



STRATEGI DIGITALISASI EKONOMI PURWOKERTO DALAM PENERAPAN SMART CITY

Khanin Nurrohmah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Mohammad Radita Restu Mahendra

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alfina Nur Hidayati

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Yoiz Shofwa Shafrani

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: Jl. Ahmad Yani No. 40 A, Purwokerto

Korespondensi penulis: khaninnurrohmah@gmail.com

Abstrak. *This research examines the digital economy digitalization strategy of Purwokerto in the implementation of a smart city that is not yet uniform; many areas in Purwokerto lag behind in digitalization systems. This study uses a qualitative approach with data analysis techniques through literature studies. The qualitative approach was chosen because it aligns with the research objectives, particularly in understanding the meanings contained in the data or social interactions of a phenomenon and identifying patterns of relationships that emerge in analyzing the basic concepts of smart city used in Purwokerto. The digital economic strategy in Purwokerto in the implementation of a smart city. To encourage the realization of the smart city concept in the Purwokerto area, various strategies have begun to be implemented, including strengthening digital infrastructure, developing technology-based public services, and enhancing the digital capabilities of MSME actors through training and the use of online platforms. Local governments are also beginning to integrate technology into environmental management and build cross-sector collaborations, including with universities and technology communities. Although the process is still in the development stage, these steps signify Purwokerto's commitment to becoming a smarter, more efficient, and adaptive city to the needs of its citizens.*

Keywords: *Challenges, Economic Digitalization, Purwokerto, Smart City, Strategies.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji tentang strategi digitalisasi ekonomi Purwokerto dalam penerapan smart city yang belum merata, masih banyak daerah di Purwokerto yang ketinggalan sistem digitalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data melalui studi pustaka. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, khususnya dalam memahami makna yang terkandung dalam data atau interaksi sosial dari suatu fenomena serta mengidentifikasi pola-pola hubungan yang muncul dalam menganalisis konsep dasar smart city yang digunakan di Purwokerto, Strategi digital ekonomi dipurwokerto dalam penerapan smart city. Untuk mendorong terwujudnya konsep smart city di wilayah Purwokerto, berbagai strategi mulai dijalankan, antara lain dengan memperkuat infrastruktur digital, mengembangkan layanan publik berbasis teknologi informasi, serta meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM melalui pelatihan dan pemanfaatan platform daring. Pemerintah daerah juga mulai mengintegrasikan teknologi dalam pengelolaan lingkungan dan membangun kerja sama lintas sektor,

termasuk dengan perguruan tinggi dan komunitas teknologi. Meskipun prosesnya masih dalam tahap pengembangan, langkah-langkah ini menandai komitmen Purwokerto menuju kota yang lebih cerdas, efisien, dan adaptif terhadap kebutuhan warganya.

Kata Kunci: *Digitalisasi Ekonomi, Purwokerto, Smart City, Strategi, Tantangan.*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi digital ditandai dengan semakin luasnya penggunaan teknologi digital di berbagai sektor ekonomi. Secara global, transformasi digital telah membuka peluang besar bagi terciptanya inovasi, peningkatan efisiensi, dan perluasan inklusi ekonomi. Salah satu indikator utama dari kemajuan ekonomi digital adalah meningkatnya aktivitas di sektor e-commerce, E Government, layanan keuangan berbasis teknologi (fintech), dan perusahaan rintisan (startup) di bidang teknologi. Di Indonesia, ekonomi digital telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan nasional. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sektor teknologi informasi dan komunikasi mencatat pertumbuhan lebih dari 10% per tahun dalam lima tahun terakhir, melampaui rata-rata pertumbuhan sektor lainnya. Fakta ini menunjukkan bahwa ekonomi digital memiliki potensi besar sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi Indonesia (Purba et al., 2025)

Pemanfaatan teknologi digital seperti sensor Internet of Things (IoT) dan analitik data kini menjadi solusi strategis dalam meningkatkan efisiensi infrastruktur serta layanan di kawasan perkotaan. Sebagai contoh, pemasangan sensor di ruas-ruas jalan memungkinkan pengumpulan data lalu lintas secara real-time, sehingga pengaturan lampu lalu lintas dapat disesuaikan secara dinamis untuk mengurangi kemacetan. Selain itu, platform digital juga dimanfaatkan untuk pengelolaan limbah secara lebih terorganisir serta pemantauan kualitas udara, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan perkotaan yang lebih bersih, sehat, dan berkelanjutan, dengan memanfaatkan teknologi dan informasi secara optimal, kota cerdas bertujuan untuk mengelola sumber daya secara maksimal, sehingga layanan publik dapat diselenggarakan dengan lebih efektif, efisien, dan responsif terhadap kebutuhan warganya (Fahmi (Et.all), 2024)

