



## Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital untuk Peningkatan Kompetensi dan Keterampilan Berwirausaha

Dimas Bagus Saputra<sup>1</sup>, Fahmi Susanti<sup>2</sup>, Muhammad Dany Setiawan<sup>3</sup>, Zulham Rahman<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

dimasbagussaputra111103@gmail.com; dosen02024@unpam.ac.id;

danysetiawanm@gmail.com; zulhamrahman88@gmail.com

Received: 26 June 2025 | Revised: 05 July 2025 | Accepted: 14 October 2025

\*Korespondensi Penulis

### Abstrak

Transformasi digital telah menjadi keniscayaan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Namun, mayoritas UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala literasi digital yang rendah dan keterbatasan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan keterampilan digital pelaku UMKM melalui program pelatihan pemanfaatan platform digital yang dilaksanakan di SMK Darur Roja Kholiliah. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan kombinasi ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM binaan SMK Darur Roja Kholiliah sejumlah 45 orang, dengan sampel purposive sampling sebanyak 32 peserta aktif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, pre-test dan post-test, wawancara terstruktur, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan digital dengan skor rata-rata pre-test 42,5 meningkat menjadi 81,3 pada post-test, peningkatan keterampilan teknis dalam penggunaan marketplace (87,5%), media sosial bisnis (84,4%), dan aplikasi keuangan digital (78,1%). Evaluasi kualitatif menunjukkan perubahan positif pada sikap dan kepercayaan diri peserta dalam mengadopsi teknologi digital. Program ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik dengan pendampingan intensif efektif meningkatkan kompetensi digital UMKM dan memberikan dampak nyata terhadap transformasi bisnis menuju era digital.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan UMKM; Platform Digital; Kompetensi Digital; Literasi Digital; Transformasi Digital

### Abstract

Digital transformation has become a necessity for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to enhance competitiveness in the digital economy era. However, the majority of MSMEs in Indonesia still face constraints of low digital literacy and limited skills in utilizing digital platforms. This community service activity aims to improve the digital competence and skills of MSME actors through a digital platform utilization training program conducted at SMK Darur Roja Kholiliah on June 17, 2025. The implementation method uses a participatory approach with a combination of lectures, demonstrations, hands-on practice, and intensive mentoring. The research population consisted of all 45 MSME actors assisted by SMK Darur Roja Kholiliah, with a purposive sampling of 32 active participants. Data collection techniques included observation, pre-test and post-test, structured interviews, and documentation. Data analysis was conducted descriptively using quantitative and qualitative methods to measure participant competency improvement. The results showed significant improvements in digital knowledge with an average pre-test score of 42.5 increasing to 81.3 in the post-test, increased technical



*skills in using marketplaces (87.5%), business social media (84.4%), and digital financial applications (78.1%). Qualitative evaluation showed positive changes in participants' attitudes and confidence in adopting digital technology. This program proves that practice-based training with intensive mentoring is effective in improving MSME digital competence and provides real impact on business transformation towards the digital era.*

**Keywords:** *MSME empowerment, digital platforms, digital competence, digital literacy, digital transformation*

---

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM menyumbang 61,07% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan transformasi ekonomi global, pelaku UMKM menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saing dan relevansi usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Era digitalisasi ekonomi telah mengubah fundamental lanskap bisnis Indonesia. Penetrasi internet yang mencapai 77,02% dari total populasi pada tahun 2024 (APJII, 2024) dan pertumbuhan e-commerce yang mencapai nilai transaksi USD 59 miliar (Databoks, 2024) menunjukkan bahwa transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan bagi keberlangsungan usaha. Konsumen kini lebih cenderung mencari produk dan layanan melalui platform digital, melakukan transaksi online, dan memberikan ulasan melalui media sosial. Pergeseran perilaku konsumen ini menuntut pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan cepat atau menghadapi risiko tertinggal dari kompetisi.

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode konvensional dalam menjalankan usahanya. Studi oleh Katadata Insight Center (2023) mengungkapkan bahwa hanya 19% UMKM di Indonesia yang telah mengadopsi teknologi digital secara penuh dalam operasional bisnis mereka. Lebih dari 60% pelaku UMKM masih mengandalkan pembukuan manual, pemasaran dari mulut ke mulut, dan transaksi tunai tanpa integrasi sistem pembayaran digital. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan digital yang signifikan antara ketersediaan teknologi dengan

kemampuan pemanfaatannya oleh pelaku usaha mikro dan kecil.

Permasalahan ini bukan semata-mata disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap teknologi, melainkan lebih kepada rendahnya literasi digital dan keterampilan manajerial pelaku UMKM dalam mengoperasikan dan memanfaatkan platform digital secara optimal. Penelitian Tambunan (2019) menunjukkan bahwa faktor utama yang menghambat transformasi digital UMKM adalah kurangnya pemahaman tentang manfaat teknologi, ketakutan akan kompleksitas penggunaan, serta minimnya pelatihan yang kontekstual dan aplikatif. Banyak pelaku UMKM yang menganggap teknologi digital sebagai sesuatu yang rumit, mahal, dan tidak sesuai dengan skala usaha mereka, padahal platform digital seperti marketplace, media sosial bisnis, dan aplikasi pencatatan keuangan tersedia secara gratis atau dengan biaya terjangkau.

Gap antara ketersediaan teknologi dengan kemampuan pemanfaatannya menciptakan urgensi akan program pemberdayaan yang tidak hanya memberikan akses teknologi, tetapi juga membekali pelaku UMKM dengan kompetensi dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoperasikan platform digital secara mandiri. Menurut Saraswati dan Nugroho (2021), peningkatan kapasitas SDM UMKM melalui pelatihan berbasis praktik terbukti lebih efektif dibandingkan dengan pendekatan teoretis semata, karena memungkinkan peserta untuk langsung mengaplikasikan pengetahuan dalam konteks usaha mereka.

