

Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL>

Volume7, Nomor 1, Januari 2026

Hal. 111-123

P-ISSN : 2716-2303 | E-ISSN : 2723-5181

Peningkatan Kompetensi Pekerja Muslim Indonesia Di Melaka Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Mempersiapkan Peluang Usaha Pasca Selesai Kontrak

Sandy Arief^{1*}, Saringatun Mudrikah², Devi Ajeng Efrilianda³, Anis Susanti⁴, Dewi Azizatul Kholqiyah⁵

^{1,2}*Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang*

³*Sistem Informasi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Semarang*

⁴*Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang*

⁵*Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang*

Email:

anissusanti@mail.unnes.ac.id

ABSTRAK

Pelatihan digital marketing dan manajemen usaha bagi pekerja migran anggota Ikatan Pekerja Muslim Indonesia (IPMI) dilaksanakan pada 18 Mei 2025 di Dewan Mencari Court, Kuala Lumpur, diikuti 30 peserta dari berbagai cabang. Kegiatan ini bertujuan membekali peserta dengan keterampilan pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan perencanaan usaha berbasis data, sebagai persiapan pasca kontrak kerja. Metode community-based training dengan blended learning digunakan, mencakup tatap muka untuk materi dasar dan pembelajaran daring untuk pendalaman serta sertifikasi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan sebesar 35%, dengan 90% peserta mampu menyusun rencana usaha dan 83% menguasai aplikasi pencatatan keuangan. Peserta juga menunjukkan perubahan mindset menjadi lebih berorientasi wirausaha dan mulai merancang usaha berbasis produk daerah asal. Pelatihan ini dinilai efektif dan relevan dengan kebutuhan, serta direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan dan penguatan jejaring digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, Manajemen Usaha, Pekerja Migran

ABSTRACT

Digital marketing and business management training for migrant workers who are members of the Indonesian Muslim Workers Association (Ikatan Pekerja Muslim Indonesia/IPMI) was conducted on May 18, 2025, at Dewan Mencari Court, Kuala Lumpur, and attended by 30 participants from various branches. The program aimed to equip participants with digital marketing skills, financial management competencies, and data-driven business planning as preparation for post-employment transition. A community-based training approach with blended learning was implemented, combining face-to-face sessions for foundational materials and online learning for in-depth content and certification. Evaluation results indicated a 35% increase in participants' knowledge, with 90% of participants able to develop business plans and 83% demonstrating proficiency in financial record-keeping applications. Participants also exhibited a positive shift in mindset toward entrepreneurship and began designing business concepts based on products from their regions of origin. Overall, the training was considered effective and relevant to participants' needs and is recommended to be followed by continuous

mentoring and strengthened digital networking.

Keywords: Digital Marketing, Business Management, Migrant Workers

PENDAHULUAN

Di Malaysia, terdapat banyak komunitas yang menaungi masyarakat Indonesia, salah satunya adalah Ikatan Pekerja Muslim Indonesia (IPMI). Komunitas ini secara khusus menaungi pekerja migran asal Indonesia terutama muslim (Rofiq et al., 2022). Salah satu fungsi komunitas tersebut adalah sebagai sarana dakwah kepada pekerja migran Indonesia dan memiliki beberapa cabang, salah satunya di Melaka. Sebagai pekerja migran Indonesia, mereka menghadapi berbagai tantangan setelah kontrak kerja mereka berakhir. Sebagian besar pekerja migran Indonesia terlibat dalam sektor-sektor informal dengan keterampilan rendah (Bangun, 2023). Penempatan Pekerja Migran Indonesia terkonsentrasi di jabatan House Maid, Plantation Worker, Caregiver, Worker, dan Domestic Worker. Penempatan di lima jabatan tersebut mencapai 73,86% dari seluruh penempatan. Hal tersebut menyebabkan mereka kurang memiliki keterampilan yang dapat diterapkan untuk membuka usaha atau berkompetisi di pasar kerja formal setelah kembali ke Indonesia.

Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital di Indonesia yang berkembang pesat membuka peluang

baru, terutama bagi mereka yang menguasai keterampilan digital marketing, keterampilan tersebut didasarkan pada pemanfaatan media online, seperti pemasaran media sosial dan *e-commerce* (Sukarni dkk., 2023). Penelitian menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* dan digital marketing di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan (Abdan Sifa et al., 2024), dan UMKM di Indonesia mulai memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk mereka (Natania & Dwijayanti, 2024), melalui pemasaran digital UMKM mampu meningkatkan jaringan pemasaran yang lebih luas (Putri dkk., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing akan sangat relevan bagi pekerja migran muslim Indonesia di Melaka, yang dapat mempersiapkan mereka untuk memanfaatkan peluang usaha berbasis teknologi pasca selesai bekerja dan kembali ke tanah air (Aziz & Sudiarawan, 2022).

Pelatihan digital marketing yang akan dilaksanakan bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), dan pemanfaatan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar

ketika akan memulai sebuah usaha. Sebagai tambahan, penelitian mengungkapkan bahwa penguasaan keterampilan digital seperti ini dapat meningkatkan daya saing individu dalam pasar kerja dan membuka peluang bisnis yang lebih luas, terutama di sektor UMKM (Hidayat & Kholik, 2024). Dengan demikian, pelatihan digital marketing ini akan memberikan dampak kompetensi para pekerja migran muslim Indonesia di Melaka, membantu mereka untuk lebih mandiri dan berdaya saing di pasar usaha yang semakin kompetitif nantinya setelah selesai bekerja atau selesai kontrak dan memulai usaha.

Berdasarkan hasil Analisis Layanan Penempatan Tahun 2024, Pekerja Migran Indonesia paling banyak ditempatkan di Malaysia (BP2MI, 2025). Dari sisi pendidikan, pekerja migran ini berasal dari daerah dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah, dan banyak di antara mereka yang tidak memiliki latar belakang pendidikan tinggi atau keterampilan teknis yang memadai (Rafifah & Yeni, 2024). Hal ini menyebabkan pekerja migran kesulitan untuk memperoleh keterampilan yang relevan dengan dunia usaha modern, seperti pemasaran digital, pengelolaan bisnis, dan pemanfaatan teknologi

informasi. Keterbatasan pendidikan dan keterampilan, seringkali membuat pekerja migran tidak memiliki kemampuan untuk memulai atau mengelola usaha setelah kontrak kerja mereka selesai dan kembali ke Indonesia (Nuryananda et al., 2022). Pendidikan yang terbatas menyebabkan rendahnya pengetahuan mereka tentang tren pasar dan potensi bisnis yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan platform digital. Selain itu, mereka juga tidak memahami pentingnya strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan *e-commerce*, yang saat ini menjadi kunci sukses dalam menjalankan usaha.

Top 5 Negara				
Negara	Nov '24	Des '24	% Perubahan	Proporsi
Malaysia	3.138	7.890	151,43% (4.752)	31,22%
Hong Kong	6.695	6.937	3,61% (242)	27,45%
Taiwan	6.058	5.550	8,39% (508)	21,96%
Singapura	982	1.080	9,98% (98)	4,27%
Jepang	984	962	2,24% (22)	3,81%
Negara Lainnya	3.449	2.854	17,25% (595)	11,29%

Top 5 Jabatan				
Jabatan	Nov '24	Des '24	% Perubahan	Proporsi
House Maid	6.715	6.980	3,95% (265)	27,62%
Plantation Worker	1.458	5.612	284,91% (4.154)	22,21%
Caregiver	3.700	3.496	5,51% (204)	13,83%
Worker	1.571	1.504	4,26% (67)	5,95%
Domestic Worker	982	1.075	9,47% (93)	4,25%
Jabatan Lainnya	6.880	6.606	3,98% (274)	26,14%

