SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah
https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri
Email: sentri@nusantaraglobal.ac.id
DOI: https://doi.org/10.55681/sentri.v5i1.5191

Vol. 5, No. 1, January 2026
e-ISSN: 2963-1130
pp. 189-201

Analisis Inovasi Mak Cerdas Digital (MCD) dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Nganjuk

Restu Gustiono[1*], Bintoro Wardiyanto[2]
Kebijakan Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: restu.gustiono-2024@fisip.unair.ac.id

Article History:
Received: December 4, 2025
Revised: January 15, 2026
Accepted: January 30, 2026

Keywords:
Innovation, Mak Cerdas Digital, Empowerment, Women.

Abstract: *This study examines the Mak Cerdas Digital (MCD) Program initiated by the Nganjuk Regency Communication and Informatics Office as a form of social innovation in empowering women, particularly housewives, through the use of digital technology. The study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation studies, and was analyzed using the Miles and Huberman model. The results show that MCD not only improves participants' technical skills in using social media and marketplaces but also encourages changes in self-confidence, mindset, and awareness of their potential as economic actors within the family. This program triggers the emergence of digital-based home businesses, expands marketing networks, and forms a mutually supportive learning community. However, there are still disparities in achievement among participants influenced by factors such as family support, device and internet access, and social barriers that still limit women's roles. These findings emphasize that digital empowerment requires a more comprehensive approach, encompassing not only technical but also social and cultural aspects. The MCD program has proven to be an effective local innovation model and has the potential to be replicated as a digital-based community empowerment strategy.*

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open access article under the CC–BY-SA license

How to cite: Gustiono, R., & Wardiyanto, B. (2026). Analisis Inovasi Mak Cerdas Digital (MCD) dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Nganjuk. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *5*(1), 189–201. https://doi.org/10.55681/sentri.v5i1.5191

PENDAHULUAN

Dinamika teknologi informasi yang kian pesat menuntut perhatian yang lebih serius oleh masyarakat (Pariwisata et al., 2022). Keadaan ini seharusnya disikapi sebagai sebuah peluang strategis yang layak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya para pelaku usaha (De Crescenzo, V., et.al, (2021). Pemanfaatan teknologi memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, menghadirkan layanan yang lebih baik, serta memperkuat daya saing di tengah kompetisi yang semakin ketat (Natania & Dwijayanti, 2024).

Sejalan dengan dinamika teknologi informasi yang telah berkembang, Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Nganjuk turut mengambil peran dalam memastikan masyarakatnya mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi digital. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui inovasi peningkatan literasi digital, terutama bagi kelompok masyarakat yang selama ini belum sepenuhnya terlibat dalam ekosistem ekonomi digital. Gebrakan Pemkab Nganjuk yang baru-baru ini dijalankan adalah program Mak Cerdas Digital

(MCD) yang digagas oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk. MCD merupakan pelatihan kewirausahaan berbasis digital yang dirancang untuk membantu perempuan di Kabupaten Nganjuk dalam memahami dan mempraktikkan teknik berwirausaha secara modern. Program ini lahir dari kepedulian pemerintah terhadap pemberdayaan perempuan, khususnya para ibu rumah tangga yang menjalankan usaha kecil. Perempuan, terutama ibu rumah tangga, memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui pemenuhan kebutuhan dasar dan aktivitas ekonomi rumahan. Karena itu, peningkatan keterampilan digital menjadi kunci. Dengan kemampuan memanfaatkan teknologi, para ibu dapat memperkuat ekonomi keluarga, mengembangkan peluang usaha, dan menjangkau pasar yang lebih luas (Marthalina, n.d.).

Melalui program MCD, ibu-ibu tidak hanya belajar menggunakan teknologi, tetapi juga diajak untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan jangkauan pasar, baik di area Nganjuk hingga keluar daerah. Pemkab Nganjuk ingin memastikan bahwa para ibu rumah tangga tidak hanya menjadi penonton dalam arus perubahan teknologi, tetapi juga menjadi individu yang mandiri dalam menghadapi perkembangan zaman. Hal demikian dapat menghapus stereotip bahwa perempuan merupakan pribadi lemah dan tidak mandiri (Yovita et al., 2022).

Program MCD diluncurkan melalui pelatihan intensif selama tiga hari, pada 20–22 Mei 2025, bertempat di Ruang Rapat Candi Lor, Pemkab Nganjuk. Dalam pelatihan MCD, para peserta dibekali berbagai keterampilan digital untuk memanfaatkan media sosial untuk promosi produk hingga mengelola transaksi daring sebagai bagian dari kegiatan menjalankan usaha. Langkah ini tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun kepercayaan diri perempuan dalam menggunakan teknologi. Kini, dengan kemampuan digitalisasi akan membuka jalan yang semakin mudah bagi para pengusaha perempuan untuk memasarkan produk mereka dan mengembangkan bisnis dengan lebih cepat dan luas (Hidayaty, 2023).

