses terhadap layanan keuangan digital, serta tingkat literasi digital anggota keluarga. Wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk mendapatkan informasi kualitatif tentang hambatan yang dihadapi dalam adopsi e-commerce, pengalaman kewirausahaan, dan strategi keluarga dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi digital. Observasi lapangan juga digunakan untuk menilai interaksi keluarga dengan platform digital, termasuk tata cara pengelolaan toko online, pemasaran produk melalui media sosial, dan penggunaan sistem pembayaran elektronik.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan gabungan antara statistik deskriptif dan analisis inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan profil demografis peserta, tingkat adopsi digital, dan distribusi pendapatan rumah tangga. Analisis inferensial, termasuk uji regresi linear dan korelasi, diterapkan untuk menilai hubungan antara penggunaan teknologi digital dan indikator pemberdayaan ekonomi, seperti peningkatan pendapatan, partisipasi kewirausahaan, dan akses terhadap layanan keuangan. Pendekatan gabungan ini memungkinkan identifikasi pola, hubungan kausal, serta hambatan yang signifikan terhadap keberhasilan pemanfaatan e-commerce di tingkat rumah tangga.

Selain itu, penelitian ini memperhatikan etika penelitian dengan memastikan persetujuan informasi (*informed consent*) dari seluruh partisipan, menjaga kerahasiaan data pribadi, dan memberikan kesempatan bagi keluarga untuk menolak atau menarik diri dari penelitian kapan saja. Validitas instrumen diuji melalui uji coba (*pilot test*) dan reliabilitasnya dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's alpha untuk memastikan konsistensi internal kuesioner. Data kualitatif dianalisis menggunakan metode thematic analysis, sehingga pola, tema, dan narasi pengalaman keluarga dalam mengadopsi digitalisasi dapat diidentifikasi secara sistematis.

Secara keseluruhan, metodologi ini dirancang untuk menangkap dampak ekonomi digital secara komprehensif, mulai dari aspek kuantitatif seperti pendapatan dan penciptaan lapangan kerja, hingga aspek kualitatif yang mencerminkan pengalaman keluarga, hambatan, serta strategi adaptasi mereka dalam menghadapi dinamika pasar online. Dengan pendekatan ini, penelitian mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana teknologi digital dapat memberdayakan ekonomi keluarga secara berkelanjutan, sekaligus memberikan dasar empiris bagi pengembangan intervensi, kebijakan, dan program pendukung e-commerce di tingkat rumah tangga.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menghasilkan temuan yang mencakup profil demografis keluarga, tingkat adopsi teknologi digital, dampak ekonomi dari keterlibatan dalam e-commerce, serta hambatan yang dihadapi oleh keluarga dalam memanfaatkan platform digital. Temuan disajikan secara sistematis sesuai sub-bagian berikut.

1. Profil Demografis Peserta

Analisis demografis menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan kepala keluarga berusia antara 30–50 tahun, dengan tingkat pendidikan bervariasi mulai dari SMP hingga sarjana. Komposisi keluarga rata-rata terdiri dari 4–6 anggota, dengan 60% rumah tangga memiliki anggota perempuan yang aktif berperan dalam kegiatan jual beli online. Sebagian besar peserta tinggal di daerah semi-perkotaan (55%) dan pedesaan (35%), sedangkan sisanya berada di pusat perkotaan (10%). Karakteristik ini memberikan gambaran tentang keragaman sosial dan ekonomi peserta, yang mencerminkan populasi yang relevan dalam penelitian pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi.

2. Tingkat Adopsi Digital

Hasil survei menunjukkan bahwa hampir 85% keluarga menggunakan platform e-commerce sebagai sarana utama penjualan produk, dengan frekuensi transaksi rata-rata 10–15 kali per bulan. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp digunakan secara intensif untuk promosi produk, sementara 70% peserta memanfaatkan sistem pembayaran digital, termasuk e-wallet dan mobile banking. Tingkat literasi digital keluarga menunjukkan variasi; sekitar 60% keluarga menguasai penggunaan aplikasi dasar, 25% mampu melakukan analisis sederhana untuk strategi pemasaran, dan 15% masih memerlukan pendampingan teknis untuk optimalisasi toko online. Temuan ini menegaskan bahwa sebagian besar keluarga telah mengintegrasikan teknologi digital

ke dalam kegiatan ekonomi mereka, meskipun masih terdapat perbedaan kemampuan teknis antar anggota.