Di sisi lain, sektor pendidikan vokasi, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), memiliki peran strategis dalam ekosistem pemberdayaan UMKM. Siswa SMK yang telah dibekali dengan keterampilan teknis digital dapat menjadi jembatan pengetahuan antara dunia pendidikan dan dunia usaha. Model kolaborasi antara institusi pendidikan dengan pelaku UMKM dalam bentuk pendampingan digital tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi pelaku usaha, tetapi juga

menjadi wahana pembelajaran praktis bagi siswa untuk memahami dinamika bisnis riil. Pendekatan ini sejalan dengan konsep link and match yang dicanangkan dalam Merdeka Belajar, di mana pendidikan vokasi harus terhubung langsung dengan kebutuhan industri dan masyarakat.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk menjawab tantangan tersebut melalui program pelatihan yang mengombinasikan metode seminar, praktik langsung, dan pendampingan teknis berkelanjutan. Program ini tidak hanya fokus pada aspek teknis penggunaan aplikasi digital, tetapi juga pada pengembangan keterampilan manajerial, komunikasi digital, serta pola pikir adaptif dan inovatif yang diperlukan dalam era ekonomi digital. Dengan melibatkan siswa SMK Darur Roja sebagai fasilitator pendamping, program ini menciptakan ekosistem pembelajaran dua arah yang saling menguntungkan: pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan pendampingan teknis, sementara siswa mendapatkan pengalaman praktis dalam memfasilitasi transfer pengetahuan dan memahami tantangan bisnis riil.

Pelatihan ini dilaksanakan pada 17 Juni 2025 dengan melibatkan pelaku UMKM lokal yang bergerak di berbagai sektor usaha, mulai dari kuliner, fashion, hingga kerajinan tangan. Materi pelatihan dirancang secara aplikatif, mencakup pengenalan dan praktik langsung penggunaan marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, pembuatan konten promosi visual menggunakan Canva, pengelolaan media sosial bisnis, serta pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi seperti BukuWarung. Setiap peserta didampingi secara personal oleh siswa SMK yang telah dilatih sebelumnya, sehingga proses pembelajaran dapat disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan masing-masing pelaku usaha.

Kebaruan dari program ini terletak pada pendekatan kolaboratif yang mengintegrasikan tiga elemen kunci: pemberdayaan UMKM berbasis digital, pendidikan vokasi berbasis praktik, dan pembelajaran dua arah yang menumbuhkan kompetensi digital secara inklusif. Berbeda dengan program pelatihan konvensional yang bersifat satu arah dan berjangka pendek, program ini dirancang dengan mekanisme pendampingan berkelanjutan yang memastikan peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan pengetahuan dalam

operasional usaha mereka secara konsisten. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan dampak jangka panjang berupa peningkatan produktivitas, perluasan pasar, dan penguatan daya saing UMKM di era digital.

Dengan demikian, kegiatan PKM ini memiliki tujuan ganda yang saling menguatkan: pertama, meningkatkan kompetensi dan keterampilan digital pelaku UMKM sehingga mereka mampu memanfaatkan platform digital secara optimal untuk pengembangan usaha; kedua, memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual bagi siswa SMK sehingga mereka memiliki pemahaman mendalam tentang dunia usaha dan siap berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Harapannya, program ini dapat menjadi model replikasi bagi lembaga pendidikan dan komunitas UMKM lainnya dalam mempercepat transformasi digital sektor usaha mikro dan kecil di Indonesia.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mengukur efektivitas program pelatihan pemanfaatan platform digital terhadap peningkatan kompetensi pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan pada 17 Juni 2025 di SMK Darur Roja Kholiliyah, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, yang dipilih berdasarkan pertimbangan adanya program kemitraan dengan UMKM lokal dan ketersediaan fasilitas laboratorium komputer yang memadai. Pelaksanaan berlangsung selama satu hari penuh dengan durasi 8 jam efektif mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WIB.

Peserta kegiatan adalah pelaku UMKM binaan SMK Darur Roja Kholiliyah yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal 1 tahun, memiliki akses perangkat digital, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, dan berdomisili di Kabupaten Bogor. Dari populasi 45 pelaku UMKM, terpilih 32 peserta aktif yang terdiri dari 19 perempuan (59,4%) dan 13 laki-laki (40,6%) dengan rentang usia 25-55 tahun. Jenis usaha peserta meliputi kuliner (45%), fashion dan konveksi (28%), kerajinan tangan (18%), dan jasa (9%). Karakteristik peserta menunjukkan keragaman tingkat pendidikan dari SD hingga Sarjana, dengan mayoritas (78,1%) belum pernah mengikuti pelatihan digital

sebelumnya dan 87,5% hanya menggunakan smartphone untuk komunikasi dasar.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahap sistematis. Tahap persiapan (minggu ke-1 sampai ke-2) meliputi koordinasi dengan pihak sekolah dan komunitas UMKM, assessment awal melalui survei dan Focus Group Discussion untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta, penyusunan kurikulum pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi riil, persiapan materi dan modul, serta pembekalan 10 siswa SMK jurusan Rekayasa Perangkat Lunak dan Multimedia sebagai pendamping teknis. Tahap pelaksanaan pelatihan (minggu ke-3) dibagi menjadi tiga sesi utama yang berlangsung pada 17 Juni 2025. Sesi pertama (08.00-10.00) berupa pembekalan konseptual tentang transformasi digital UMKM dan ekosistem digital, didahului dengan pre-test untuk mengukur pengetahuan awal. Sesi kedua (10.30-12.30) fokus pada praktik penggunaan marketplace meliputi registrasi akun, optimalisasi profil toko, upload produk, strategi pricing, dan pengelolaan orderan. Sesi ketiga (13.30-16.00) membahas pemasaran melalui Instagram dan Facebook Business, pembuatan konten dengan Canva, serta pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital BukuWarung dan BukuKas.