Program MCD menjadi bukti nyata komitmen Pemkab Nganjuk dalam mempercepat transformasi sosial-ekonomi dari level akar rumput. Kehadiran MCD diharapkan dapat memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, membuka peluang usaha baru, serta menciptakan generasi perempuan Nganjuk yang tangguh dan berdaya di tengah pesatnya era digital. Penting bagi pemerintah untuk memperhatikan orientasi kewirausahaan yang menerapkan inovasi sebagai pondasi esensial dalam keberhasilan adopsi teknologi digital (Angraini et al., 2024). Tanpa sikap inovatif, teknologi hanya akan menjadi alat yang tidak dimanfaatkan secara optimal. Dengan contoh pendekatan seperti ini, pemerintah ingin memastikan bahwa perempuan yang menjadi pelaku usaha lokal tidak tertinggal dari perkembangan ekonomi digital yang begitu cepat.

Pemkab Nganjuk mendorong perempuan yang menjadi pelaku UMKM agar tidak ragu memanfaatkan berbagai platform digital sebagai penunjang pemasaran produk mereka. Mulai dari media sosial, marketplace, hingga aplikasi pembayaran digital, semua itu dirancang untuk memudahkan dan memperluas jangkauan usaha mereka.

Seluruh upaya ini bermuara pada satu harapan besar, agar para ibu-ibu di Kabupaten Nganjuk mampu membantu memperkuat ekonomi rumah tangga melalui usaha dan bisnis yang mereka bangun. Pemerintah menyadari bahwa kesuksesan tidak akan datang dalam waktu singkat. Ada proses panjang yang harus dijalani, mulai dari belajar, mencoba, gagal, bangkit lagi, hingga akhirnya menemukan irama usaha yang tepat. Namun, proses inilah yang membentuk ketangguhan dan mental bisnis yang semakin kuat. Mentalitas ini

meliputi kemampuan beradaptasi dengan perubahan, mengelola risiko, serta menjaga fokus pada tujuan jangka panjang (Almanda et al., 2025).

Sejak program Mak Cerdas Digital diluncurkan, sejumlah peserta sudah mulai mempraktikkan keterampilan yang mereka dapatkan. Banyak di antara mereka yang kini memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, membuat konten sederhana untuk menarik pelanggan, hingga membuka toko online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Bagi sebagian peserta, langkah kecil ini merupakan pencapaian besar, karena sesuatu yang sebelumnya terasa jauh dan sulit dilakukan, namun kini mulai tampak mungkin dan dapat mereka kuasai dengan rasa percaya diri.

Saat ini total pelaku usaha usaha mikro berdasarkan data statistik MCD yang sudah bergabung dalam program Mak Cerdas Digital sebanyak 3.175 orang, terdiri dari 1.576 laki-laki dan 1.519 perempuan. Berdasarkan hasil monitoring program tahun 2024, terdapat 40 peserta dari berbagai kecamatan di Nganjuk telah berhasil membukukan total omzet Rp1,46 miliar selama Oktober–Desember, dengan lonjakan tertinggi terjadi pada Desember. Meski menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dan memiliki potensi besar, namun distribusi omzet masih sangat timpang. Dua peserta teratas menyumbang porsi terbesar, sementara sebagian peserta belum menghasilkan omzet atau hanya di bawah Rp1 juta. Kondisi ini menegaskan bahwa program MCD memiliki dampak ekonomi yang menjanjikan, namun tetap memerlukan penguatan pendampingan dan peningkatan kapasitas agar hasilnya lebih merata.

Dengan literasi digital yang semakin kuat dan adanya dukungan pemerintah yang berkelanjutan, peluang yang ada bukan lagi sekadar angan, tetapi sesuatu yang benar-benar bisa dicapai oleh masyarakat Nganjuk. Inovasi Program Mak Cerdas Digital tidak hanya memberikan keterampilan baru bagi para pesertanya, tetapi juga menciptakan dampak berantai yang semakin dapat dirasakan oleh masyarakat. Seperti halnya produktivitas ekonomi rumah tangga yang semakin meningkat, UMKM baru berbasis digital bermunculan, dan masyarakat kian terbiasa memanfaatkan teknologi dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Menurut Wijayanti & Susanti dalam (Rafi & Ramadhan, 2025) perubahan positif ini memperlihatkan bahwa literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, tetapi juga mencakup kemampuan kognitif dan afektif untuk menilai validitas dan kredibilitas informasi, yang pada gilirannya menjadi motor penggerak transformasi sosial dan ekonomi.

Langkah dari program MCD ini sejalan dengan visi Pemerintah Kabupaten Nganjuk untuk menjadi daerah yang maju, berdaya saing, dan berkompetensi digital. Melalui program seperti MCD, Nganjuk menunjukkan bahwa inovasi dapat lahir dari kedekatan pemerintah dengan warganya, mau mendengar kebutuhan masyarakat, lalu menghadirkan solusi yang benar-benar berdampak bagi masyarakat.

Atas inovasi dan kontribusi dari program MCD, Pemerintah Kabupaten Nganjuk dianugerahi Program Inovasi Pembangunan Terpuji Kategori Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Teknologi Digital dalam ajang detikJatim Awards 2025. Penghargaan ini menjadi bukti bahwa upaya mendorong literasi digital dan pemberdayaan perempuan di Kabupaten Nganjuk tidak hanya diakui secara lokal, tetapi juga diapresiasi di tingkat regional.

Berangkat dari keberhasilan tersebut, studi ini bertujuan menganalisis secara mendalam bagaimana Pemerintah Kabupaten Nganjuk mampu merancang dan menjalankan inovasi Mak Cerdas Digital hingga memberikan dampak nyata bagi masyarakat. Analisis ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi daerah lain yang ingin

mengembangkan program serupa sebagai upaya memperkuat literasi digital dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat dalam skala rumah tangga.