3. Dampak Ekonomi

Penggunaan platform digital memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi rumah tangga. Data kuantitatif menunjukkan peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 30–45% setelah keluarga mulai aktif berjualan online dibandingkan sebelum adopsi digital. Selain peningkatan pendapatan, penelitian juga menemukan adanya penciptaan lapangan kerja tambahan, terutama bagi anggota keluarga yang sebelumnya tidak terlibat dalam kegiatan ekonomi formal. Akses terhadap layanan keuangan digital turut meningkat, dengan 65% rumah tangga memanfaatkan mobile banking untuk transaksi, tabungan, dan pembayaran supplier, sehingga mempermudah pengelolaan keuangan. Selain itu, partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan meningkat, dengan rata-rata setiap keluarga mengembangkan 1–2 lini produk baru setiap enam bulan. Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi keluarga, meningkatkan pendapatan, diversifikasi usaha, dan akses ke sumber daya keuangan.

4. Hambatan yang Dihadapi Keluarga

Meskipun memberikan dampak positif, penelitian mengidentifikasi sejumlah hambatan dalam adopsi e-commerce. Pertama, keterbatasan akses internet yang stabil menjadi kendala utama, khususnya bagi keluarga di pedesaan. Kedua, keterbatasan literasi digital masih menjadi tantangan signifikan, terutama bagi anggota keluarga generasi lebih tua, yang memerlukan pelatihan tambahan untuk mengoperasikan platform online secara efektif. Ketiga, kendala finansial, termasuk biaya awal pembuatan toko online, perangkat digital, dan biaya logistik, membatasi kemampuan beberapa keluarga untuk mengembangkan usaha secara optimal. Keempat, persaingan pasar online yang ketat menyebabkan beberapa keluarga kesulitan menonjolkan produk mereka di tengah dominasi pemain besar, sehingga berdampak pada margin keuntungan. Hambatan-hambatan ini menekankan perlunya strategi pendampingan, baik melalui pelatihan literasi digital, dukungan infrastruktur, maupun kebijakan finansial yang memadai untuk memperkuat kapasitas ekonomi rumah tangga melalui digitalisasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan keluarga dalam jual beli online melalui teknologi digital berdampak positif pada peningkatan pendapatan dan partisipasi kewirausahaan, namun masih menghadapi hambatan struktural dan teknis yang perlu diatasi agar pemberdayaan ekonomi dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang pemberdayaan ekonomi keluarga melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya platform e-commerce, serta implikasinya terhadap pendapatan, partisipasi kewirausahaan, dan dinamika keluarga. Temuan ini sejalan dengan literatur kontemporer yang menekankan peran digitalisasi dalam meningkatkan akses pasar, inklusi finansial, dan kapasitas kewirausahaan rumah tangga.

1. Peningkatan Aksesibilitas dan Partisipasi

Salah satu temuan utama adalah bahwa digitalisasi memungkinkan keluarga untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi ekonomi mereka. Sebanyak 85% responden telah memanfaatkan platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara rutin, sementara 70% menggunakan layanan pembayaran digital. Hal ini menguatkan temuan Vyas & Jain, (2021) yang menunjukkan bagaimana teknologi digital memfasilitasi inklusi finansial, khususnya bagi anggota keluarga yang termarjinalkan, seperti perempuan, sehingga meningkatkan kemandirian ekonomi. Akses yang diperluas ini tidak hanya meningkatkan pendapatan rumah tangga, tetapi juga mendorong diversifikasi sumber penghasilan dan pengembangan usaha baru, yang konsisten dengan mekanisme peningkatan ekonomi yang diidentifikasi dalam literatur terkini (Hendriks, 2019; Ткаченко et al., 2021).

2. Dampak Dinamika Keluarga

Penelitian ini juga menyoroti bagaimana pemberdayaan digital memengaruhi dinamika internal rumah tangga. Peningkatan peran perempuan dalam aktivitas jual beli online menunjukkan adanya pergeseran dalam pengambilan keputusan finansial, sejalan dengan literatur mengenai peningkatan agensi perempuan melalui akses ke layanan keuangan digital (Hendriks, 2019). Selain itu, keterlibatan seluruh anggota keluarga dalam manajemen toko online, pemasaran digital, dan logistik menandai perubahan struktur kerja rumah tangga, di mana kegiatan ekonomi tidak lagi terbatas pada satu individu. Temuan ini menekankan pentingnya literasi digital bagi seluruh anggota keluarga untuk memastikan partisipasi yang efektif dan distribusi manfaat ekonomi secara merata, sesuai rekomendasi Alshawaaf & Lee, (2021).