Hingga kini, Pemerintah Kabupaten Banyumas belum menetapkan regulasi spesifik yang menjadi landasan hukum bagi implementasi kebijakan smart city. Rencana untuk merumuskan peraturan tersebut baru akan dilaksanakan pada tahun 2018. Meski demikian, gagasan awal pengembangan kota cerdas sebenarnya telah tercermin dalam Perda Kabupaten Banyumas Nomor 4 Tahun 2012 mengenai Rencana Induk Pengembangan E Government, yang menjadi pijakan awal digitalisasi layanan pemerintahan. Untuk mendorong terwujudnya konsep smart city di wilayah Purwokerto, berbagai strategi mulai dijalankan, antara lain dengan memperkuat infrastruktur digital, mengembangkan layanan publik berbasis teknologi informasi, serta meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM melalui pelatihan dan pemanfaatan platform daring. Pemerintah daerah juga mulai mengintegrasikan teknologi dalam pengelolaan lingkungan dan membangun kerja sama lintas sektor, termasuk dengan perguruan tinggi dan komunitas teknologi. Meskipun prosesnya masih dalam tahap pengembangan, langkah-langkah ini menandai komitmen Purwokerto menuju kota yang lebih cerdas, efisien, dan adaptif terhadap kebutuhan warganya (Gunawan & Lynawati, 2018)

KAJIAN TEORI

a. Dimensi-Dimensi Smart City

Menurut pemaparan Saputro dan Darminto (2019), konsep Smart City mencakup enam elemen utama, yaitu: Smart Living, Smart Mobility, Smart People, Smart Economy, Smart Environment, dan Smart Government. Dalam konteks pengembangan ekonomi digital di Purwokerto, fokus utama tertuju pada aspek Smart Economy, yang mencerminkan upaya penguatan aktivitas ekonomi berbasis teknologi, seperti pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk, transaksi, dan pelaporan usaha memberikan acuan serta landasan bagi

penelitian ini dilakukan. Jika ada hipotesis, bisa dinyatakan tidak tersurat dan tidak harus dalam kalimat tanya (Saputro & Darminto, 2019).

b. Konsep Smart Economy

Berdasarkan penelitian oleh Tyas dkk. (2019), Smart Economy di daerah berkembang sangat berkaitan dengan pemberdayaan pelaku usaha kecil, khususnya usaha rumah tangga (home-based business). Penggunaan teknologi seperti aplikasi e-commerce, sistem akuntansi digital, hingga platform promosi online menjadi fondasi utama dalam mendorong UMKM untuk tumbuh di era ekonomi digital (Sulistyaningsih et al., 2023).

c. Teori Pengembangan Ekonomi lokal dan Teknologi

Sunarso et al. (2025) menjelaskan bahwa pendekatan untuk membangun ekonomi lokal secara berkelanjutan perlu bertumpu pada beberapa teori penting. Pertama, teori Local Economic Development (LED) menekankan pentingnya pemberdayaan potensi ekonomi daerah berbasis masyarakat. Kedua, model Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bagaimana masyarakat menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan persepsi kemudahan dan manfaat. Ketiga, teori Diffusion of Innovation menjelaskan bagaimana inovasi teknologi menyebar di masyarakat secara bertahap, mulai dari pelaku awal (early adopters) hingga mayoritas. Keempat, teori Smart City menjadi kerangka menyeluruh untuk mengintegrasikan teknologi dalam layanan publik dan ekonomi (Tyas et al., 2019).