LANDASAN TEORI

Inovasi Teknologi

Inovasi pada dasarnya adalah proses sekaligus hasil dari upaya dalam mengembangkan dan memanfaatkan pengetahuan, keterampilan (termasuk kemampuan teknologi), serta pengalaman yang dimiliki. Semua itu dilakukan untuk menciptakan atau menyempurnakan produk, layanan, proses, hingga sistem menjadi sesuatu yang lebih baru dan lebih baik, sehingga memberi manfaat yang nyata, baik secara ekonomi maupun sosial (Yogi Suwarno, 2016).

Menurut Tatik Suryani (2008), yang menyebutkan bahwa inovasi merupakan konsep yang luas, tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi juga sering dugunakan untuk merujuk pada perubahan yang dirasakan sebagai hal yang baru oleh masyarakat yang merasakan.

Sedangkan (Mulgan, G., & Albury, 2003) menyatakan bahwa inovasi yang berhasil adalah kemampuan untuk menciptakan sekaligus menerapkan proses, produk, layanan, atau metode pelayanan baru yang membawa peningkatan nyata dalam efisiensi, efektivitas, maupun kualitas hasil. Karena itu, makna inovasi kini telah meluas, tidak lagi terbatas pada pembaruan produk atau proses saja, tetapi mencakup berbagai bentuk pengembangan yang memberikan nilai tambah nyata.

Inovasi biasanya muncul ketika seseorang atau sebuah organisasi berhasil menghadirkan teknologi, produk, atau proses yang lebih efisien, lebih menarik, atau mampu menawarkan nilai tambah dibandingkan dengan yang sudah ada. Kemunculannya sering kali berawal dari keberanian individu yang berjiwa wirausaha, mereka yang peka terhadap masalah, melihat peluang, dan berani mengambil risiko untuk mencoba sesuatu yang berbeda. Dengan dorongan kreativitas dan naluri kewirausahaan inilah berbagai pembaruan lahir dan kemudian mendorong perubahan yang lebih luas dalam masyarakat maupun dunia usaha (Schumpeter, 1934).

Dari berbagai pandangan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah sebuah pembaruan, sesuatu yang berbeda dari sebelumnya, yang lahir dari gagasan dan pemikiran yang kemudian dikembangkan serta diimplementasikan agar manfaatnya dapat dirasakan secara luas. Inovasi juga tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi dan informasi, khususnya internet yang berperan besar dalam mendorong keterbukaan dan transparansi.

Pemberdayaan Perempuan

Menurut Edi Suharto, Ph.D, (2014) pemberdayaan dapat dipahami sebagai suatu proses untuk memberikan atau menumbuhkan daya, kekuatan, atau kemampuan dari pihak yang sudah memiliki kapasitas kepada mereka yang masih kurang atau belum berdaya. Pemberdayaan merupakan sebuah proses sekaligus tujuan yang berfokus pada upaya demi memperkuat kekuatan atau kapasitas individu maupun kelompok yang lemah dalam masyarakat, termasuk mereka yang hidup dalam kemiskinan. Pemberdayaan menggambarkan kondisi ideal yang ingin dicapai melalui perubahan sosial, yaitu masyarakat yang mampu, memiliki pengetahuan, dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara fisik, ekonomi, maupun sosial. Masyarakat yang berdaya juga

memiliki rasa percaya diri, mata pencaharian yang layak, dan kemampuan menjalankan peran-peran kehidupannya. Pada hakikatnya, pemberdayaan mengacu pada peningkatan kemampuan seseorang, terutama kelompok rentan, agar mereka memiliki kekuatan untuk memenuhi kebutuhan dasar, mengakses sumber-sumber produktif, meningkatkan pendapatan, serta memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan.

Kesadaran mengenai pemberdayaan peran perempuan mulai berkembang yang diwujudkan dalam pendekatan program perempuan dalam proses pembangunan. Hal ini didasarkan pada satu pemikiran mengenai perlunya kemandirian bagi kaum perempuan, supaya pembangunan dapat dirasakan oleh semua pihak. Karena perempuan merupakan sumber daya manusia yang sangat berharga sehingga posisinya di ikut sertakan dalam proses pembangunan (Nugroho, 2008).

Pendekatan ini bertujuan untuk menegaskan produktivitas perempuan, terutama dalam konteks pemberdayaan, dengan sasaran utama perempuan dewasa atau ibu rumah tangga. Upaya tersebut dilakukan untuk membuka akses yang lebih luas bagi perempuan sehingga mereka dapat meningkatkan kapasitas dan kemandiriannya. Pemberdayaan menjadi langkah penting untuk memperkuat peran perempuan dalam mengembangkan potensi diri, sehingga mereka mampu berdiri sendiri dan berkarya. Dalam penelitian ini, pemberdayaan dilakukan melalui pembinaan serta pengembangan keterampilan perempuan, khususnya pada sektor *home industry*.

Saat ini perempuan dihadapkan pada kendala tertentu yang dikenal dengan istilah *"tripple burden of women",* yaitu perempuan harus melakukan produksi dan fungsi sosial secara bersamaan di masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan perempuan memiliki ruang yang sangat terbatas untuk memanfaatkan peluang ekonomi yang tersedia. Karena itu, program pemberdayaan ekonomi bagi perempuan menjadi sangat penting, mengingat perempuan sebenarnya memiliki potensi besar dalam kegiatan ekonomi, terutama dalam mengelola keuangan dan ekonomi rumah tangga.

