

## Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional

Tri Susilowati <sup>1\*</sup>, Fahrina Mustafa <sup>2</sup>, Tyahya Whisnu Hendratni <sup>3</sup>, Muhammad Hery Santosa <sup>4</sup>, Jefri Putri Nugraha <sup>5</sup>, Christ Windreis <sup>6</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Penerbangan AVIASI, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Hasanuddin, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pancasila, Indonesia

<sup>4</sup> Program Studi Komputerisasi Akuntansi, STMIK Widya Utama, Indonesia

<sup>5</sup> Program Studi Agribisnis Perikanan, Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo, Indonesia

<sup>6</sup> Program Studi Kewirausahaan, STMIK Dharmapala Riau, Indonesia

E-mail: [trisolowati.syg77@gmail.com](mailto:trisolowati.syg77@gmail.com)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2001>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 09 July 2025

Revised: 18 July 2025

Accepted: 28 July 2025

#### Kata Kunci

Pelatihan, Literasi Digital, UMKM

#### Keywords

Training, Digital Literation, MSME



### ABSTRACT

Di era globalisasi dan perdagangan bebas, keikutsertaan UMKM dalam pasar internasional berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, terutama melalui peningkatan devisa dan penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan uraian tentang urgensi dan pentingnya masuk dalam pasar internasional bagi keberlanjutan UMKM di Indonesia, serta bagaimana menjadi adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang menuntut pelaku UMKM dan SDM yang bekerja di sektor UMKM untuk memiliki literasi yang baik dan mampu menggunakan perangkat digitalisasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, sehingga kemudian diadakan pelatihan dan penyuluhan bagi pelaku UMKM di beberapa kota di Indonesia. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah kesiapan UMKM untuk menembus pasar internasional sangat ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi digital dan penguasaan literasi digital yang memadai. Pemanfaatan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing di tingkat global. Namun, tanpa literasi digital yang baik, pelaku UMKM berisiko tertinggal dan tidak mampu mengoptimalkan potensi teknologi yang ada.

In the era of globalization and free trade, the participation of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in international markets contributes significantly to the national economy, particularly through increasing foreign exchange and creating job opportunities. Based on the urgency and importance of entering international markets for the sustainability of MSMEs in Indonesia, as well as the need to be adaptive to changes in the business environment, MSME actors and human resources working in this sector are required to have strong digital literacy and be able to utilize digitalization tools to improve work effectiveness and efficiency. Therefore, training and outreach programs have been conducted for MSME actors in several cities across Indonesia. The conclusion of these activities is that the readiness of MSMEs to penetrate international markets is largely determined by their ability to leverage digital technologies and possess adequate digital literacy. The utilization of digital technology opens up vast opportunities for MSMEs to expand market reach, enhance operational efficiency, and strengthen global competitiveness. However, without proper digital literacy, MSME actors risk being left behind and unable to optimize the potential of available technologies.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Tri Susilowati, et al (2025). Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional, 4(1), 2554-2558 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2001>

## PENDAHULUAN

Memasuki pasar internasional merupakan langkah strategis yang sangat penting bagi Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia karena membuka peluang pertumbuhan yang lebih luas (Mere et al., 2023). Dengan terjun ke pasar global, UMKM berkesempatan meningkatkan volume penjualan, mengurangi ketergantungan pada pasar dalam negeri, serta memperluas jangkauan konsumen (Fujianti & Hendratni, 2020). Akses ke pasar internasional juga mendorong untuk lebih kompetitif dengan menerapkan standar kualitas global, yang pada akhirnya memacu inovasi dan meningkatkan efisiensi produksi. Selain itu, ekspor produk ke luar negeri menjadi sarana untuk memperkuat merek dan citra perusahaan di mata konsumen mancanegara (Hendratni et al., 2022; Soleh et al., 2024). Nilai tambah yang diperoleh pun tidak hanya dari sisi finansial, tetapi juga dari reputasi. Dalam jangka panjang, keterlibatan dalam perdagangan internasional mampu meningkatkan ketahanan bisnis karena risiko usaha dapat didiversifikasi secara geografis. Pemerintah Indonesia turut mendukung upaya menembus pasar ekspor melalui berbagai program seperti pelatihan, pembiayaan, dan promosi produk di ajang pameran internasional (Hernawan et al., 2024).