Kerangka Konseptual Strategi Digitalisasi Ekonomi

Tahapan	Fokus Strategi
1. Cataloging	Tahap awal berupa pemetaan kebutuhan pelaku usaha kecil dalam aspek digitalisasi, serta identifikasi sistem informasi yang diperlukan secara lokal (Murhadi & Jumasa, 2019)
2. Transactions	Mendorong pemanfaatan transaksi elektronik melalui e-commerce lokal, integrasi sistem pembayaran digital, serta pengembangan platform pemasaran bagi UMKM (Murhadi & Jumasa, 2019)

3. Vertical Integration	Menyatukan sistem antarinstansi pemerintah daerah, seperti Dinas Perdagangan, Dinas Koperasi, hingga lembaga keuangan digital, agar kebijakan dan layanan berjalan sinkron (Murhadi & Jumasa, 2019)
4. Horizontal Integration	Membangun sinergi antar elemen masyarakat—UMKM, perguruan tinggi, institusi pemerintah, startup teknologi, dan komunitas—untuk menciptakan ekosistem digital yang kolaboratif (Murhadi & Jumasa, 2019)

Rekomendasi Kebijakan

1. Pembangunan Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)
Pemerintah daerah perlu memperkuat infrastruktur dasar seperti jaringan internet cepat, server lokal, dan platform digital resmi kota. Akses internet yang merata, terutama di wilayah pinggiran, menjadi kunci agar transformasi digital dapat menjangkau semua pelaku usaha (Sunarso et al., 2025).
2. Peningkatan Literasi Digital
Pelaku UMKM harus dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital. Ini bisa dilakukan melalui pelatihan rutin, penyuluhan online/offline, hingga pembentukan pendampingan berbasis komunitas (Sunarso et al., 2025).
3. Kebijakan Insentif dan Regulasi Pendukung
Pemerintah dapat menetapkan kebijakan yang mendukung digitalisasi melalui pemberian dana hibah atau subsidi untuk digitalisasi UMKM, pemotongan pajak, serta regulasi terbuka (open data) untuk pengembang aplikasi lokal (Saputro & Darminto, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data melalui studi pustaka. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, khususnya dalam memahami makna yang terkandung dalam data atau interaksi sosial dari suatu fenomena serta mengidentifikasi pola-pola hubungan yang muncul. Fokus penelitian ini adalah menganalisis konsep dasar smart city yang digunakan di Purwokerto, Strategi digital ekonomi dipurwokerto dalam penerapan smart city.

Pengumpulan data dilakukan dengan menghimpun berbagai dokumen internal, seperti laporan resmi, dokumen perencanaan, hasil kajian staf, serta e-book lainnya yang berhubungan dengan smart city dan revolusi transformasi digital. Selain itu, data juga diperoleh dari sumber-sumber eksternal berupa literatur akademik seperti artikel ilmiah, *working paper*, prosiding konferensi, berita media massa, dan sumber-sumber lain yang relevan mengenai transformasi digital. Proses analisis data dilakukan melalui empat

tahap, yakni pengumpulan dan pengolahan data, pengelompokan ke dalam kategori, interpretasi berdasarkan teori, dan penyusunan kesimpulan akhir.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Smart City

Definisi kota cerdas sangat beragam. Karena konsep ini dikenal secara populer namun digunakan di seluruh dunia dengan nama yang berbeda dan dalam situasi yang berbeda, ada berbagai varian konseptual yang dihasilkan dengan mengganti kata "cerdas" dengan kata sifat alternatif lainnya.

1. Makna Cerdas dalam konteks Kota Cerdas

Menelusuri asal-usul penggunaan kata "pintar" dalam istilah "kota pintar" dapat membantu memahami bagaimana makna kata tersebut dibentuk. Dalam konteks pemasaran, istilah *smart* lebih berfokus pada sudut pandang pengguna, karena dirancang untuk menjangkau masyarakat luas. Oleh karena itu, "smart" dianggap lebih inklusif dibandingkan dengan kata "cerdas" yang terkesan lebih eksklusif atau elitis. Kata "pintar" juga dinilai lebih mudah dipahami dan lebih akrab bagi khalayak umum dibandingkan dengan "cerdas", yang umumnya diasosiasikan dengan kemampuan berpikir cepat dan responsif terhadap stimulus. Kota pintar sendiri diharapkan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat serta menyediakan antarmuka layanan yang sesuai dan mudah diakses. (Marsa-Maestre et al., 2008)