Metode pembelajaran yang diterapkan adalah andragogi partisipatif dengan kombinasi ceramah interaktif (20%), demonstrasi (30%), dan praktik langsung (50%). Setiap 3-4 peserta didampingi 1 siswa SMK sebagai fasilitator teknis untuk memastikan setiap peserta dapat mempraktikkan materi menggunakan perangkat masing-masing. Tahap monitoring dan pendampingan (minggu ke-4 sampai ke-8) dilakukan selama 4 minggu pasca pelatihan melalui grup WhatsApp dengan pola kunjungan 2 kali seminggu untuk memantau implementasi, memberikan solusi atas kendala, dan memotivasi konsistensi penggunaan platform digital. Tahap evaluasi akhir (minggu ke-9) dilakukan melalui post-test, observasi praktik penggunaan platform digital, wawancara mendalam, dan dokumentasi evidence berupa screenshot aktivitas digital peserta untuk dianalisis secara komprehensif sebagai dasar penyusunan laporan dan rekomendasi keberlanjutan program.

## **HASIL dan PEMBAHASAN**

### **Hasil**

### **Profil dan Karakteristik Peserta**

Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjumlah 32 pelaku UMKM dengan karakteristik yang beragam. Berdasarkan jenis usaha, komposisi peserta terdiri dari usaha kuliner sebanyak 14 orang (43,8%), fashion dan konveksi 9 orang (28,1%), kerajinan tangan 6 orang (18,8%), dan jasa (catering dan laundry) 3 orang (9,3%). Mayoritas peserta berada pada rentang usia produktif 35-45 tahun (53,1%), diikuti usia 25-34 tahun (28,1%), dan usia 46-55 tahun (18,8%).

Dari aspek pengalaman usaha, 56,3% peserta telah menjalankan usaha selama 3-7 tahun, 25% berpengalaman 1-2 tahun, 12,5% berpengalaman 8-10 tahun, dan 6,2% berpengalaman lebih dari 10 tahun. Omset bulanan peserta bervariasi, dengan mayoritas (68,8%) memiliki omset Rp 5-15 juta per bulan, 21,9% omset Rp 2-5 juta, dan 9,3% omset di atas Rp 15 juta. Data ini menunjukkan bahwa peserta mayoritas adalah UMKM pada skala mikro dan kecil yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui transformasi digital.

Assessment awal menunjukkan bahwa 87,5% peserta masih menggunakan metode konvensional dalam menjalankan usaha, seperti pembukuan manual menggunakan buku catatan, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), dan penjualan langsung di lokasi usaha atau sistem jemput bola ke pelanggan. Hanya 9,4% peserta yang pernah mencoba berjualan online namun tidak konsisten karena tidak memahami strategi yang tepat, sementara 3,1% sudah memiliki akun marketplace namun tidak dikelola dengan baik karena keterbatasan pengetahuan tentang optimalisasi toko online.

### **Hasil Pre-test: Kondisi Pengetahuan Awal**

Pre-test dilakukan pada awal sesi pelatihan untuk mengukur tingkat pengetahuan dasar peserta tentang platform digital dan e-commerce. Hasil pre-test menunjukkan skor rata-rata 42,5 dari skala 100, dengan nilai terendah 25 dan tertinggi 65. Distribusi skor menunjukkan bahwa 53,1% peserta memiliki skor di bawah 40 yang mengindikasikan pengetahuan sangat rendah, 34,4% peserta memiliki skor 40-55 dengan kategori pengetahuan rendah, 9,4% peserta memiliki skor 56-65 dengan kategori cukup, dan hanya 3,1% peserta yang memiliki skor di atas 65.

Analisis per aspek menunjukkan bahwa pengetahuan tentang marketplace dan cara



kerjanya memperoleh skor rata-rata terendah yakni 35,8, diikuti pengetahuan tentang pemasaran digital dan media sosial bisnis dengan skor 41,2, pengetahuan tentang aplikasi keuangan digital skor 43,6, dan pengetahuan umum tentang e-commerce dan transformasi digital skor 48,7. Hasil ini mengkonfirmasi gap pengetahuan yang signifikan dan urgensi program pelatihan yang komprehensif.

#### **Pelaksanaan Pelatihan dan Respons Peserta**

Pelaksanaan pelatihan berlangsung dengan partisipasi yang tinggi dari seluruh peserta. Pada sesi konseptual di pagi hari, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dengan aktif bertanya dan berdiskusi tentang peluang dan tantangan digitalisasi UMKM. Sesi praktik pemanfaatan marketplace menjadi sesi yang paling menarik perhatian, di mana peserta dipandu langkah demi langkah untuk membuat akun di platform Tokopedia dan Shopee, mengunggah foto produk, menulis deskripsi yang menarik, serta mengatur variasi dan harga produk.

Tantangan terbesar muncul pada sesi ini karena 43,8% peserta mengalami kesulitan teknis seperti lupa password email, kesulitan melakukan verifikasi identitas, dan kebingungan dalam mengisi formulir data toko. Namun, dengan pendampingan intensif dari siswa SMK, seluruh peserta berhasil menyelesaikan registrasi dan mengunggah minimal 3 produk pada akun marketplace mereka pada akhir sesi.

Sesi pemasaran media sosial dan pembuatan konten visual mendapat respons sangat positif. Peserta sangat tertarik dengan aplikasi Canva karena template yang beragam dan kemudahan penggunaannya. Sebanyak 84,4% peserta berhasil membuat minimal 2 desain poster promosi produk mereka dengan bimbingan pendamping. Peserta juga mempraktikkan cara membuat caption yang menarik, penggunaan hashtag yang tepat, serta strategi engagement dengan calon pelanggan.

Pada sesi pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi BukuWarung, peserta menunjukkan ketertarikan tinggi karena mereka selama ini kesulitan dalam mencatat transaksi dan menghitung keuntungan usaha. Sebanyak 78,1% peserta berhasil menginstal aplikasi, membuat profil usaha, dan mencoba mencatat transaksi simulasi. Beberapa peserta senior (usia 46-55 tahun) mengalami kesulitan lebih besar dan membutuhkan pendampingan ekstra,

namun dengan kesabaran pendamping akhirnya juga mampu menguasai fungsi dasar aplikasi.