Masuk ke pasar internasional juga memacu UMKM untuk mengadopsi teknologi yang lebih modern, memperbaiki sistem manajemen, dan menghasilkan produk yang lebih kompetitif. Keberhasilan di pasar global dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha lainnya, sehingga terbentuk ekosistem bisnis yang kuat dan kompetitif di tingkat nasional (Hernawan et al., 2024). Di era globalisasi dan perdagangan bebas, keikutsertaan dalam pasar internasional berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, terutama melalui peningkatan devisa dan penciptaan lapangan kerja (Hendratni, 2021). Selain itu, keterlibatan dalam rantai pasok global membuka akses terhadap pengetahuan baru, peluang kemitraan strategis, dan investasi asing. Dengan hadirnya platform digital, peluang ekspor kini semakin mudah diakses, khususnya melalui perdagangan elektronik (e-commerce) lintas negara. Persaingan yang ketat di pasar global pun mendorong UMKM terus meningkatkan mutu produk dan efisiensi produksi, sehingga dapat menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen internasional (Judijanto et al., 2024). Melalui strategi yang tepat, UMKM tidak hanya memperkuat posisi usahanya, tetapi juga berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif yang berkelanjutan di Indonesia. Karena itu, memasuki pasar internasional bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di era modern (Dharta et al., 2024).

Kemampuan menggunakan perangkat digital dan literasi digital menjadi faktor penting bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) dalam mempersiapkan diri memasuki pasar internasional. Literasi digital memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan teknologi informasi secara optimal untuk mengelola bisnis, mulai dari pemasaran online, transaksi digital, hingga pengelolaan rantai pasok global (Kusumastuti et al., 2024). Penguasaan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi analisis data membantu menjangkau konsumen di berbagai negara tanpa dibatasi jarak geografis. Dengan literasi digital, pelaku UMKM dapat menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak bertransaksi secara online. Selain itu, literasi ini memungkinkan pengelolaan data secara aman dan efisien, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen internasional (Wahyoedi et al., 2024). Pemanfaatan teknologi juga memperluas akses terhadap pelatihan, kemitraan strategis, dan peluang pasar baru. Dengan kemampuan digital yang baik, UMKM dapat berinovasi dalam produk, memahami tren pasar global, serta bersaing dengan kompetitor internasional (Sutrisno et al., 2023). Keterampilan ini juga membantu meminimalkan hambatan dalam memahami prosedur perdagangan global yang kini banyak berbasis digital. Oleh karena itu, meningkatkan kapasitas dan literasi digital menjadi langkah strategis agar mampu bersaing dan tumbuh secara berkelanjutan di pasar internasional (Al Aidhi et al., 2023).

Pemerintah memiliki peran penting dalam membangun infrastruktur, menyediakan program pelatihan, serta memberikan dukungan pemodal yang mendukung terciptanya ekosistem digital bagi pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) (Fkun et al., 2023). Infrastruktur digital yang memadai, seperti jaringan internet yang merata dan berkualitas, menjadi fondasi bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usahanya. Selain itu, pemerintah perlu menghadirkan program pelatihan literasi digital yang fokus pada penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan teknologi manajemen bisnis (Harahap et al., 2023). Akses pemodal melalui skema kredit bunga rendah, subsidi, atau insentif investasi teknologi juga sangat membantu UMKM dalam bertransformasi menuju

bisnis berbasis digital. Kebijakan yang jelas dan terintegrasi akan mempercepat proses adaptasi UMKM terhadap perubahan pasar global yang semakin berbasis teknologi (Alwi et al., 2023). Kolaborasi pemerintah dengan sektor swasta dan akademisi juga dapat memperkuat ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan (Harahap et al., 2023). Dengan adanya dukungan tersebut, UMKM akan lebih siap memanfaatkan peluang di pasar internasional sekaligus menghadapi tantangan persaingan global. Upaya ini pada akhirnya meningkatkan daya saing UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tentang urgensi dan pentingnya masuk dalam pasar internasional bagi keberlanjutan UMKM di Indonesia, serta bagaimana menjadi adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang menuntut pelaku UMKM dan SDM yang bekerja di sektor UMKM untuk memiliki literasi yang baik dan mampu menggunakan perangkat digitalisasi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, sehingga kemudian diadakan pelatihan dan penyuluhan bagi pelaku UMKM di beberapa kota di Indonesia. Kegiatan ini juga merupakan kontribusi akademisi dalam mensukseskan program pemerintah untuk memajukan kapasitas UMKM di Indonesia dan menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional.