*data ditarik per 1 Januari 2025

**Data diurutkan berdasarkan jumlah Layanan Penempatan pada bulan Desember

Gambar 1. Data Penempatan Pekerja Migran Indonesia

Dari sisi manajemen usaha, pekerja migran yang ingin memulai bisnis pasca kontrak sering kali menghadapi tantangan besar dalam hal perencanaan dan pengelolaan usaha. Minimnya pemahaman mengenai manajemen sumber daya, pengelolaan keuangan, dan pemasaran usaha menjadikan mereka rentan terhadap kegagalan bisnis. Meskipun banyak pekerja migran yang memiliki niat untuk berwirausaha, mereka cenderung menghadapi kesulitan dalam hal pengelolaan operasional usaha, seperti pencatatan keuangan yang tidak rapi, tidak adanya perencanaan jangka panjang, serta kurangnya pengetahuan mengenai bagaimana mengelola modal usaha yang terbatas. Hal tersebut karena selama bekerja, pekerja migran cenderung berperilaku konsumtif dan keterbatasan kemampuan manajerial (Pratama et al., 2021). Padahal untuk memulai usaha, seseorang tentunya memerlukan kompetensi dalam merintis, menjalankan dan mengembangkan sebuah usaha yang potensial.

Berdasarkan analisis ini, program pelatihan yang berfokus pada peningkatan keterampilan digital marketing dan manajemen usaha akan sangat penting. Melalui pendidikan yang

relevan dan penguatan keterampilan manajerial, pekerja migran muslim Indonesia di Melaka dapat dipersiapkan untuk menghadapi tantangan ekonomi pasca kontrak kerja selesai dan memulai usaha yang lebih berkelanjutan setelah kembali ke Indonesia. Pelatihan ini diharapkan dapat membuka peluang baru bagi mereka untuk memanfaatkan teknologi dan memulai usaha dengan pengelolaan yang lebih profesional dan berbasis data.

Pelatihan keterampilan kewirausahaan yang diberikan kepada pekerja migran Indonesia di Melaka bertujuan untuk mempersiapkan mereka menghadapi tantangan ekonomi setelah kontrak kerja selesai dan kembali ke Indonesia. Pelatihan digital marketing akan membekali mereka dengan kemampuan untuk memanfaatkan platform *online*, seperti sosial media dan *e-commerce*, yang sangat relevan untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah di Indonesia (Puspitasari et al., 2024). Selain itu, pendampingan dalam pelatihan digital marketing yang diikuti dengan sertifikasi kompetensi akan memberikan legitimasi dan kepercayaan diri untuk mengelola usaha secara profesional (Rohmah, 2019). Dalam hal manajemen usaha, pekerja

migran akan diajarkan cara mengelola keuangan dan modal usaha menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana seperti BukuWarung, yang membantu mereka memonitor cash flow dan pengeluaran bisnis (Khusnaini, 2023). Menurut Ontolay dan Nugraeni (2024) penggunaan BukuWarung sebagai pencatatan keuangan terbukti secara efektif mampu meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan keuangan UMKM. Selain itu, pelatihan dalam strategi pengelolaan usaha berkelanjutan dan penggunaan alat analisis pasar seperti Google Analytics akan memungkinkan mereka untuk merencanakan dan menjalankan usaha yang kompetitif dan berkelanjutan di pasar Indonesia (Sri Sulistyawati, 2024), sehingga meningkatkan peluang keberhasilan usaha mereka setelah kembali ke tanah air.

Berdasarkan uraian solusi permasalahan di atas, pekerja migran muslim Indonesia di Melaka yang bergabung dalam IPMI Cabang Melaka, diharapkan memiliki keterampilan dasar kewirausahaan dan pemasaran digital serta memperoleh sertifikat kompetensi di bidang digital marketing. Keberhasilan target ini diukur melalui