Evaluasi harian pada akhir pelatihan menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Sebanyak 93,8% peserta menyatakan sangat puas dengan materi yang disampaikan, 87,5% menilai metode praktik langsung sangat efektif, dan 96,9% peserta sangat mengapresiasi peran pendamping siswa SMK yang sabar dan komunikatif. Semua peserta (100%) menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### **Hasil Monitoring dan Pendampingan Pasca Pelatihan**

Monitoring dilakukan intensif selama 4 minggu setelah pelatihan melalui kunjungan langsung, komunikasi grup WhatsApp, dan pengecekan aktivitas digital peserta. Hasil monitoring menunjukkan tren positif dalam adopsi dan konsistensi penggunaan platform digital, meskipun dengan tingkat keaktifan yang bervariasi antar peserta.

Pada aspek penggunaan marketplace, dari 32 peserta yang telah membuat akun, sebanyak 28 peserta (87,5%) tetap aktif mengelola toko online mereka dengan menambah produk, memperbarui foto, merespons pertanyaan calon pembeli, dan memproses orderan. Rata-rata peserta menambahkan 8-15 produk baru ke dalam toko online mereka selama periode monitoring. Sebanyak 18 peserta (56,3%) telah berhasil mendapatkan transaksi penjualan melalui marketplace dengan total transaksi berkisar 3-12 kali per peserta selama 4 minggu. Empat peserta (12,5%) masih belum konsisten karena kesibukan operasional offline dan kurangnya kepercayaan diri.

Penggunaan media sosial bisnis menunjukkan tingkat konsistensi yang cukup tinggi. Sebanyak 27 peserta (84,4%) aktif memposting konten promosi di Instagram dan Facebook minimal 2-3 kali per minggu menggunakan desain yang dibuat sendiri melalui Canva. Kualitas konten visual mengalami peningkatan signifikan dengan penggunaan template profesional, pemilihan warna yang harmonis, dan penambahan informasi produk yang lengkap. Engagement rate pada akun media sosial peserta juga meningkat dengan rata-rata peningkatan followers sebesar 35% dan interaksi berupa likes, comments, dan share meningkat rata-rata 48% dibandingkan periode sebelum pelatihan.

Adopsi aplikasi keuangan digital BukuWarung menunjukkan hasil yang cukup baik meskipun tantangan konsistensi lebih besar dibandingkan platform lainnya. Sebanyak 25 peserta (78,1%) menginstal dan menggunakan aplikasi untuk mencatat transaksi harian, piutang, dan hutang usaha. Dari jumlah tersebut, 19 peserta (59,4%) konsisten mencatat setiap hari, sementara 6 peserta (18,8%) mencatat secara berkala namun tidak rutin. Tujuh peserta (21,9%) masih kesulitan membiasakan diri mencatat digital dan lebih nyaman dengan catatan manual, namun mereka mengakui pentingnya pencatatan digital untuk analisis keuangan yang lebih akurat.

Kendala yang dihadapi peserta selama periode monitoring meliputi: keterbatasan waktu karena kesibukan operasional usaha (43,8%), kesulitan membuat foto produk yang menarik karena keterbatasan pencahayaan dan background (31,3%), kehabisan kuota internet (28,1%), lupa password akun (18,8%), dan belum terbiasa dengan interface aplikasi (15,6%). Tim pengabdi dan pendamping SMK memberikan solusi melalui konsultasi via grup WhatsApp, tutorial video singkat, serta kunjungan langsung untuk membantu mengatasi permasalahan teknis.

### Hasil Post-test: Peningkatan Pengetahuan

Post-test dilaksanakan pada minggu ke-8 pasca pelatihan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta setelah melalui proses pembelajaran dan praktik mandiri. Hasil post-test menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dengan skor rata-rata 81,3 dari skala 100, meningkat 38,8 poin dari skor pre-test. Nilai terendah adalah 68 dan tertinggi 95, menunjukkan tidak ada peserta yang memiliki pengetahuan rendah.

Distribusi skor post-test menunjukkan transformasi dramatis: 68,8% peserta memperoleh skor 80-95 dengan kategori pengetahuan sangat baik, 25% peserta memperoleh skor 70-79 dengan kategori baik, dan 6,2% peserta memperoleh skor 68-69 dengan kategori cukup. Tidak ada peserta yang memperoleh skor di bawah 60, yang berarti seluruh peserta berhasil melampaui batas minimal kompetensi yang ditetapkan.

Analisis per aspek pengetahuan menunjukkan peningkatan merata pada semua dimensi. Pengetahuan tentang marketplace meningkat dari skor rata-rata 35,8 menjadi 78,5 (peningkatan 119,3%), pengetahuan pemasaran

digital dan media sosial dari 41,2 menjadi 82,1 (peningkatan 99,3%), pengetahuan aplikasi keuangan digital dari 43,6 menjadi 79,8 (peningkatan 83,0%), dan pengetahuan umum e-commerce dari 48,7 menjadi 84,6 (peningkatan 73,7%). Data ini menunjukkan bahwa materi pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi kognitif peserta secara komprehensif.

Uji paired sample t-test dilakukan untuk menguji signifikansi perbedaan skor pre-test dan post-test. Hasil uji menunjukkan nilai t-hitung sebesar 18,742 dengan nilai signifikansi (p-value)  $0,000 < 0,05$ , yang berarti terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara pengetahuan sebelum dan sesudah pelatihan. Hal ini membuktikan bahwa program pelatihan efektif meningkatkan kompetensi pengetahuan digital peserta.

### Hasil Wawancara: Perubahan Kualitatif dan Dampak Terhadap Usaha

Wawancara mendalam terhadap 15 peserta terpilih mengungkap perubahan kualitatif yang bermakna pada dimensi pengetahuan, sikap, keterampilan, dan dampak ekonomi. Dari aspek persepsi terhadap teknologi digital, seluruh informan (100%) menyatakan bahwa pelatihan ini membuka wawasan mereka tentang pentingnya digitalisasi untuk pengembangan usaha. Seorang informan pelaku usaha kuliner (Ibu RS, 42 tahun) menyatakan: "Sebelumnya saya pikir jualan online itu ribet dan hanya untuk orang muda. Setelah pelatihan, ternyata mudah dan sangat membantu. Pelanggan saya jadi lebih banyak karena bisa memesan lewat marketplace."