Aspek kecerdasan dalam teknologi pintar juga patut menjadi fokus perhatian. Teknologi ini telah terintegrasi secara luas dalam berbagai aplikasi komersial, baik dalam bentuk produk maupun layanan, yang menunjukkan kemampuan bertindak secara cerdas, memanfaatkan kecerdasan buatan, serta mesin yang mampu meniru proses berpikir manusia. Kecerdasan dalam ranah teknologi mengandung makna penerapan prinsip komputasi otomatis, yang mencakup kemampuan sistem untuk melakukan konfigurasi secara mandiri, memperbaiki diri secara otomatis, melindungi diri dari gangguan, serta mengoptimalkan kinerjanya tanpa intervensi langsung dari pengguna. Berbagai fasilitas seperti rumah pintar, gedung cerdas, hingga kawasan berskala besar seperti bandara, rumah sakit, dan lingkungan kampus kini dilengkapi dengan beragam perangkat mobile, sensor, aktuator, serta teknologi tertanam lainnya yang saling terintegrasi. Konsep ekosistem pintar sendiri merupakan pengembangan dari ruang pintar, yang meluas dari skala individu atau personal menuju komunitas yang lebih besar, bahkan hingga ke tingkat kota secara menyeluruh. (Lindskog, 2004)

2. Definisi Smart City

Beberapa definisi dari smart city yaitu Penerapan teknologi Komputasi Cerdas ditujukan untuk mentransformasi berbagai elemen infrastruktur dan layanan vital kota seperti pemerintahan, pendidikan, layanan kesehatan, keamanan publik, properti, transportasi, dan utilitas agar menjadi lebih cerdas, terintegrasi, dan beroperasi secara efisien. (Bielski & Wasilewski, 1980) Smart city merupakan Kota yang mampu memantau dan mengintegrasikan kondisi seluruh infrastruktur penting seperti jalan raya, jembatan, terowongan, rel kereta, sistem transportasi bawah tanah, bandara, pelabuhan, jaringan komunikasi, distribusi air dan listrik, hingga gedung-gedung besar

akan dapat mengelola sumber daya secara lebih optimal. Selain itu, kota tersebut juga dapat merencanakan pemeliharaan secara preventif, meningkatkan aspek keamanan, dan memberikan layanan publik yang maksimal kepada masyarakatnya. (Hall et al., 2000).

Konsep kota pintar sering digambarkan melalui berbagai metafora, dalam hal hubungan antar sistem inti dalam kota pintar dianggap krusial untuk menciptakan sebuah ekosistem kota yang benar-benar cerdas, di mana tidak ada sistem yang beroperasi secara terisolasi. Kota yang cerdas menyematkan teknologi informasi ke dalam infrastruktur fisiknya untuk meningkatkan kenyamanan warga, mendukung mobilitas, meningkatkan efisiensi layanan, menghemat energi, memperbaiki kualitas udara dan air, serta mendeteksi dan menyelesaikan masalah dengan cepat. Selain itu, kota tersebut juga mampu merespons bencana dengan sigap, mengumpulkan data secara berkelanjutan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik, menggunakan sumber daya secara bijak, dan mendorong kolaborasi lintas sektor melalui keterbukaan data (Nam & Pardo, 2011).

Digitalisasi Ekonomi

Ekonomi digital adalah fenomena yang baru-baru ini muncul dan semakin penting mengingat perkiraan pertumbuhan tahunan dua digit di seluruh dunia, ekonomi digital adalah 'sektor digital', sektor TI/TIK yang memproduksi barang dan jasa digital dasar. Definisi lain 'digital economy' didefinisikan sebagai bagian dari output ekonomi yang semata-mata atau terutama berasal dari teknologi digital dengan model bisnis berdasarkan barang atau jasa digital terdiri dari sektor digital ditambah layanan digital dan platform yang sedang berkembang. Lebih simpelnya merupakan cakupan terluas penggunaan TIK di semua bidang ekonomi (Bukht & Heeks, 2018).

Eksistensi ekonomi digital kian nyata seiring dengan meningkatnya perkembangan bisnis dan transaksi perdagangan yang memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi, kolaborasi, serta aktivitas ekonomi, baik di antara entitas perusahaan maupun individu, sebagaimana tercermin dalam implementasi E-Business dan E-Commerce (Maritha, 2023). Pertumbuhan ekonomi di era teknologi digital menjadi pendorong utama dalam menjalankan aktivitas ekonomi melalui transaksi dan komunikasi digital, termasuk pemanfaatan platform web dan marketplace di Indonesia. Perkembangan ekonomi digital memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang terus mengalami kenaikan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, PDB atas dasar harga berlaku mencapai Rp19.588,4 triliun, dengan PDB per kapita sebesar Rp71,0 juta atau setara dengan US\$4.783,9. Pada tahun yang sama, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31 persen, meningkat dibandingkan dengan pertumbuhan tahun 2021 yang tercatat sebesar 3,70 persen (Muna & Aenurofik, 2022).