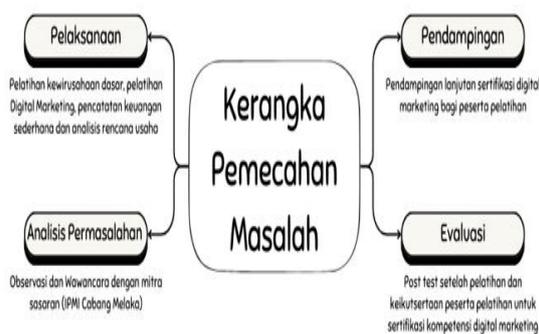
evaluasi *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan, serta jumlah peserta yang berhasil menyelesaikan kursus dan mendapatkan sertifikasi. Sementara itu, dalam manajemen usaha, targetnya adalah pekerja migran mampu mengelola keuangan, mencatat bisnis secara efektif, dan merencanakan usaha dengan strategi berkelanjutan. Hasilnya diukur melalui evaluasi kemampuan peserta menggunakan aplikasi pencatatan keuangan, serta kualitas rencana bisnis dan pemanfaatan alat analisis pasar seperti Google Analytics.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode pelaksanaan pengabdian adalah pendekatan pelatihan berbasis komunitas atau *community-based training approach* (Fuadi et al., 2021) yang berfokus pada pemberdayaan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan mitra sasaran. Pelatihan berbasis komunitas diharapkan meningkatkan keterampilan pekerja migran muslim Indonesia dalam hal ini anggota IPMI Cabang Melaka, karena menyesuaikan materi dengan konteks dan kebutuhan spesifik mereka. Metode ini melibatkan peserta dalam

proses belajar aktif melalui praktik langsung dan mentoring intensif. Pelatihan akan dilakukan secara blended learning yaitu kombinasi antara pelatihan tatap muka dan online (Farhat et al., 2024). Pelatihan secara *online* memungkinkan peserta belajar untuk mempersiapkan sertifikasi digital marketing setelah mengikuti pelatihan dasar kompetensi kewirausahaan secara langsung, mengingat keterbatasan waktu libur mereka selama bekerja di luar negeri. Selain itu, pendampingan pasca-pelatihan akan dilakukan untuk memastikan capaian kompetensi digital marketing para peserta pelatihan.

Dalam rangkaian pemecahan masalah, tim pengabdian mengadakan analisis kebutuhan terlebih dahulu kemudian mengevaluasi setiap tahapan penyelesaian masalah. Adapun kerangka pemecahan masalah dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digital marketing dan manajemen usaha bagi pekerja migran anggota Ikatan Pekerja Muslim Indonesia (IPMI) dilaksanakan pada 18 Mei 2025 di Dewan Mencari Court, Kuala Lumpur. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta yang merupakan pengurus IPMI dari berbagai cabang di Malaysia. Peserta mayoritas bekerja di sektor informal dengan keterampilan teknis yang terbatas dan sebagian besar belum pernah mendapatkan pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi. Latar belakang kegiatan ini didorong oleh tantangan yang dihadapi pekerja migran setelah kontrak kerja berakhir, seperti rendahnya keterampilan wirausaha, keterbatasan literasi digital, dan minimnya kemampuan manajemen usaha, yang menyebabkan mereka kesulitan memulai usaha secara mandiri saat kembali ke Indonesia. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital dan pertumbuhan pesat sektor e-commerce di Indonesia membuka peluang besar bagi mereka yang memiliki keterampilan pemasaran digital dan pengelolaan usaha berbasis data.

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan *community-based*

training approach atau pelatihan berbasis komunitas, yang dirancang untuk menyesuaikan materi dengan kebutuhan nyata peserta. Pelaksanaan dilakukan secara blended learning, yaitu gabungan antara tatap muka langsung dan pembelajaran daring. Sesi tatap muka digunakan untuk memberikan pelatihan dasar kewirausahaan, digital marketing, dan manajemen usaha, sedangkan sesi daring digunakan untuk memperdalam materi dan mempersiapkan peserta mengikuti sertifikasi kompetensi digital marketing. Pendekatan ini dipilih karena peserta memiliki keterbatasan waktu libur akibat pekerjaan, sehingga materi dapat dipelajari secara fleksibel.

Materi pelatihan dibagi ke dalam tiga modul utama. Modul pertama adalah Dasar-dasar Digital Marketing, mencakup strategi pemasaran melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, teknik pembuatan konten yang menarik, serta pengenalan SEO (Search Engine Optimization) dan penggunaan hashtag efektif. Modul kedua adalah Pengelolaan Usaha dan Keuangan, yang meliputi teknik pencatatan keuangan menggunakan aplikasi sederhana seperti BukuWarung, strategi pengelolaan modal terbatas, dan penyusunan rencana

keuangan jangka pendek dan panjang. Modul ketiga adalah Analisis Pasar Berbasis Data, yang memberikan pengenalan Google Analytics, teknik analisis tren produk, dan pemanfaatan data untuk menyusun strategi promosi yang tepat sasaran. Semua materi disampaikan secara interaktif melalui praktik langsung dan diskusi kelompok, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga terampil mengaplikasikannya.