Perubahan paling signifikan terlihat pada aspek kepercayaan diri dan kemandirian. Sebanyak 86,7% informan mengakui bahwa awalnya mereka merasa takut dan tidak percaya diri untuk menggunakan teknologi, namun setelah pelatihan dan pendampingan mereka menjadi lebih berani mencoba dan mampu mengatasi masalah teknis sederhana secara mandiri. Seorang informan pelaku usaha kerajinan (Ibu DN, 51 tahun) bercerita: "Awalnya saya minder karena merasa tua dan tidak bisa teknologi. Tetapi dengan bimbingan adik-adik SMK yang sabar, saya jadi berani. Sekarang saya bisa upload produk sendiri tanpa minta tolong anak."

Dari aspek dampak ekonomi, hasil wawancara menunjukkan indikasi positif

meskipun belum dapat diukur secara komprehensif karena keterbatasan waktu monitoring. Sebanyak 73,3% informan melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan jangkauan pasar yang lebih luas, dengan pelanggan baru berasal dari luar wilayah domisili mereka. Sebanyak 60% informan melaporkan peningkatan omset berkisar 15-40% selama 4 minggu pasca pelatihan, meskipun mereka menyatakan perlu waktu lebih lama untuk menilai dampak jangka panjang.

Seorang informan pelaku usaha fashion (Ibu AR, 38 tahun) menyatakan: "Sebelumnya omset saya sekitar 8 juta per bulan dari pelanggan tetap di sekitar rumah. Setelah aktif di Shopee dan Instagram, dalam 4 minggu ini saya dapat orderan tambahan sekitar 2,5 juta dari pembeli di luar kota. Ini sangat membantu." Temuan ini mengindikasikan bahwa adopsi platform digital memberikan dampak positif terhadap performa bisnis UMKM dalam jangka pendek.

Dari aspek keberlanjutan, 93,3% informan menyatakan komitmen untuk terus menggunakan platform digital dan mengembangkan keterampilan mereka. Mereka juga menyampaikan harapan agar ada program lanjutan yang membahas materi lebih mendalam seperti strategi iklan berbayar, analisis data penjualan, dan packaging produk untuk pengiriman online. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan kompetensi tetapi juga membangun growth mindset dan kesadaran pentingnya pembelajaran berkelanjutan.

### Evaluasi Kepuasan dan Kebermanfaatan Program

Hasil kuesioner evaluasi yang diisi oleh seluruh peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap program pelatihan. Pada aspek materi pelatihan, 90,6% peserta menyatakan sangat puas dan 9,4% puas, dengan nilai rata-rata 4,91 dari skala 5. Peserta menilai bahwa materi sangat relevan dengan kebutuhan mereka, mudah dipahami, dan langsung dapat diaplikasikan.

Pada aspek metode pembelajaran, 87,5% peserta menyatakan sangat puas dan 12,5% puas (rata-rata 4,88). Metode kombinasi ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung dinilai sangat efektif karena memberikan pengalaman belajar yang konkret dan tidak membosankan. Peserta sangat mengapresiasi

pendekatan hands-on practice yang memungkinkan mereka langsung mempraktikkan dengan perangkat sendiri.

Aspek fasilitator dan pendamping mendapat penilaian tertinggi dengan 96,9% peserta sangat puas dan 3,1% puas (rata-rata 4,97). Peserta sangat menghargai kesabaran, komunikasi yang jelas, dan kesediaan fasilitator untuk mengulang penjelasan hingga peserta benar-benar paham. Peran siswa SMK sebagai pendamping dinilai sangat membantu karena menciptakan suasana belajar yang santai, tidak menakutkan, dan komunikatif.

Pada aspek fasilitas pelatihan, 84,4% peserta menyatakan sangat puas dan 15,6% puas (rata-rata 4,84). Fasilitas laboratorium komputer SMK, koneksi internet yang memadai, dan ketersediaan modul cetak dinilai mendukung proses pembelajaran. Beberapa peserta menyarankan agar pelatihan serupa juga menyediakan power bank karena baterai smartphone cepat habis saat digunakan intensif.

Dari aspek kebermanfaatan program, 93,8% peserta menyatakan program sangat bermanfaat dan 6,2% bermanfaat (rata-rata 4,94). Seluruh peserta (100%) menyatakan bersedia merekomendasikan program ini kepada pelaku UMKM lain dan berharap ada program lanjutan. Rata-rata keseluruhan tingkat kepuasan adalah 4,91 dari skala 5, yang menunjukkan bahwa program pelatihan sangat sukses dan memenuhi ekspektasi peserta.

### Pembahasan

#### Peningkatan Literasi Digital sebagai Fondasi Transformasi UMKM

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa literasi digital merupakan fondasi krusial bagi transformasi dan daya saing UMKM di era digital. Rendahnya literasi digital yang teridentifikasi pada fase pre-test dengan skor rata-rata hanya 42,5 dari 100 mengkonfirmasi temuan penelitian Wijaya dan Kusuma (2023) bahwa mayoritas UMKM Indonesia masih memiliki penguasaan teknologi yang rendah. Kondisi ini menjadi hambatan struktural yang menyebabkan UMKM tertinggal dalam pemanfaatan peluang ekonomi digital.

Pelatihan yang dilaksanakan terbukti efektif meningkatkan literasi digital peserta secara signifikan, dibuktikan dengan peningkatan skor post-test menjadi 81,3 (peningkatan 91,3%). Hasil ini sejalan dengan penelitian Susanto dan Aisyah (2024) yang

menemukan bahwa program pelatihan terstruktur dengan pendekatan praktis mampu meningkatkan kompetensi digital UMKM hingga 85% dalam waktu relatif singkat. Peningkatan literasi digital ini tidak hanya berdimensi kognitif (pengetahuan) tetapi juga psikomotorik (keterampilan) dan afektif (sikap dan kepercayaan diri).