Tantangan Purwokerto terhadap digitalisasi ekonomi dengan konsep Smart City

Purwokerto merupakan kota strategis dan pusat ekonomi di wilayah Kabupaten Banyumas yang memiliki peluang besar untuk akselerasi transformasi ekonomi digital sebagai bagian dari implementasi konsep smart city. Meski demikian, berbagai

tantangan mendasar masih perlu diselesaikan agar upaya digitalisasi ekonomi dapat berjalan secara optimal dan inklusif. Adapun beberapa kendalanya:

1. UMKM yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi

Di tengah pesatnya perkembangan era digital, pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Aisyah & Rachmadi, 2022). UMKM di Indonesia berperan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan kerja. Desa Sumbang di Purwokerto, yang memiliki potensi besar dalam sektor UMKM, turut menghadapi tantangan dalam upaya pengembangannya. Salah satu hambatan utama adalah terkait minimnya penggunaan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran (Pasar, 2024). Pemasaran digital merujuk pada pemanfaatan internet dan teknologi digital sebagai sarana untuk menjalankan strategi promosi. Pendekatan ini mencakup berbagai kanal, seperti mesin pencari, media sosial, konten digital, serta email, guna menjangkau konsumen dan membangun hubungan yang lebih efektif. Namun, terdapat sejumlah kendala yang menghambat pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi pemasaran digital secara optimal. Tantangan tersebut mencakup pergeseran budaya, keterbatasan sumber daya atau tingginya biaya, kurangnya infrastruktur teknologi, serta minimnya keahlian yang relevan. Rosyadi (2025) juga menyoroti bahwa rendahnya literasi digital, metode pembelajaran yang kurang adaptif, dan kondisi infrastruktur teknologi turut menjadi penghalang utama dalam proses adopsi digital oleh UMKM. Sejumlah studi lainnya mengungkapkan bahwa pelaku UMKM masih belum memanfaatkan secara maksimal berbagai perangkat digital terkini, sehingga kehilangan peluang yang sebenarnya dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar (Mei et al., 2025)

2. Infrastruktur digital masih belum merata

Tingkat penerapan teknologi digital di kalangan UMKM masih tergolong rendah. Banyak pelaku UMKM, baik yang berskala kecil maupun menengah, khususnya di daerah terpencil, menghadapi kendala seperti akses internet yang terbatas serta layanan teknologi yang belum memadai. Data menunjukkan bahwa sekitar 94% UMKM masih menjalankan usahanya tanpa menggunakan komputer, sementara hanya 21% yang telah memanfaatkan digitalisasi. Rendahnya literasi digital menjadi faktor utama yang memengaruhi kondisi ini, yang berdampak pada rendahnya kapasitas produksi, kualitas produk yang belum stabil, serta terbatasnya jangkauan pasar yang dapat diraih (Ummah, 2019)

3. Keterbatasan kualitas dan kapasitas SDM

Tidak semua pelaku UMKM memiliki sumber daya manusia yang siap untuk mengikuti arus digitalisasi. Minimnya pengetahuan teknologi, lemahnya manajemen, dan kurangnya tenaga kerja yang kompeten menjadikan adaptasi teknologi sebagai tantangan tersendiri. Peningkatan kualitas SDM menjadi syarat mutlak dalam proses transformasi menuju ekonomi digital (Sumber et al., 2025)

Strategi penerapan Digitalisasi Ekonomi dengan prinsip Smart City di Purwokerto

1. Pelatihan Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM

Kegiatan pelatihan ini memberikan dasar pengetahuan yang esensial bagi pelaku usaha lokal agar mampu beradaptasi dan bersaing di era digital. Melalui pemanfaatan berbagai platform daring, peserta diarahkan untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek produk mereka. Diharapkan, pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan pemasaran

digital para peserta sekaligus berkontribusi dalam mendorong perkembangan ekonomi daerah yang berbasis teknologi. Kegiatan ini melibatkan peserta dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pelaku UMKM, dengan tujuan meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara digital. Program ini menjadi solusi strategis, terutama bagi mereka yang masih menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang menguasai teknologi (Sholikhatin et al., 2022).