## METODE

Pelaksanaan pelatihan dan penyuluhan tentang digitalisasi dan penggunaan perangkat digital bagi pelaku usaha kecil dan menengah diadakan di lima kota di Indonesia. Kegiatan berlangsung pada bulan Juli 2025. Kegiatan melibatkan sekitar 120 orang karyawan yang bekerja pada berbagai sektor industri, seperti kerajinan tangan, usaha makanan dan minuman, industri rumah tangga yang memproduksi baju dan usaha pendidikan. Kegiatan penguatan literasi digital diadakan dengan metode presentasi, dimana dosen pengabdian melakukan presentasi perihal bagaimana pentingnya pemahaman digital dan dampak positif yang akan diterima oleh pelaku usaha kecil menengah, khususnya bila ingin masuk dalam pasar global atau internasional. Pemateri mencetak dan memberikan modul pada peserta penyuluhan. Terkait pelatihan digitalisasi, dosen pengabdian membawakan pelatihan menggunakan beberapa perangkat atau aplikasi AI (*Artificial Intelligence*) untuk menyelesaikan berbagai permasalahan bisnis, seperti ide desain produk, mencari literasi pengembangan pasar hingga membuat *copywriting* pada konten media sosial menggunakan AI. Untuk mengukur efektivitas dan keberhasilan program, dosen pengabdian membagikan kuesioner sebelum dan setelah kegiatan berlangsung. Hal ini tidak hanya untuk mengukur pemahaman peserta, namun juga sebagai umpan balik bagi tim dosen pengabdian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sesi penyuluhan dengan tujuan penguatan literasi digital, dosen pengabdian menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas Usaha Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM yang memiliki keterampilan manajerial, pemahaman teknologi, dan literasi digital yang baik mampu meningkatkan produktivitas sekaligus efisiensi operasionalnya. Dengan kapasitas yang lebih kuat, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, baik di dalam negeri maupun internasional, sehingga berkontribusi pada peningkatan ekspor dan devisa negara. Kemampuan berinovasi yang lebih tinggi juga memungkinkan mereka menghasilkan produk dengan nilai tambah dan daya saing global. Penguatan kapasitas UMKM turut menciptakan lapangan kerja baru yang mendukung penyerapan tenaga kerja lokal secara lebih luas. Selain itu, UMKM yang lebih tangguh dapat membentuk rantai pasok yang stabil serta memberikan dukungan pada sektor industri lainnya. Efek berantai ini memperkuat struktur ekonomi nasional dan membantu mengurangi ketimpangan antarwilayah. Peningkatan kapasitas juga mendorong inklusi keuangan dengan memberikan akses yang lebih baik terhadap pembiayaan dan teknologi. Pada akhirnya, penguatan UMKM tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membangun perekonomian yang lebih tangguh dan berkelanjutan.

Pada sesi lainnya dosen pengabdian juga mengulas tentang fungsi dan peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. UMKM memegang peran penting sebagai penopang utama perekonomian. Perannya terlihat jelas dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta penguatan ekonomi berbasis kerakyatan. UMKM menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, terutama di sektor informal dan pedesaan, sehingga membantu menekan angka pengangguran. Dari sisi kontribusi ekonomi, UMKM mendominasi struktur usaha di Indonesia sehingga

secara kolektif menyumbang signifikan pada pertumbuhan PDB. Selain itu, UMKM turut mendorong pemerataan ekonomi dengan membuka peluang usaha bagi masyarakat kecil yang sulit dijangkau sektor usaha besar. Dalam konteks ekonomi kerakyatan, UMKM berperan dalam memberdayakan masyarakat melalui penguatan ekonomi lokal dan peningkatan pendapatan rumah tangga. Kehadirannya juga memicu lahirnya inovasi dan kreativitas yang meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan sifatnya yang fleksibel, UMKM terbukti mampu bertahan di tengah krisis ekonomi dan menjadi penopang stabilitas ekonomi nasional. Peran ini menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar penting dalam mewujudkan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Digitalisasi memegang peran penting bagi dunia bisnis, terutama bagi UMKM. Penerapan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing. Melalui e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran online, UMKM bisa menjangkau konsumen di berbagai daerah tanpa batasan geografis sekaligus memasarkan produk dengan biaya yang lebih terjangkau. Pemanfaatan teknologi juga memudahkan pengelolaan data, stok, dan transaksi secara real-time, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan akurat. Kehadiran platform digital pun membuka peluang kolaborasi yang lebih efektif dengan mitra bisnis, investor, dan pelanggan. Dengan transformasi digital, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, melahirkan inovasi produk, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Hal ini menjadi kunci penting untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di era ekonomi modern.