Transformasi dari skor pre-test ke post-test mencerminkan perubahan paradigma peserta dari yang semula menganggap teknologi digital sebagai sesuatu yang rumit, menakutkan, dan hanya untuk generasi muda, menjadi memahami bahwa teknologi digital dapat dikuasai melalui pembelajaran sistematis dan pendampingan yang tepat. Perubahan paradigma ini sangat penting karena menjadi pintu masuk bagi adopsi teknologi berkelanjutan. Sebagaimana dikemukakan oleh Rahmawati dan Hidayat (2024), hambatan terbesar adopsi teknologi pada UMKM bukanlah infrastruktur tetapi mindset dan kepercayaan diri pelaku usaha.

### **Efektivitas Model Pelatihan Partisipatif Berbasis Praktik**

Model pelatihan yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini mengadopsi pendekatan partisipatif dengan kombinasi ceramah (20%), demonstrasi (30%), dan praktik langsung (50%). Proporsi dominan pada praktik langsung terbukti sangat efektif dalam meningkatkan penguasaan keterampilan digital. Evaluasi menunjukkan bahwa 87,5% peserta mampu mengoperasikan marketplace, 84,4% mampu mengelola media sosial bisnis, dan 78,1% mampu menggunakan aplikasi keuangan digital secara mandiri.

Efektivitas ini sejalan dengan teori pembelajaran orang dewasa (andragogi) yang dikemukakan oleh Knowles yang menekankan pentingnya pengalaman langsung, relevansi praktis, dan orientasi pada pemecahan masalah dalam pembelajaran orang dewasa. Peserta UMKM sebagai adult learners memiliki motivasi belajar yang kuat ketika materi yang diajarkan dapat langsung diaplikasikan untuk mengatasi permasalahan nyata dalam usaha mereka. Penelitian Kusumawati dan Setiawan (2024) juga menegaskan bahwa pelatihan UMKM yang berbasis studi kasus dan praktik langsung memiliki tingkat keberhasilan 73% lebih tinggi dibandingkan pelatihan yang hanya berbasis ceramah teoritis.

Penggunaan metode demonstrasi step-by-step yang dilakukan oleh fasilitator sebelum peserta mempraktikkan sendiri terbukti efektif mengurangi kecemasan dan meningkatkan kepercayaan diri peserta. Peserta dapat melihat secara langsung proses yang harus dilakukan, mengantisipasi kesulitan yang mungkin muncul, dan memiliki model mental yang jelas sebelum melakukannya sendiri. Hal ini sesuai dengan teori social learning dari Bandura yang menyatakan bahwa pembelajaran melalui observasi dan modeling merupakan cara efektif untuk memperoleh keterampilan baru, terutama keterampilan teknis.

Ketersediaan modul pelatihan yang disusun dengan bahasa sederhana, ilustrasi yang jelas, dan dilengkapi screenshot langkah demi langkah juga berkontribusi pada keberhasilan program. Modul berfungsi sebagai panduan mandiri yang dapat digunakan peserta saat menghadapi kesulitan di luar jam pelatihan. Hasil monitoring menunjukkan bahwa peserta sering merujuk pada modul ketika lupa langkah-langkah tertentu, yang mengindikasikan bahwa modul efektif sebagai instrumen pembelajaran berkelanjutan.

### **Kolaborasi Pendidikan Vokasi dan UMKM: Pembelajaran Dua Arah**

Salah satu inovasi utama dalam program pengabdian ini adalah pelibatan siswa SMK sebagai pendamping teknis, yang menciptakan ekosistem pembelajaran kolaboratif dua arah (symbiotic learning). Model ini terbukti memberikan dampak positif tidak hanya bagi pelaku UMKM tetapi juga bagi siswa SMK. Bagi pelaku UMKM, kehadiran pendamping siswa SMK menciptakan suasana belajar yang lebih santai, tidak intimidatif, dan komunikatif karena siswa mampu menjelaskan dengan bahasa yang sederhana dan contoh-contoh yang mudah dipahami.

Rasio pendampingan 1:3 atau 1:4 (satu siswa mendampingi 3-4 peserta UMKM) memastikan bahwa setiap peserta mendapat perhatian personal dan bantuan teknis yang memadai. Hal ini sangat penting mengingat heterogenitas peserta dari segi usia, latar belakang pendidikan, dan tingkat penguasaan teknologi. Peserta senior atau yang mengalami kesulitan lebih besar dapat memperoleh pendampingan ekstra tanpa menghambat progress peserta lainnya. Pendekatan peer-to-peer learning ini sejalan dengan temuan Pratama et al. (2024) yang menyatakan bahwa



pembelajaran digital pada UMKM lebih efektif ketika dilakukan dengan pendampingan personal intensif dibandingkan pembelajaran klasikal massal.

Bagi siswa SMK, keterlibatan dalam program ini memberikan pengalaman berharga dalam mengaplikasikan kompetensi teknis yang mereka pelajari di sekolah ke dalam konteks nyata dunia usaha. Siswa belajar tidak hanya tentang teknologi tetapi juga tentang komunikasi efektif, kesabaran, empati, pemecahan masalah praktis, dan pemahaman tentang tantangan yang dihadapi pelaku UMKM. Pengalaman ini berkontribusi pada pengembangan soft skills yang sangat penting untuk kesiapan kerja mereka di masa depan.

Kolaborasi ini juga memperkuat link and match antara dunia pendidikan dan dunia usaha sebagaimana diamanatkan dalam Kurikulum Merdeka dan program teaching factory. Siswa SMK memperoleh insight tentang kebutuhan riil industri dan pelaku UMKM memperoleh akses pada sumber daya manusia muda yang melek teknologi. Sinergi ini berpotensi dikembangkan menjadi program magang atau kemitraan berkelanjutan yang saling menguntungkan.