Pada kegiatan pertama, fasilitator memberikan pelatihan dasar mengenai konsep dan prinsip dasar kewirausahaan, digital marketing, dan manajemen usaha. Penyampaian dilakukan secara tatap muka, di mana peserta menyimak penjelasan dari fasilitator sekaligus mendapatkan demonstrasi langsung dari materi yang telah diberikan. Melalui pendekatan ini diharapkan peserta tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga mendorong peserta untuk mampu menghubungkan teori dengan praktik, sehingga mereka akan lebih memahami cara mengaplikasikannya.



Gambar 3. Penyampaian Materi

Setelah sesi penyampaian materi, fasilitator perlu mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Oleh karena itu, dilakukan evaluasi untuk menilai sejauh mana efektivitas pelatihan yang telah diberikan. Evaluasi hasil pelatihan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata nilai pre-test peserta adalah 55%, sedangkan nilai rata-rata post-test meningkat menjadi 74%, sehingga terdapat peningkatan sebesar 19 poin atau sekitar 35% dari kondisi awal. Peningkatan ini menunjukkan efektivitas metode pelatihan yang digunakan dalam membantu peserta memahami dan menguasai materi. Data ini divisualisasikan dalam grafik untuk

memperlihatkan hasil capaian peserta sesudah mengikuti pelatihan berikut:

Selain itu, pencapaian kegiatan juga diukur menggunakan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Hasilnya dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Capaian Kegiatan

No	Indikator Keberhasilan	Target	Capaian Aktual	Persentase
1	Peningkatan pengetahuan digital marketing	Peningkatan $\geq 30\%$	Peningkatan rata-rata 35%	116%
2	Peserta membuat rencana usaha berbasis digital	80% peserta membuat rencana usaha	27 peserta membuat rencana usaha	90%
3	Penguasaan aplikasi pencatatan keuangan	80% peserta menguasai aplikasi	25 peserta menguasai aplikasi BukuWarung	83%
4	Kelulusan sertifikasi kompetensi	Minimal 70% peserta lulus	22 peserta lulus	73%
5	Pemanfaatan Google Analytics untuk analisis pasar	50% peserta mempraktikkan	18 peserta mempraktikkan Google Analytics	60%

Berdasarkan hasil capaian kegiatan pada tabel tersebut, kegiatan pelatihan ini telah memenuhi sebagian besar target yang ditetapkan. Pada indikator peningkatan pengetahuan digital marketing terdapat peningkatan rata-rata sebesar 35% dengan presentase ketercapaian kegiatan sebesar 116%, hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan peserta secara optimal. Selanjutnya, kemampuan peserta dalam membuat rencana usaha berbasis digital tercapai dengan baik dimana 90% peserta mampu menyusun rencana usaha sesuai dengan materi yang telah

diberikan. Pada indikator penguasaan pencatatan keuangan, ketercapaian sebesar 85% menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menggunakan aplikasi BukuWarung untuk mendukung pengelolaan usaha mereka. Semetara itu, untuk indikator kelulusan sertifikasi kompetensi sebanyak 22 peserta berhasil lulus dengan persentase 73%. Hasil ini telah memenuhi target minimal 70%. Pada indikator terakhir, yaitu pemanfaatan Google Analytics untuk analisis pasar, tercapai sebesar 60% dari peserta, mampu mempraktikkan tools Google Analytics.