2. Upaya Pemerintah dalam Memberdayakan UMKM melalui Pemanfaatan Teknologi Digital

Pemerintah mempunyai program unggulan seperti **GoFood PAS** untuk mendorong pelaku usaha, khususnya di sektor kuliner, agar lebih aktif memanfaatkan platform digital. Melalui kolaborasi dengan layanan antar makanan, inisiatif ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, sekaligus mendorong peningkatan kualitas produk dan kemasan agar lebih kompetitif. Harapannya, program ini tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga mampu meningkatkan pendapatan serta daya saing pelaku UMKM di tengah tantangan pasar yang semakin kompetitif. Selain itu penyelenggaraan program edukasi yang berfokus pada manajemen keuangan serta pemanfaatan sistem pembayaran digital seperti QRIS menjadi hal yang krusial dalam memperluas inklusi keuangan. Melalui kemudahan dalam proses transaksi, pelaku UMKM diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan usaha mereka (Hendra et al., 2024).

3. Sinergi antara Konsep Kota Cerdas dan Sistem Tata Kelola Pemerintahan Digital

Peraturan Bupati Banyumas Nomor 53 Tahun 2021 mengatur pembentukan Dewan dan Tim Pelaksana Smart City yang berperan dalam mendukung pengembangan ekosistem digital, termasuk digitalisasi sektor ekonomi berbasis UMKM. Meskipun regulasi ini tidak secara eksplisit ditujukan untuk UMKM, keberadaannya menjadi pijakan penting bagi penerapan ekonomi digital di wilayah Purwokerto (Pemerintah Kabupaten Banyumas, 2021)

KESIMPULAN

Purwokerto saat ini sedang mengarahkan langkah menuju pembangunan ekonomi yang lebih maju dengan mengadopsi strategi digital berbasis konsep **Smart City**. Upaya ini tidak semata-mata berfokus pada penggunaan teknologi canggih, tetapi juga berfokus pada penciptaan lingkungan kota yang efisien, responsif, dan berkelanjutan bagi seluruh warganya. Dalam penerapannya, digitalisasi ekonomi mencakup beberapa hal penting

seperti penyediaan layanan publik yang terhubung secara digital, penguatan sektor UMKM melalui pemanfaatan teknologi, dan penggunaan data untuk mendukung kebijakan yang berbasis bukti. Pemerintah daerah turut melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti institusi pendidikan, pelaku usaha rintisan (startup), serta komunitas digital lokal, untuk bersama-sama mendorong proses transformasi ini. Salah satu prioritas utama adalah mengakselerasi digitalisasi UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Ini dilakukan melalui pelatihan keterampilan digital, fasilitasi akses ke pasar online, dan integrasi sistem pembayaran berbasis teknologi. Sektor-sektor strategis lain seperti transportasi, layanan kesehatan, dan pendidikan juga mulai diarahkan menuju sistem yang lebih modern dan saling terkoneksi secara digital. Kendati demikian, beberapa hambatan masih dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, minimnya tenaga kerja yang paham digital, dan akses internet yang belum merata di seluruh wilayah. Oleh sebab itu, strategi ini perlu dijalankan dengan pendekatan yang inklusif dan berkesinambungan, serta didukung oleh kebijakan yang mendukung transformasi digital secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 443. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Bielski, A., & Wasilewski, J. (1980). Hartree-Fock Calculations of the Interaction Potential Parameters for Noble-Gas Atoms. *Zeitschrift fur Naturforschung - Section A Journal of Physical Sciences*, 35(10), 1112–1115. <https://doi.org/10.1515/zna-1980-1020>
- Bukht, R., & Heeks, R. (2018). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *International Organisations Research Journal*, 13(2), 4–5. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2018-02-07>
- Fahmi (Et.all). (2024). Perkembangan teknologi digital untuk berbagai bidang kehidupan (digital teknologi for humanity). *PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL UNTUK BERBAGAI BIDANG KEHIDUPAN*, 1. usupress.usu.ac.id
- Gunawan, H., & Lynawati. (2018). Analisis Penerimaan Teknologi “Smart City” Kota Purwokerto Dengan Model Technology Acceptance Model (TAM). *Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 129–134. <http://jurnal.atmaluhur.ac.id/index.php/knsi2018/article/view/347/272>
- Hall, R. E., Bowerman, B., Braverman, J., Taylor, J., & Todosow, H. (2000). The vision of a smart city. *2nd International Life ...*, 28(October), 1–6. ftp://24.139.223.85/Public/Tesis_2011/Paper_Correction_4-15-09/smartycitypaperpdf.pdf
- Hendra, B., Pratama, S., Maghfiroh, S., Sifa, A., Rohmah, K. N., No, J. A. Y., Utara, K. P., & Tengah, J. (2024). Peran Pemerintah dan Strategi Penguatan Ekonomi Kerakyatan dalam Pemberdayaan UMKM Go Digital di Purwokerto. *Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 3(4), 382–401.