### **Platform Digital sebagai Instrumen Peningkatan Daya Saing**

Hasil monitoring menunjukkan bahwa 87,5% peserta aktif mengelola toko online di marketplace, 84,4% konsisten memposting konten di media sosial bisnis, dan 78,1% menggunakan aplikasi keuangan digital. Tingkat adopsi yang tinggi ini mengindikasikan bahwa platform digital telah diterima sebagai instrumen yang relevan dan bermanfaat oleh pelaku UMKM. Lebih jauh, hasil wawancara mengungkap dampak positif berupa perluasan jangkauan pasar (73,3% informan) dan peningkatan omset 15-40% (60% informan) dalam periode 4 minggu pasca pelatihan.

Temuan ini mengkonfirmasi penelitian Susanto dan Aisyah (2024) yang menyatakan bahwa UMKM yang mengadopsi platform digital mampu meningkatkan penjualan hingga 45% karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi geografis. Marketplace seperti Tokopedia dan Shopee memberikan akses kepada jutaan calon pembeli potensial yang sebelumnya tidak terjangkau melalui metode pemasaran konvensional. Fitur-fitur seperti sistem pembayaran digital, logistik terintegrasi, dan sistem review juga me-

ningkatkan kepercayaan konsumen dan memudahkan transaksi.

Penggunaan media sosial bisnis (Instagram dan Facebook) terbukti efektif sebagai instrumen branding dan customer engagement. Kemampuan peserta membuat konten visual menarik menggunakan Canva meningkatkan profesionalitas tampilan produk dan daya tarik promosi. Peningkatan engagement rate rata-rata 48% menunjukkan bahwa konten yang berkualitas mampu meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian Wijaya dan Kusuma (2023) yang menemukan bahwa UMKM yang aktif di media sosial dengan konten berkualitas memiliki conversion rate 3,5 kali lebih tinggi dibandingkan yang tidak aktif.

Adopsi aplikasi keuangan digital BukuWarung meskipun menunjukkan tingkat konsistensi lebih rendah (78,1%) dibandingkan platform lainnya, namun tetap memberikan dampak positif bagi manajemen keuangan UMKM. Peserta yang konsisten menggunakan aplikasi ini melaporkan bahwa mereka menjadi lebih aware terhadap arus kas usaha, dapat membedakan dengan jelas antara uang pribadi dan uang usaha, serta lebih mudah menghitung keuntungan bersih. Pencatatan digital juga memudahkan dalam menyusun laporan keuangan sederhana yang diperlukan untuk akses permodalan.

### **Tantangan dan Strategi Keberlanjutan Adopsi Digital**

Meskipun hasil program menunjukkan keberhasilan signifikan, monitoring juga mengidentifikasi beberapa tantangan dalam keberlanjutan adopsi digital. Tantangan utama adalah konsistensi penggunaan platform di tengah kesibukan operasional usaha (43,8% peserta), keterbatasan keterampilan fotografi produk (31,3%), dan keterbatasan kuota internet (28,1%). Tantangan-tantangan ini perlu diantisipasi dalam program pelatihan lanjutan dan kebijakan pendukung transformasi digital UMKM.

Isu konsistensi merupakan tantangan klasik dalam adopsi teknologi baru. Penelitian Pratama et al. (2024) menemukan bahwa 67% UMKM yang mengikuti pelatihan digital mengalami penurunan konsistensi penggunaan setelah 3 bulan karena tidak ada pendampingan lanjutan dan motivasi yang memudar. Oleh

karena itu, pendampingan pasca pelatihan dan pembentukan komunitas belajar (learning community) sangat penting untuk menjaga motivasi dan memfasilitasi sharing pengalaman antar pelaku UMKM.

Keterbatasan keterampilan fotografi produk menunjukkan bahwa pelatihan digital tidak dapat berdiri sendiri tetapi perlu diintegrasikan dengan pelatihan terkait seperti visual merchandising, fotografi produk dasar, dan content creation. Program lanjutan dapat mengintegrasikan materi-materi ini untuk memberikan kompetensi yang lebih komprehensif. Alternatif lain adalah menyediakan layanan fotografi produk terjangkau atau melibatkan siswa SMK jurusan multimedia untuk membantu UMKM dalam memproduksi konten visual berkualitas.

Kendala kuota internet mencerminkan isu infrastruktur dan affordability yang masih menjadi hambatan digital divide di Indonesia. Meskipun penetrasi smartphone sudah tinggi, akses internet yang stabil dan terjangkau belum merata, terutama di wilayah pinggiran. Hal ini memerlukan intervensi kebijakan seperti subsidi kuota internet untuk UMKM atau penyediaan wifi gratis di sentra-sentra UMKM. Beberapa peserta juga menyarankan strategi optimalisasi penggunaan kuota seperti upload konten di malam hari saat tarif lebih murah atau memanfaatkan wifi publik.

### **Implikasi Teoritis dan Praktis**

Dari perspektif teoritis, temuan penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model pelatihan digital UMKM yang efektif dengan mengintegrasikan teori pembelajaran orang dewasa (andragogi), social learning theory, dan technology acceptance model. Program ini membuktikan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM tidak hanya bergantung pada perceived usefulness dan perceived ease of use sebagaimana dijelaskan dalam technology acceptance model, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor self-efficacy (kepercayaan diri), social support (dukungan sosial melalui pendamping), dan facilitating conditions (kondisi fasilitasi melalui pelatihan dan pendampingan).

Model pelatihan kolaboratif dengan melibatkan siswa vokasi sebagai pendamping juga memperkaya literatur tentang strategi efektif peningkatan kapasitas UMKM. Model ini dapat dijadikan rujukan bagi lembaga pendidikan vokasi lainnya dalam merancang

program pengabdian masyarakat yang menciptakan mutual benefit bagi dunia pendidikan dan dunia usaha.

Dari perspektif praktis, hasil kegiatan ini memberikan beberapa implikasi penting. Pertama, program pelatihan digital UMKM harus dirancang dengan proporsi dominan pada praktik langsung dibandingkan ceramah teoritis, disertai pendampingan personal intensif untuk mengakomodasi heterogenitas peserta. Kedua, pelibatan generasi muda atau digital natives sebagai pendamping teknis sangat efektif menciptakan atmosfer pembelajaran yang kondusif dan memfasilitasi transfer knowledge antar generasi.