Tujuan dari program permberdayaan perempuan adalah untuk meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga maupun industri kecil untuk menunjang peningkatan kebutuhan rumah tangga, maupun untuk membuka peluang kerja produktif dan mandiri. Selain itu juga sebagai usaha untuk meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat lokal sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan agar dapat terlibat secara aktif dalam program pembangunan pada wilayah tempat tinggalnya.

Pemberdayaan perempuan umumnya difokuskan pada aspek ekonomi untuk memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola usaha, dalam proses pengembangan kapasitas wirausaha bagi perempuan, terdapat lima langkah penting yang perlu diperhatikan, yaitu:

a. Membantu dan mendorong kaum perempuan untuk membangun dan mengembangkan pengetahuan serta kompetensi diri mereka, melalui berbagai program pelatihan.
b. Membantu kaum perempuan dalam strategi usaha dan pemasaran produk.
c. Memberikan pemahaman terhadap regulasi dan peraturan pemerintah terkait dengan legalitas dunia usaha.
d. Mendorong dan membantu kaum perempuan untuk mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal.
e. Membuat Usaha Mikro (Jaringan Usaha Mikro Perempuan atau Forum Pelatihan Usaha).

Perlu diperhatikan beberapa hal yang perlu dilakukan adalah penciptaan iklim yang kondusif, dengan cara a) Memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki. b) Menciptakan aksebilitas terhadap berbagai peluang yang menjadikannya semakin berdaya. c) Tindakan perlindungan terhadap potensi sebagai bukti keberpihakan untuk mencegah dan membatasi persaingan yang tidak seimbang.

Digitalisasi Marketing

Menurut Tarigan (2009) digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* atau pengenalan merek yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, ataupun jejaring sosial. Digital marketing atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik *(e-marketing)* keduanya sama-sama menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik. Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online *(channel online)* ke pasar (website, email, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya *blog, feed, podcast,* dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

Teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, bertindak, dan proses pengambilan keputusan. Setiap hari, kita selalu bersentuhan dengan berbagai bentuk teknologi, mulai dari internet hingga telepon genggam. Hal ini menunjukkan bahwa dunia digital kini telah menyatu dengan kehidupan sehari-hari manusia. Dalam konteks pemasaran digital, ada satu hal penting yang perlu menjadi perhatian bagi para pelaku usaha, yaitu bagaimana konten yang disajikan mampu memengaruhi cara berpikir pelanggan hingga mempengaruhi keputusan pembelian (Chaffey, 2015).

Semakin banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, baik bagi bisnis yang baru dirintis maupun yang sudah berkembang, sebagai pelengkap dari strategi pemasaran konvensional yang sebelumnya digunakan. Tingginya penggunaan internet di Indonesia juga menjadikan pasar digital sangat potensial bagi pelaku industri *e-commerce* dan belanja daring. Berbagai platform *e-commerce* dan *marketplace* besar pun bermunculan dengan dukungan modal yang cukup besar, seperti Matahari Mall, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tokopedia, Shopee, dan lainnya. Selain situs belanja resmi tersebut, banyak pula pelaku usaha yang memanfaatkan akun pribadi di media sosial, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Twitter sebagai media untuk menjalankan aktivitas jual beli secara online (Arisandi, 2018).

Program Mak Cerdas Digital dapat diartikan sebagai konsep pemberdayaan pelaku usaha berbasis inovasi sosial yang memadukan literasi digital, kewirausahaan, dan transformasi peran perempuan dalam ekonomi lokal (Diskominfo, Nganjuk). Secara konseptual, program ini berangkat dari teori inovasi yang menyatakan bahwa perubahan tidak selalu lahir dari teknologi yang sepenuhnya baru, tetapi dari cara baru dalam memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang sudah ada untuk menciptakan nilai tambah. Mak Cerdas Digital menempatkan Perempuan khususnya ibu rumah tangga dan pelaku usaha rumahan sebagai subjek utama perubahan, bukan sekadar penerima manfaat.

Melalui pendekatan pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung, pelaku usaha perempuan tidak hanya diajarkan cara menggunakan perangkat digital, tetapi juga diajak

membangun pola pikir wirausaha. Dalam perspektif strategi pemasaran digital, Mak Cerdas Digital berfungsi sebagai ruang belajar untuk mengoptimalkan media sosial dan platform digital sebagai alat komunikasi, promosi, dan transaksi. Di sini, perempuan didorong menjadi produsen konten, bukan hanya konsumen, sehingga mampu membangun *brand,* menceritakan nilai produknya, dan menjalin hubungan langsung dengan pelanggan. Pada akhirnya, teori Mak Cerdas Digital menegaskan bahwa transformasi digital yang inklusif dapat dimulai dari rumah, dari komunitas kecil, dan dari para perempuan yang berani belajar, berinovasi, serta mengambil peran aktif dalam pembangunan ekonomi daerah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metodologi kualitatif adalah mekanisme penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam wujud kata-kata tertulis atau lisan dari aktivitas orang atau perilaku yang bisa diamati (Moleong, 2009).