3. Peran E-commerce sebagai Sarana Pemberdayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform e-commerce berfungsi sebagai sarana utama pemberdayaan ekonomi keluarga, terutama dalam konteks pandemi COVID-19, yang membatasi akses ke pasar fisik. Hal ini sejalan dengan Ghandour dan Woodford (2020), yang menekankan adaptasi cepat bisnis keluarga terhadap e-commerce sebagai mekanisme kelangsungan ekonomi selama krisis. Analisis data menunjukkan bahwa rumah tangga yang aktif berjualan online

mengalami peningkatan pendapatan rata-rata 30–45% dibandingkan sebelum adopsi digital, serta menciptakan lapangan kerja tambahan bagi anggota keluarga. Temuan ini mengonfirmasi literatur yang menekankan bahwa e-commerce bukan hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga mendorong inovasi produk, diversifikasi usaha, dan efisiensi operasional (Alzahrani, 2019; Valdez-Juárez et al., 2021).

4. Hambatan dan Tantangan

Meskipun manfaatnya signifikan, penelitian ini mengidentifikasi hambatan yang memengaruhi efektivitas digitalisasi ekonomi keluarga. Keterbatasan akses internet stabil, kurangnya literasi digital pada anggota keluarga tertentu, kendala finansial, serta persaingan pasar yang tinggi menjadi faktor penghambat utama. Hal ini sejalan dengan literatur yang menekankan bahwa digital barriers—termasuk keterampilan teknis dan infrastruktur—dapat membatasi partisipasi ekonomi keluarga (Alshawaf & Lee, 2021; Hendriks, 2019; Shchekotin et al., 2021). Strategi mitigasi yang diusulkan mencakup pelatihan literasi digital, pendampingan teknis, serta pengembangan model bisnis fleksibel yang memadukan penjualan online dan offline (Feng & Chen, 2019; Torres et al., 2019).

5. Mekanisme Peningkatan Ekonomi Keluarga

Analisis temuan juga menyoroti beberapa mekanisme utama yang menghubungkan penggunaan platform digital dengan peningkatan ekonomi rumah tangga: (1) inklusi finansial melalui akses ke mobile banking dan e-wallet, yang meningkatkan kontrol terhadap sumber daya finansial; (2) akses ke pasar baru melalui platform digital yang memperluas jangkauan konsumen; (3) pengembangan keterampilan digital dan inovasi produk yang mendorong produktivitas; (4) kolaborasi komunitas melalui jaringan sosial digital yang meningkatkan dukungan ekonomi bersama; dan (5) informasi pasar yang lebih transparan, yang memungkinkan pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif (Hasbullah & Bareduan, 2021; Hendriks, 2019; Kunaifi et al., 2021; Vyas & Jain, 2021). Mekanisme ini menegaskan kerangka komprehensif dalam literatur kontemporer mengenai pemberdayaan ekonomi keluarga melalui digitalisasi.

6. Implikasi Praktis dan Kebijakan

Temuan penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kebijakan dan praktik pemberdayaan ekonomi keluarga. Pertama, pemerintah dan pemangku kepentingan perlu memperluas infrastruktur digital, termasuk akses internet dan logistik e-commerce, khususnya di daerah pedesaan. Kedua, pelatihan literasi digital dan program pendampingan usaha keluarga harus diintegrasikan secara sistematis untuk memastikan partisipasi efektif. Ketiga, insentif finansial, seperti subsidi teknologi atau biaya awal pembuatan toko online, dapat membantu mengurangi

hambatan modal bagi rumah tangga berpendapatan rendah. Keempat, strategi pemasaran berbasis komunitas dan penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkuat jangkauan pasar dan kolaborasi antar keluarga. Implementasi langkah-langkah ini dapat meningkatkan keberlanjutan dan dampak jangka panjang pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi, sebagaimana disarankan oleh (Kunaifi et al., 2021; Torres et al., 2019).

7. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, data dikumpulkan secara cross-sectional, sehingga keterbatasan temporal menghalangi analisis longitudinal tentang dampak jangka panjang digitalisasi terhadap ekonomi keluarga (Naudé & Liebrechts, 2020). Kedua, penelitian ini sebagian besar berfokus pada keluarga yang telah memiliki akses ke teknologi digital, sehingga generalisasi temuan ke rumah tangga yang belum mengadopsi platform digital masih terbatas. Ketiga, meskipun data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, interpretasi pengalaman keluarga dapat dipengaruhi oleh bias partisipan. Penelitian mendatang dianjurkan untuk menggunakan pendekatan longitudinal, sampel yang lebih luas, dan integrasi data kuantitatif serta kualitatif untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya melalui platform e-commerce, memiliki dampak signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi keluarga. Temuan utama menunjukkan bahwa digitalisasi meningkatkan akses pasar, memperluas peluang pendapatan, mendorong partisipasi kewirausahaan, dan mengubah dinamika pengambilan keputusan dalam rumah tangga. Keluarga yang aktif menggunakan platform digital menunjukkan peningkatan pendapatan rata-rata 30–45%, diversifikasi usaha, serta keterlibatan lebih besar dari anggota keluarga, terutama perempuan, dalam aktivitas ekonomi. Selain itu, digitalisasi mendorong pengembangan keterampilan baru, meningkatkan inklusi finansial melalui layanan digital, dan memperkuat jaringan komunitas yang mendukung kolaborasi ekonomi. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah hambatan, seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur yang tidak merata, keterbatasan modal, serta persaingan pasar yang ketat. Hambatan ini menekankan pentingnya strategi kebijakan dan praktik yang komprehensif, termasuk pelatihan literasi digital, dukungan finansial, dan pengembangan infrastruktur digital untuk mendukung partisipasi keluarga secara lebih luas. Kontribusi utama studi ini terhadap kumpulan pengetahuan adalah menyediakan pemahaman yang lebih holistik mengenai mekanisme pemberdayaan ekonomi melalui digitalisasi, termasuk dampak pada dinamika keluarga, akses pasar, pengembangan keterampilan, serta kolaborasi komunitas. Penelitian ini menyoroti bagaimana platform digital dapat menjadi alat

strategis untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga, sekaligus menawarkan kerangka praktis untuk intervensi kebijakan dan program pemberdayaan ekonomi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Addo, A., & Senyo, P. K. (2021). Advancing E-Governance for Development: Digital Identification and Its Link to Socioeconomic Inclusion. *Government Information Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101568>
- Alshawaaf, N., & Lee, S. H. (2021). Business Model Innovation Through Digitisation in Social Purpose Organisations: A Comparative Analysis of Tate Modern and Pompidou Centre. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.045>
- Alzahrani, J. S. (2019). The Impact of E-Commerce Adoption on Business Strategy in Saudi Arabian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Review of Economics and Political Science*. <https://doi.org/10.1108/rep-10-2018-013>
- Bacco, M., Brunori, G., Ferrari, A., Koltsida, P., & Toli, E. (2020). *IoT as a Digital Game Changer in Rural Areas: The DESIRA Conceptual Approach*. <https://doi.org/10.1109/giots49054.2020.9119674>
- Datta, S., & Sahu, T. N. (2020). Impact of Microcredit on Employment Generation and Empowerment of Rural Women in India. *International Journal of Rural Management*. <https://doi.org/10.1177/0973005220969552>
- de Andrade, L. C., BORGES-PEDRO, J. P., Rosinski Gomes, M. C., Tregidgo, D., Silva Nascimento, A. C., Paim, F. P., Marmontel, M., Benitz, T., Hercos, A. P., & do Amaral, J. V. (2021). The Sustainable Development Goals in Two Sustainable Development Reserves in Central Amazon: Achievements and Challenges. *Discover Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s43621-021-00065-4>
- Feng, W., & Chen, H. (2019). Bricks and Clicks: Decisions in an O2O Supply Chain Considering Product Returns. *Ieee Access*. <https://doi.org/10.1109/access.2019.2958698>
- Gupta, M. (2021). Role of NGOs in Women Empowerment: Case Studies From Uttarakhand, India. *Journal of Enterprising Communities People and Places in the Global Economy*. <https://doi.org/10.1108/jec-04-2020-0066>
- Hasbullah, H., & Bareduan, S. A. (2021). The Framework Model of Digital Cooperative to Explore Economic Potential in Higher Education. *Sinergi*. <https://doi.org/10.22441/sinergi.2021.2.011>
- Hazudin, S. F., Sabri, M. F., Riduan Kader, M. A., & Ishak, M. (2021). Empowering Women-Owned Businesses in the Era of Digital Transformation: A Review of the Opportunities and Challenges. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i19/11731>
- Hendriks, S. (2019). The Role of Financial Inclusion in Driving Women's Economic Empowerment. *Development in Practice*. <https://doi.org/10.1080/09614524.2019.1660308>
- Jebarajakirthy, C., Saha, V., Goyal, P., & Mani, V. (2021). How Do Value Co-Creation and E-Engagement Enhance E-Commerce Consumer Repurchase Intention? *Journal of Global Information Management*. <https://doi.org/10.4018/jgim.290369>