Peningkatan pengetahuan peserta tidak hanya terlihat dari nilai tes, tetapi juga dari kemampuan mereka membuat rencana usaha yang mengintegrasikan pemasaran digital. Sebagian besar peserta berhasil memahami penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan Google Analytics, meskipun tingkat pemanfaatan Google Analytics masih perlu ditingkatkan. Setelah sesi penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi. Diskusi ini dilakukan untuk memberikan ruang bagi peserta agar dapat mengkaji materi yang didapatkan lebih mendalam, peserta dapat mengajukan pertanyaan,

menyampaikan pendapatnya dan berbagi pengalaman dengan peserta lainnya. Melalui sesi diskusi ini, peserta diharapkan dapat memperkuat pemahaman dan meningkatkan keterampilan berpikir kritis serta komunikasi



Gambar 4. Sesi Diskusi

Pada akhir kegiatan, dilaksanakan sesi wawancara singkat dengan peserta untuk mengetahui umpan balik serta dampak positif yang mereka dapatkan setelah mengikuti kegiatan, beberapa dampak positif yang dirasakan peserta dapat diidentifikasi. Pertama, terjadi perubahan pola pikir dari orientasi konsumtif menjadi orientasi wirausaha, di mana peserta mulai memikirkan peluang usaha yang dapat dijalankan setelah kembali ke Indonesia. Kedua, munculnya ide-ide usaha baru berbasis produk daerah asal peserta, seperti

makanan khas, kerajinan tangan, dan pakaian tradisional, yang rencananya akan dipasarkan secara daring. Ketiga, peningkatan literasi digital yang membuat peserta lebih memahami pentingnya strategi pemasaran berbasis teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Keempat, kemampuan teknis dalam mengoperasikan aplikasi keuangan dan menganalisis data pasar mengalami peningkatan, yang menjadi modal penting dalam pengelolaan usaha.

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini meliputi dukungan penuh dari pengurus IPMI di berbagai cabang, ketersediaan fasilitas pelatihan yang memadai di Dewan Mencari Court, serta antusiasme peserta dalam mengikuti seluruh sesi pelatihan. Namun demikian, terdapat pula beberapa faktor penghambat, seperti keterbatasan waktu libur peserta yang bekerja di sektor domestik, akses internet yang tidak merata di tempat tinggal mereka, serta perbedaan latar belakang pendidikan yang menyebabkan kecepatan belajar peserta bervariasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil

meningkatkan kapasitas peserta dalam bidang digital marketing, manajemen usaha, dan perencanaan bisnis berbasis data. Peningkatan rata-rata skor pengetahuan sebesar 35% membuktikan efektivitas metode community-based training yang dipadukan dengan blended learning. Kegiatan ini juga memicu perubahan pola pikir peserta menuju kemandirian ekonomi, dengan orientasi yang lebih jelas pada pemanfaatan teknologi untuk usaha. Dengan adanya tindak lanjut berupa pendampingan dan penguatan jejaring usaha, keterampilan yang diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara berkelanjutan, sehingga memberikan dampak nyata bagi kesejahteraan ekonomi mereka setelah kembali ke Indonesia.

SARAN

Terdapat beberapa rekomendasi untuk tindak lanjut. Pertama, perlu adanya pendampingan pasca pelatihan secara daring setiap bulan untuk memantau perkembangan usaha peserta. Kedua, penyediaan modul lanjutan tentang strategi branding dan pemasaran digital tingkat lanjut akan membantu peserta memperdalam keterampilan yang telah diperoleh. Ketiga, pembentukan komunitas wirausaha