Peneliti melakukan penelitian lapangan *(field research),* yaitu penelitian yang secara langsung dilakukan dengan cara melakukan observasi partisipatif guna memperoleh informasi yang relevan terkait Analisis Inovasi Mak Cerdas Digital (MCD) dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Nganjuk. Terdapat dua jenis data yang dihimpun dalam penelitian ini, yaitu data primer yang merupakan data utama yang didapat secara langusng tanpa melalui perantara (Sugiyono, 2013). Data primer diperoleh melalui wawancara yang dilakukan terhadap pengelola program dan perempuan pengguna manfaat Mak Cerdas Digital di Kabupaten Nganjuk. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui bacaan dari berbagai sumber meliputi referensi dari buku, berita dan dokumen yang relevan.

Untuk menguji validitas data, digunakan teknik triangulasi dengan cara memadukan wawancara, observasi, dan studi literatur untuk meyakinkan keakuratan data yang diperoleh. Peneliti memanfaatkan teknik analisis data model interaktif oleh Miles & Huberman pada (Hardani, 2020). Empat tahapan model interaktif yang harus dilakukan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Mak Cerdas Digital (MCD) di Kabupaten Nganjuk dapat diartikan sebagai perwujudan nyata dari pendekatan *bottom-up innovation* dalam upaya pemerintah membangun kondisi sosial-ekonomi masyarakat. Program ini tidak lahir dari pendekatan yang bersifat *top-down*, melainkan dari penelaahan terhadap realitas sosial yang dihadapi oleh masyarakat di Kabupaten Nganjuk, terutama perempuan dan ibu rumah tangga, yang selama ini berada dalam posisi yang cukup rentan di dalam struktur ekonomi keluarga. Dengan menjadikan ibu rumah tangga sebagai sasaran utama program MCD, Pemkab Nganjuk telah menempatkan kelompok ibu rumah tangga ke dalam pusat proses pembangunan struktur ekonomi dalam skala rumah tangga.

Dalam konteks di daerah seperti di Nganjuk, ibu rumah tangga umumnya dipersepsikan sebagai pihak yang hanya bertanggung jawab pada kegiatan dalam mengurus rumah, anak, dan keluarga. Kontribusi mereka terhadap meningkatkan ekonomi sering kali tidak dianggap sebagai pekerjaan yang formal, meskipun sebenarnya ibu rumah tangga memiliki potensi besar untuk terlibat dalam aktivitas produktif. Keseharian mereka yang dipenuhi dengan aktivitas mengatur rumah, mengelola waktu,

dan mengatur keuangan telah menumbuhkan kemampuan manajerial yang kuat. MCD hadir untuk mengubah cara pandang dengan menjadikan ibu rumah tangga sebagai pelaku ekonomi yang aktif, kreatif, dan mampu mengikuti perkembangan zaman, terutama di era digital saat ini.

Program Mak Cerdas Digital di Kabupaten Nganjuk dapat dianggap sebagai sebuah inovasi sosial yang mengintegrasikan pemberdayaan perempuan dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi penguatan ekonomi. Program ini telah mendorong perempuan, khususnya ibu rumah tangga dan pelaku *home industry,* untuk meningkatkan kapasitas diri melalui pemahaman dan penguasaan teknologi, terutama dalam bidang digital marketing. Melalui pelatihan pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, pemanfaatan *marketplace,* dan penguatan *branding* produk lokal, Mak Cerdas Digital membuka akses yang lebih luas terhadap pasar serta meningkatkan daya saing UMKM. Program ini menjawab perubahan pola komunikasi dan konsumsi di era digital, sekaligus menumbuhkan kepercayaan diri, kemandirian, dan peran aktif perempuan dalam aktivitas ekonomi.

Dengan demikian, Mak Cerdas Digital tidak hanya menjadi sebuah program pelatihan teknis semata, lebih dari itu, MCD telah dianggap sebagai sebuah strategi transformasi yang menghubungkan inovasi, pemberdayaan, dan pemasaran digital dalam satu gerakan yang bertujuan untuk mendorong perubahan sosial yang lebih luas. Inilah yang menjadikan MCD sebagai inovasi sosial, karena inti dari program ini bukan hanya pada penggunaan teknologi baru, melainkan pada bagaimana teknologi tersebut digunakan untuk mengubah relasi sosial, memperluas akses, dan meningkatkan kualitas hidup kelompok masyarakat yang selama ini kurang tersentuh oleh aktivitas pembangunan.

Dalam perspektif teori pemberdayaan masyarakat *(community empowerment),* MCD mencerminkan proses penguatan *agency,* yaitu kemampuan individu untuk mengendalikan dan menentukan arah hidupnya sendiri. Pemberdayaan di sini bukan sekadar memberi bantuan, tetapi proses belajar yang membuat seseorang menyadari potensinya, memahami hambatan yang dihadapinya, dan menemukan cara untuk menjadi mandiri. Hal ini selaras dengan gagasan Paulo Freire mengenai *conscientization*, yaitu proses tumbuhnya kesadaran kritis masyarakat atas realitas sosial dan kemungkinan-kemungkinan perubahan yang dapat diciptakan.