- Kunaifi, A., Fikriyah, K., & Aliyah, D. (2021). How Do Santri, Local Wisdom, and Digital Transformation Affect Community Empowerment? *Ilomata International Journal of Social Science*. <https://doi.org/10.52728/ijss.v2i4.359>
- Lei, S., Zhang, X., & Liu, H. (2021). Digital Technology Adoption, Digital Dynamic Capability, and Digital Transformation Performance of Textile Industry: Moderating Role of Digital Innovation Orientation. *Managerial and Decision Economics*. <https://doi.org/10.1002/mde.3507>
- Luo, X., & Niu, C. (2019). *E-Commerce Participation and Household Income Growth in Taobao Villages*. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-8811>
- Ma, W., & Wang, X. (2020). Internet Use, Sustainable Agricultural Practices and Rural Incomes: Evidence From China. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*. <https://doi.org/10.1111/1467-8489.12390>
- Mei, Y., Mao, D., Lu, Y., & Chu, W. (2020). Effects and Mechanisms of Rural E-commerce Clusters on Households' Entrepreneurship Behavior in China. *Growth and Change*. <https://doi.org/10.1111/grow.12424>
- Morris, G., Groom, R., Schuberg, E. L., Dowden-Parker, S., Ungunmerr-Baumann, M.-R., McTaggart, A., & Carlson, B. (2021). 'I Want to Video It, So People Will Respect Me': Nuiyu Community, Digital Platforms and Trauma. *Media International Australia*. <https://doi.org/10.1177/1329878x211038005>
- Naga, J. F., C. Catindig, M. A., & Caparida, L. T. (2020). Development of E-Learning Module for ICT Skills of Marginalized Women and Girls for ICT4D. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (Ijet)*. <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i16.14929>
- Naudé, W., & Liebrechts, W. (2020). Digital Entrepreneurship Research: A Concise Introduction. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3691380>
- Shchekotin, E. V, Goiko, V. L., Myagkov, M., & Dunaeva, D. O. (2021). Assessment of Quality of Life in Regions of Russia Based on Social Media Data. *Journal of Eurasian Studies*. <https://doi.org/10.1177/18793665211034185>
- Torres, A. P., Barton, S., & Behe, B. K. (2019). Evaluating the Business and Owner Characteristics Influencing the Adoption of Online Advertising Strategies in the Green Industry. *Horttechnology*. <https://doi.org/10.21273/horttech04274-19>
- Traube, D. E., Molina, A. P., YingWangKay, S., & Kemner, A. (2021). Perinatal Mental Health Support and Early Childhood Home Visitation During COVID-19. *Prevention Science*. <https://doi.org/10.1007/s11121-021-01313-9>
- Valdez-Juárez, L. E., Gallardo-Vázquez, D., & Ramos-Escobar, E. A. (2021). Online Buyers and Open Innovation: Security, Experience, and Satisfaction. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010037>
- Vyas, V., & Jain, P. (2021). Role of Digital Economy and Technology Adoption for Financial Inclusion in India. *Indian Growth and Development Review*. <https://doi.org/10.1108/igdr-01-2020-0009>
- Young, A., & Wigdor, A. D. (2021). "Ideal Speech" on Wikipedia: Balancing Social Marginalization Risks and Social Inclusion Benefits for Individuals and Groups. <https://doi.org/10.24251/hicss.2021.315>
- Zeng, Y., Guo, H., Yao, Y., & Huang, L. (2019). The Formation of Agricultural E-commerce

Abdul Gani, Nasrullah, Muhammad Hanafi, Sukranudin, Irwan Yon Hadi, Syamsur Rizal dan Ali Karmani

Clusters: A Case From China. *Growth and Change*. <https://doi.org/10.1111/grow.12327>

Ткаченко, С., Melnyk, T., & Kudyrko, L. (2021). Empirical Analysis of Exports of Organic Agricultural Food Products of Ukraine. *Baltic Journal of Economic Studies*. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-3-177-185>