Ketiga, materi pelatihan harus kontekstual dan relevan dengan permasalahan nyata yang dihadapi UMKM, bukan hanya pengetahuan teknologi semata. Integrasi antara pelatihan teknis penggunaan platform dengan pelatihan manajerial seperti strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan customer service digital sangat penting untuk meningkatkan kompetensi holistik. Keempat, pendampingan pasca pelatihan minimal 4-8 minggu sangat krusial untuk memastikan keberlanjutan adopsi dan mengatasi hambatan implementasi di lapangan.

### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemanfaatan platform digital untuk peningkatan kompetensi dan keterampilan pelaku UMKM telah terbukti efektif mencapai tujuan yang ditetapkan. Program ini berhasil meningkatkan literasi digital peserta secara signifikan, dibuktikan dengan peningkatan skor pengetahuan dari rata-rata 42,5 pada pre-test menjadi 81,3 pada post-test, mencerminkan peningkatan 91,3% yang sangat signifikan secara statistik. Tingkat penguasaan keterampilan teknis juga menunjukkan hasil positif dengan 87,5% peserta mampu mengoperasikan marketplace, 84,4% mampu mengelola media sosial bisnis, dan 78,1% mampu menggunakan aplikasi keuangan digital secara mandiri.

Evaluasi kualitatif melalui wawancara mendalam mengungkap perubahan paradigma dan peningkatan kepercayaan diri peserta dalam mengadopsi teknologi digital. Peserta yang sebelumnya merasa takut dan tidak mampu menguasai teknologi menjadi lebih percaya diri dan mandiri dalam memanfaatkan platform digital untuk pengembangan usaha. Dampak

ekonomi jangka pendek juga teridentifikasi dengan 73,3% peserta melaporkan perluasan jangkauan pasar dan 60% peserta mengalami peningkatan omset berkisar 15-40% dalam periode 4 minggu pasca pelatihan.

Model pelatihan partisipatif berbasis praktik dengan melibatkan siswa SMK sebagai pendamping teknis terbukti sangat efektif menciptakan atmosfer pembelajaran yang kondusif dan memfasilitasi transfer knowledge antar generasi. Rasio pendampingan 1:3 atau 1:4 memastikan setiap peserta memperoleh perhatian personal dan bantuan teknis memadai sesuai kebutuhan individual mereka. Kolaborasi ini juga menciptakan pembelajaran dua arah yang saling menguntungkan bagi pelaku UMKM dan siswa SMK.

Platform digital yang diajarkan dalam pelatihan ini, meliputi marketplace (Tokopedia dan Shopee), media sosial bisnis (Instagram dan Facebook), aplikasi desain visual (Canva), dan aplikasi keuangan digital (BukuWarung), terbukti relevan dan memberikan manfaat praktis bagi pengembangan usaha UMKM. Tingkat adopsi dan konsistensi penggunaan platform yang tinggi mengindikasikan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan tetapi juga termotivasi untuk menerapkan secara berkelanjutan dalam operasional bisnis mereka.

Tingkat kepuasan peserta terhadap program mencapai rata-rata 4,91 dari skala 5, dengan seluruh peserta menyatakan program sangat bermanfaat dan merekomendasikan kepada pelaku UMKM lainnya. Keberhasilan program ini membuktikan bahwa peningkatan kompetensi digital UMKM dapat dicapai melalui program pelatihan yang terstruktur, praktis, kontekstual, dan disertai pendampingan intensif. Transformasi digital UMKM bukan hanya tentang adopsi teknologi tetapi juga tentang perubahan mindset, peningkatan kepercayaan diri, dan pembangunan kapasitas berkelanjutan.

Program pengabdian ini memberikan kontribusi signifikan bagi upaya pemberdayaan UMKM di era digital dan dapat dijadikan model rujukan bagi lembaga pendidikan, pemerintah, dan komunitas UMKM dalam merancang program peningkatan kapasitas yang efektif. Keberlanjutan program melalui pendampingan jangka panjang, pembentukan komunitas belajar, dan dukungan kebijakan akan semakin memperkuat dampak transformasi digital

terhadap daya saing dan keberlanjutan UMKM Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharma, A. (2018). *Manajemen pelatihan: Pengembangan kompetensi SDM*. Rineka Cipta.
- Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Knowles, M. S., Holton III, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8th ed.). Routledge.
- Kusumawati, D., & Setiawan, B. (2024). Model pelatihan kolaboratif untuk transformasi digital UMKM: Integrasi pendidikan vokasi dan dunia usaha. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45-62. <https://doi.org/10.25134/jpm.v8i1.9876>
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (2008). *Manajemen sumber daya manusia untuk bisnis yang kompetitif*. Gadjah Mada University Press.
- Pratama, R. A., Suhartini, T., & Wijayanti, L. (2024). Adopsi teknologi digital pada UMKM Indonesia: Faktor-faktor yang mempengaruhi dan strategi peningkatan. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, 11(2), 178-195. <https://doi.org/10.31294/jedk.v11i2.15432>
- Rahmawati, S., & Hidayat, A. (2024). Mengatasi technophobia pada pelaku UMKM generasi senior melalui pendekatan pembelajaran kolaboratif. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 9(3), 267-284. <https://doi.org/10.29303/jpm.v9i3.4521>
- Rivai, V. (2020). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan* (edisi ke-8). Rajawali Pers.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Siagian, S. P. (2015). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Simamora, H. (2006). *Manajemen sumber daya manusia* (edisi ke-3). STIE YKPN.
- Susanto, E., & Aisyah, N. (2024). Dampak adopsi platform digital terhadap kinerja UMKM di era pasca pandemi: Studi pada

- UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 89-108.  
<https://doi.org/10.24912/jmbi.v10i1.25678>
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Kencana Prenada Media.
- Werther, W. B., & Davis, K. (2013). *Human resource and personnel management* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Wijaya, K., & Kusuma, H. (2023). Literasi digital dan daya saing UMKM: Analisis kesenjangan kompetensi dan strategi pengembangan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 23(4), 512-530.  
<https://doi.org/10.17970/jrem.23.4.2023.512>