Melalui MCD, para ibu rumah tangga tidak hanya sekadar diajari cara menggunakan ponsel pintar, mengunggah konten, atau membuat akun marketplace. Lebih dari itu, mereka diajak untuk melihat diri mereka sendiri sebagai individu yang memiliki nilai ekonomi, yang mampu menghasilkan karya, serta berhak atas ruang aktualisasi diri. Transformasi yang terjadi bersifat simultan, tidak hanya pada level keterampilan *(skill),* tetapi juga pada level kesadaran *(mindset)* dan identitas *(identity).* Banyak peserta yang pada awalnya merasa "tidak mampu", "terlalu tua untuk belajar teknologi", atau "hanya ibu rumah tangga biasa", perlahan mulai membangun rasa percaya diri dan keberanian untuk tampil sebagai pelaku usaha di ruang digital. Berikut cuplikan salah satu wawancara bersama ibu rumah tangga yang telah mengikuti pelatihan MCD.

"Awalnya saya ikut MCD itu sebenarnya ragu. Saya pikir, 'Saya kan cuma ibu rumah tangga, sudah tidak muda lagi, mana bisa main teknologi?' Tapi ternyata pelan-pelan saya bisa. Awalnya cuma belajar pegang HP, terus belajar foto produk, bikin caption, sampai akhirnya berani jualan sendiri di marketplace. Rasanya senang sekali waktu ada yang beli. Dari situ saya mulai

merasa, ternyata saya juga punya kemampuan, ternyata saya bisa menghasilkan sesuatu dari tangan saya sendiri. Hal ini tidak terlepas dari pendampingan tim MCD."- AN.

Dampak yang dirasakan oleh peserta MCD memperlihatkan perubahan yang cukup signifikan, baik secara ekonomi maupun sosial. Sejumlah ibu rumah tangga yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan dan sepenuhnya bergantung pada penghasilan suami, kini mulai terlibat dalam aktivitas ekonomi produktif. Mereka beralih menjadi *affiliator, reseller, content creator,* admin toko online, maupun pelaku UMKM berbasis rumahan yang menjual produk lokal seperti makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk fashion. Meskipun besar penghasilan yang diperoleh berbeda-beda, namun secara umum terjadi peningkatan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi di tingkat keluarga.

Perubahan yang terjadi tidak hanya ada dalam bentuk peningkatan pendapatan, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial. Muncul rasa bangga, dihargai, dan diakui atas kemampuan diri sendiri. Para peserta mulai memiliki kebanggan yang lebih kuat dalam keluarga maupun komunitasnya. Mereka tidak lagi hanya menjadi pendamping, tetapi mulai memposisikan diri sebagai mitra ekonomi dalam keluarga. Perubahan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan sejati bukan hanya soal uang, melainkan soal martabat, kepercayaan diri, dan pengakuan sosial.

MCD juga telah memicu terbentuknya sebuah ekosistem digital baru di kalangan ibu rumah tangga. Ekosistem ini ditandai dengan adanya jejaring sosial antar peserta yang saling mendukung, berbagi informasi, bertukar pengalaman, serta berkolaborasi dalam kegiatan promosi. Grup WhatsApp, komunitas belajar, dan ruang diskusi informal menjadi arena pembelajaran kolektif yang cukup penting. Dari sinilah muncul bentuk solidaritas baru yang berbasis kesamaan pengalaman dan tujuan, yaitu meningkatkan kualitas hidup melalui pemanfaatan teknologi.

Fenomena yang terjadi memperlihatkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan tidak semata-mata diukur dari indikator ekonomi seperti omzet atau jumlah transaksi, tetapi juga dari kemampuan program menciptakan ruang sosial baru yang produktif, inklusif, dan berkelanjutan. Ekosistem yang terbentuk melalui MCD menjadi kekuatan sosial yang sangat berharga untuk kedepannya, karena mampu memperkuat ketahanan komunitas dan membuka peluang kolaborasi yang lebih luas.

Keberhasilan MCD tidak dapat dilepaskan dari peran strategis Omah Tandang sebagai pelaksana teknis di bawah koordinasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk. Omah Tandang berfungsi sebagai *enabling environment*, yaitu ruang yang memungkinkan proses pembelajaran, eksperimen, dan pertumbuhan. Melalui strategi promosi yang masif, pelatihan yang terstruktur, dan pendampingan yang berkelanjutan, Omah Tandang mampu menjembatani kesenjangan literasi digital yang selama ini menjadi penghambat utama bagi kelompok ibu rumah tangga.

Peran pendampingan ini sangat krusial. Dalam banyak program, pelatihan sering kali berhenti pada tahap transfer pengetahuan tanpa adanya keberlanjutan. Namun dalam MCD, pendampingan berfungsi sebagai proses penguatan yang memastikan bahwa peserta tidak berjalan sendiri, melainkan terus didampingi hingga mampu mandiri. Model ini sejalan dengan konsep *capacity building,* di mana fokus utama bukan hanya pada hasil jangka pendek, tetapi pada peningkatan kapasitas individu dan komunitas untuk berkembang secara mandiri dalam jangka panjang.

"Kami dari Diskominfo melihat MCD bukan hanya program pelatihan, tapi proses pendampingan jangka panjang. Tujuan kami bukan sekadar membuat mereka bisa pakai teknologi,

tapi membangun rasa percaya diri dan kemandirian supaya mereka bisa terus berkembang, bahkan setelah program selesai."- Arfin.