digital IPMI sebagai wadah berbagi pengalaman, sumber daya, dan peluang pasar. Keempat, menjalin kerja sama dengan platform e-commerce besar di Indonesia untuk memfasilitasi penjualan produk peserta secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdan Sifa, Isti Masruroh, Muhamad Abdan Zulfa, Sirfi Nur Fitriani, & Naerul Edwin Kiky Aprianto. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i12.3239>
- Aziz, F., & Sudiarawan, K. A. (2022). Peran Pemerintah Dalam Upaya Perlindungan Pekerja Migran Indonesia. *Jurnal Kertha Semaya*, 10(2), 413–423. <https://doi.org/10.24843/Ks.2022.V10.I02.P13>
- Bangun, B. H. (2023). Strategi Dan Kebijakan Penanganan Pandemi Covid-19 Oleh Negara-Negara Anggota Asean: Dampak Terhadap Hak Pekerja Migran. *Jurnal Pacta Sunt Servanda*, 4(1), 50–67. https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/estimate_s19.asp,
- Bp2mi, P. (2025). *Data Layanan Penempatan Dan Perlindungan Pekerja Migran Indonesia (Januari-Desember 2024)*. https://bp2mi.go.id/uploads/Statistik/Images/Data_08-01-2025_Laporan_Publikasi_Data_Pmi_Januari_S.D._Desember_2024.Pdf
- Farhat, M., Novaria, E., Sutalhis, & A Yusuf. (2024). Blended Learning : Suatu Tinjauan Perspektif Dunia Pendidikan Dan Pelatihan. *Cendekia : Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(3), 253–261.
- Fuadi, D., Anif, S., Muliastari, K. C., Rahmawati, T., Lestari, D., & Hastuti, W. (2021). Pemberdayaan Potensi Ekonomi Dan Kesehatan Masyarakat Melalui Community Based Learning Bagi Masyarakat Usia Produktif. *Buletin Kkn Pendidikan*, 3(1), 54–62. <https://doi.org/10.23917/Bkkn.dik.V3i1.13944>
- Hidayat, W., & Kholik, N. (2024). Implikasi Hukum Atas Perubahan Bisnis Umkm: Strategi Adaptasi Era Digital Dan E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum*, 7(1), 70–84.
- Khusnaini. (2023). Penerapan Aplikasi Buku Warung Untuk Pencatatan Keuangan Usaha Umkm Kedai Family. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(6), 1–8.
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 12.

- Nuryananda, P. F., Rikza, A., Utami, W. A., & Anggresta, P. (2022). Melampaui Pahlawan Devisa: Peran Aktor Negara Dan Non-Negara Menyasar Permasalahan Finansial Pmi Perempuan Di Taiwan. *Jurnal Hubungan Internasional*, 15(2), 355–380.
<https://doi.org/10.20473/jhi.v15i2.36080>
- Ontolay, C. F., & Nugraeni, N. (2024). Pendampingan Laporan Keuangan Menggunakan Aplikasi “Bukuwarung” Pada Umkm Di Toko Kuriimiicake. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 2930-2936.
- Pratama, M. M. A., Herdiani, A., Sulaksitaningrum, R., Novitasari, Y., & Ichwanto, M. A. (2021). Technopreneurship Untuk Membekali Keterampilan Wirausaha Pasca Berakhirnya Kontak Kerja Bagi Pekerja Migran Indonesia Di Era Disrupsi Digital. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(1), 12–28.
- Puspitasari, H. A. R., Fitrinda, T. D., Abdillah, G. S., Rahman, I., & Kartika, D. S. Y. (2024). Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kewirausahaan Lokal. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 185–191.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., ... & Indah, S. R. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1 Desember), 828-839.
- Rafifah, & Yeni, I. (2024). Analisis Pekerja Migran Pada Sektor Formal Dan Informal. *Media Riset Ekonomi Pembangunan (Medrep)*, 1(3), 453–463.
<https://medrep.pj.unp.ac.id/index.php/medrep/login>
- Rofiq, H., Zuhriyah, L. F., & Muhid, A. (2022). Komunikasi Dakwah Komunitas Perempuan Pekerja Migran Di Malaysia. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian Dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(2), 94–106.
www.ejournal.iaintribakti.ac.id/index.php/kopis
- Rohmah, N. (2019). Sertifikasi kompetensi sebagai upaya meningkatkan keunggulan kompetitif lulusan program studi tata laksana angkutan laut dan kepelabuhanan Politeknik Ilmu Pelayaran Semarang di era disrupsi. In *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana* (Vol. 2, No. 1, pp. 241-246).
- Sri Sulistyawati, U. (2024). Jurnal Manajemen Dan Teknologi Decoding Big Data: Mengubah Data Menjadi Keunggulan Kompetitif Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi (Jmt)*, 1(2).
<https://doi.org/10.35870/jmt.vxix.1114>

Sukarni, S., Khotimah, K., Nugroho, B. A., Triastuti, F. R., Rosyid, M. M., Fitriani, I., ... & Nurjanah, R. I. (2023). Digital Marketing dan Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Surya Abdimas*, 7(3), 473-481. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2904>