- Lindskog, H. (2004). Smart communities initiatives. *proceedings of the 3rd ISOneWorld Conference, April*, 16.
- Maritha, D. (2023). Ekonomi Digital. In M. S. Dr. Muhamad Yusup (Ed.), *Jurnal Transformasi Administrasi* (Vol. 13, Nomor 01). <https://doi.org/10.56196/jta.v13i01.249>
- Marsa-Maestre, I., Lopez-Carmona, M. A., Velasco, J. R., & Navarro, A. (2008). Mobile agents for service personalization in smart environments. *Journal of Networks*, 3(5), 30–41. <https://doi.org/10.4304/jnw.3.5.30-41>
- Mei, N., Priono, I. E., & Yuliana, A. (2025). *Optimalisasi Digital Marketing Pada UMKM Lokal Banyumas*. 2(3), 487–498.
- Muna, N. A., & Aenurofik. (2022). Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 143–149.
- Murhadi, M., & Jumasa, H. M. (2019). Strategi Transisi Kabupaten Purworejo dari E-Government menuju Smart City. *Jurnal Sistem Cerdas*, 2(3), 186–193. <https://doi.org/10.37396/jsc.v2i3.41>
- Nam, T., & Pardo, T. A. (2011). Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions. *ACM International Conference Proceeding Series*, 284. <https://doi.org/10.1145/2037556.2037602>
- Pasar, D. A. N. J. (2024). *PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DI DESA SUMBANG PURWOKERTO UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN JANGKAUAN PASAR Destin Alfianika Maharani 1, Reza Rahmadi Hasibuan 2*. 3(2), 130–141.
- Pemerintah Kabupaten Banyumas. (2021). Peraturan Bupati (PERBUP) Kabupaten Banyumas Nomor 53 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Banyumas Kota Cerdas (Masterplan Smart City Kabupaten Banyumas). *Peraturan.Bpk.Go.Id*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/190492/perbup-kab-banyumas-no-53-tahun-2021>
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Fitriani, R., Wulandari, S., Islam, U., Sumatera, N., Muslim, U., Al, N., & Ekonomi, P. (2025). ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(204), 126–139. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367%0D>
- Saputro, W. T., & Darminto, B. P. (2019). Kajian Tentang Smart City: Paradigma, Kesempatan, Permasalahan Yang Ada Di Kabupaten Purworejo. *INTEK : Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.37729/intek.v2i1.83>
- Sholikhatin, S. A., Fitriyaningsih, W., & Fujiyanti, F. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Bagi Komunitas Digital Marketer Purwokerto. *SELAPARANG:*

Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 6(3), 1323.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10360>

Sulistyaningsih, T., Purnama, R. A., & Kulsum, U. (2023). Smart City Policy: Strategy and Implementation to Realize Smart Urban Governance in Indonesia. *Journal of Governance and Public Policy*, 10(2), 105–117.
<https://doi.org/10.18196/jgpp.v10i1.13840>

Sumber, P., Manusia, D., Dan, T., Untuk, S., & Digital, E. R. A. (2025). *Jurnal dinamika sosial dan sains*. 521–533.

Sunarso, B., Ade, M., Harahap, K., & Suparwata, D. O. (2025). *Manajemen Kota dan Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Pemanfaatan Sistem Informasi Bisnis : Tinjauan Pustaka tentang Strategi Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat melalui Pengembangan UMKM dan Pemanfaatan Teknologi Informasi*. 14(April), 336–345.

Tyas, W. P., Nugroho, P., Sariffuddin, S., Purba, N. G., Riswandha, Y., & Sitorus, G. H. I.