Keberhasilan MCD tidak berjalan tanpa tantangan. Salah satu persoalan utama yang muncul adalah ketimpangan capaian antar peserta. Tidak semua ibu rumah tangga yang mengikuti program mampu meraih hasil yang maksimal atau konsisten. Sebagian peserta masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi secara optimal, menjangkau pasar yang lebih luas, atau membangun nama usaha yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital meskipun penting, namun bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan.

Faktor lain seperti dukungan keluarga, akses terhadap perangkat dan internet yang stabil, kemampuan komunikasi, serta kemampuan psikologis juga sangat berpengaruh. Misalnya, ibu rumah tangga yang memiliki dukungan dari suami dan lingkungan keluarga cenderung lebih leluasa dalam mengembangkan usaha digitalnya dibandingkan mereka yang masih dibebani oleh pandangan patriarki yang membatasi ruang geraknya. Hal ini menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan tidak hanya soal pelatihan teknis, tetapi juga berkaitan erat dengan perubahan struktur sosial dan budaya. Salah satu peserta pelatihan MCD mengaku sebagai berikut:

"Saya merasa sangat terbantu karena suami mendukung penuh. Justru beliau yang sering mengingatkan saya untuk ikut pelatihan dan mencoba berjualan online. Kalau tidak ada dukungan dari rumah, mungkin saya sudah menyerah dari awal. Soalnya kadang masih ada tetangga yang bilang, 'Ngapain sih repot-repot, kan cuma ibu rumah tangga.' Tapi sekarang saya lebih percaya diri, karena di rumah saya diberi ruang dan dipercaya untuk berkembang."-RO.

Maka dari itu, supaya dampak MCD bisa dirasakan lebih banyak orang dan tidak berhenti di tengah jalan, perlu ada langkah lanjutan yang lebih lengkap dan berkesinambungan. Agar lebih efektif, pendampingan sebaiknya menyesuaikan kondisi, kebutuhan, dan kemampuan tiap peserta. Selain itu, perlu dibangun konektivitas yang lebih kuat dengan program-program UMKM, koperasi, perbankan, serta platform *e-commerce* yang lebih luas. Integrasi lintas sektor inilah yang akan memperkuat daya tahan dan daya tumbuh peserta MCD di tengah kompetisi ekonomi digital yang semakin ketat.

Dari perspektif kebijakan publik, MCD dapat dipandang sebagai model inovasi lokal yang potensial untuk direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa. Keberhasilan MCD di Nganjuk menunjukkan bahwa pemerintah daerah memiliki peran strategis sebagai fasilitator inovasi sosial, bukan hanya sebagai regulator. Ketika negara hadir secara responsif, adaptif, dan memberdayakan, maka masyarakat akar rumput mampu menjadi aktor perubahan yang sesungguhnya.

Dengan demikian, Innovasi Mak Cerdas Digital bukan hanya sebuah program sementara, melainkan sebuah simbol perubahan paradigma pembangunan. Pembangunan yang sebelumnya terpusat kini bergeser menjadi lebih terbuka dan telah melibatkan masyarakat secara langsung. Dari yang awalnya hanya menerima, masyarakat mulai berperan aktif, berdaya, dan perlahan beralih dari sekadar konsumtif menjadi lebih produktif dan kreatif.

Pada akhirnya, Mak Cerdas Digital telah membuktikan bahwa transformasi sosial dapat dimulai dari langkah-langkah kecil yang menyentuh kehidupan sehari-hari di masyarakat. Ketika seorang ibu rumah tangga belajar membuat konten promosi, mengunggah produknya ke marketplace, dan berhasil menjual barang pertamanya secara online, pada saat itulah sebenarnya sedang berlangsung sebuah revolusi kecil, bukan hanya

di tingkat ekonomi, tetapi juga di tingkat harga diri. Revolusi inilah yang menjadi inti sejati dari pemberdayaan masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Program Inovasi Mak Cerdas Digital (MCD) yang digagas oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Nganjuk merupakan bentuk inovasi sosial yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknologi, tetapi juga menyentuh perubahan pola pikir, identitas, dan posisi sosial perempuan, khususnya ibu rumah tangga. Program ini berhasil membuktikan bahwa transformasi digital dapat dimulai dari komunitas terkecil, yaitu rumah tangga, dengan menjadikan perempuan sebagai subjek utama perubahan. MCD telah membuka akses baru bagi ibu rumah tangga untuk terlibat aktif dalam aktivitas ekonomi digital. Mereka tidak hanya belajar menggunakan media sosial dan *marketplace*, tetapi juga memperoleh keberanian untuk memulai usaha, membangun *brand*, dan memperluas jaringan pasar. Dampak ini terlihat dari munculnya pelaku usaha baru berbasis rumahan, peningkatan omzet pada sebagian peserta, serta tumbuhnya kepercayaan diri di kalangan ibu-ibu peserta pelatihan.

MCD berhasil memicu perubahan sosial yang penting. Ibu rumah tangga yang sebelumnya merasa tidak mampu melakukan aktivitas ekonomi formal, mulai membangun kesadaran bahwa mereka memiliki nilai, potensi, dan hak untuk berkembang. Inilah yang menjadi tujuan dari pemberdayaan diri. Program ini juga membentuk ekosistem digital komunitas yang ditandai oleh terbentuknya jejaring, solidaritas, dan kolaborasi antar peserta melalui berbagai ruang komunikasi seperti grup diskusi dan komunitas belajar.

Namun demikian, tidak semua peserta mengalami peningkatan capaian yang merata, baik dari sisi penghasilan maupun perkembangan usaha. Faktor-faktor seperti dukungan keluarga, ketersediaan perangkat dan internet, kondisi psikologis, serta budaya patriarki di lingkungan sekitar masih menjadi tantangan yang signifikan. MCD dapat dikategorikan sebagai model inovasi lokal yang berhasil dan layak direplikasi di daerah lain dengan karakteristik sosial yang serupa. Program ini menegaskan bahwa pemerintah daerah tidak hanya berperan sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator perubahan sosial yang mampu memberdayakan warganya secara berkelanjutan.

Saran

1. Penguatan model pendampingan yang lebih personal dan berkelanjutan. Pendampingan dalam program MCD perlu lebih disesuaikan dengan kebutuhan, kemampuan, dan latar belakang masing-masing peserta. Sebaiknya dilakukan pendekatan yang lebih individual agar seluruh peserta, terutama yang masih tertinggal, dapat berkembang secara optimal.
2. Integrasi program MCD dengan ekosistem UMKM yang lebih luas. Pemerintah daerah perlu menghubungkan peserta MCD dengan program UMKM lain, seperti koperasi, dan platform *e-commerce* nasional. Hal ini penting untuk memperkuat akses modal, pemasaran, legalitas, dan keberlanjutan usaha peserta.
3. Pelibatan keluarga dan lingkungan sosial dalam program pemberdayaan. Keberhasilan pemberdayaan perempuan sangat dipengaruhi oleh dukungan keluarga, khususnya suami. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan adanya sesi edukasi atau sosialisasi yang

juga menyasar keluarga peserta untuk mengurangi hambatan kultural dan memperkuat dukungan dari keluarga.

4. Penelitian lanjutan yang lebih mendalam. Penelitian berikutnya diharapkan dapat mengkaji dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan keluarga, dan perubahan relasi gender dalam rumah tangga.

DAFTAR REFERENSI

Almanda, K., Eki, O., Lestari, N., & Belo, Y. (2025). *Membangun Mentalitas Pengusaha : Kunci Sukses dalam Dunia Bisnis*.

Angraini, D., Riady, Y., Pratama, A., Sadria, A., Inggris, P. B., Jambi, K., Jambi, U., Jambi, K., Jambi, U., Jambi, K., Jambi, U., & Jambi, K. (2024). *TRANSFORMASI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA MIKRO , KECIL , DAN MENENGAH (UMKM) INDONESIA : 7*(2), 132–142.

Arisandi, M. T. F. dan D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantra*, *1* no. *2*.

Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education Limited.

De Crescenzo, V., Botella-Carrubi, D., & Rodríguez García, M. (2021). Civic crowdfunding: A new opportunity for local governments. *Journal of Business Research, 123*, 580–587. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.021

Edi Suharto, Ph.D. (2014). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat*. PT Refika Aditama.

Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV PUSTAKA ILMU.

Hidayaty, D. T. D. E. (2023). *Penerapan Strategi Bisnis di Era Digital yang Dikelola Ibu Rumah Tangga untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga*. *6*(1), 247–259. https://doi.org/10.32493/frkm.v6i1.28638

Marthalina. (n.d.). *Pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di indonesia*.

Moleong, L. J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Remaja.

Mulgan, G., & Albury, D. (2003). *Innovation in the Public Sector*. Strategy Unit, Cabinet Office.

Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). *PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL*. *12*(1).

Nugroho, R. (2008). *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia*. Pustaka Pelajar.

Pariwisata, T., Yogyakarta, A., Pariwisata, T., Yogyakarta, A., Tinggi, S., Ambarrukmo, P., Koperasi, D., Menengah, K., & Istimewa, D. (2022). *LITERASI DIGITAL PELAKU UMKM*. *1*(2), 87–103.

Rafi, M., & Ramadhan, N. (2025). *Peran Literasi Digital dalam Mendorong Kemampuan Berpikir Siswa Sekolah Menengah Atas : Kajian Literatur Terkini*. *2*(3), 590–596.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*.

Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. https://digilib.unigres.ac.id/index.php?p=show_detail&id=43

Tarigan, R. S. dan J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Elex Media Komputindo.

Tatik Suryani. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.

Yogi Suwarno. (2016). *Inovasi di Sektor Publik*. STIA-LAN Press.
Yovita, K., Dwi, A., Kristina, A., & Pardede, G. (2022). *Stigma Masyarakat Terhadap Perempuan Sebagai Strata Kedua Dalam Negeri*. 401–411.
https://mataraman.tribunnews.com/nganjuk/63126/bupati-nganjuk-kang-marhaen-beri-pesan-ke-pelaku-umkm-bentuk-mental-bisnis.
https://mataraman.tribunnews.com/2025/05/21/pemkab-nganjuk-ciptakan-kemandirian-ekonomi-pada-perempuan-lewat-mak-cerdas-digital.
https://www.detik.com/jatim/berita/d-8195608/pemkab-nganjuk-dorong-ibu-ibu-melek-digital-lewat-program-mcd.
https://radarnganjuk.jawapos.com/politik-pemerintahan/2176042449/dinas-kominfo-nganjuk-berdayakan-perempuan-dengan-mak-cerdas-digital?page=2