Dalam kaitan pentingnya implementasi penggunaan teknologi dan perangkat digital, serta literasi yang konsisten dan berkelanjutan tentang digitalisasi bagi pelaku UMKM, Dosen pengabdian juga menambahkan Penerapan digitalisasi dan peningkatan literasi digital memegang peran penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, khususnya bagi UMKM, di era ekonomi modern yang cepat dan kompetitif. Digitalisasi memberi peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi seperti e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen usaha guna meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas pasar tanpa batas geografis. Dengan dukungan teknologi, UMKM dapat memasarkan produk atau layanan secara lebih efektif, menekan biaya distribusi, dan menjangkau konsumen baru, baik di dalam maupun luar negeri. Pengelolaan data dan transaksi secara digital juga membantu menghasilkan keputusan yang lebih akurat dan berbasis analisis, sehingga memicu lahirnya inovasi serta strategi bisnis yang lebih tepat sasaran. Namun, keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga tingkat literasi digital para pelaku UMKM. Literasi digital yang baik memberikan pemahaman tentang penggunaan teknologi, keamanan siber, pemasaran digital, dan analisis data. Dengan begitu, pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dan aman. Tanpa pemahaman yang memadai, teknologi berisiko tidak digunakan secara maksimal atau bahkan menimbulkan tantangan baru. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital menjadi kunci agar digitalisasi benar-benar membawa dampak positif bagi produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan bisnis. Sinergi antara digitalisasi dan literasi digital akan mendorong UMKM menjadi lebih adaptif, inovatif, dan mampu bertahan di tengah dinamika ekonomi global.

## **KESIMPULAN**

Kesiapan UMKM untuk menembus pasar internasional sangat ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi digital dan penguasaan literasi digital yang memadai. Pemanfaatan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing di tingkat global. Namun, tanpa literasi digital yang baik, pelaku UMKM berisiko tertinggal dan tidak mampu mengoptimalkan potensi teknologi yang ada. Oleh sebab itu, pemerintah perlu menyediakan program pelatihan dan pendampingan literasi digital secara berkesinambungan, memperluas akses infrastruktur teknologi, serta memberikan insentif kepada UMKM yang berorientasi pada ekspor berbasis digital. Di sisi lain, pelaku UMKM juga harus proaktif dalam meningkatkan kompetensi digital, memanfaatkan platform e-commerce global, dan mengembangkan strategi pemasaran berbasis data dan teknologi. Sinergi antara dukungan pemerintah dan kesiapan pelaku usaha akan mempercepat langkah UMKM untuk go international. Dengan demikian, penguasaan teknologi dan literasi digital bukan sekadar kebutuhan, melainkan fondasi penting untuk menghadapi persaingan global yang semakin ketat dan dinamis.

## **REFERENSI**

Fujianti, L., & Hendratni, T. W. (2020). Pengenalan Aplikasi Akuntansi UMKM Berbasis Handphone Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Cirebon. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).

Hendratni, T. W., Trirahayu, D., Riskarini, D., & Sudarmaji, E. (2022). Pelatihan Menghindari Resiko Kebangkrutan Umkm Posdaya Kecapi Ii Di Wilayah Kebagusan Jakarta Selatan. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(2), 157-167.

Hendratni, T. W. (2021). Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya peningkatan Pendapatan Bagi UMKM di kabupaten MBS. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 59-66.

Hernawan, M. A., Wahdiniawati, S. A., Nurdiani, T. W., Wandanaya, A. B., Santoso, M. H., Saryanto, S., ... & Wahyuningratna, R. N. (2024). Peran Teknologi Dan Digitalisasi Untuk Meningkatkan Performa Organisasi. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 450-453.

Hendratni, T. W. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan UMKM Berbasis Handphone di Pusat Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(1), 60-69.

Judijanto, L., Marsas, E. G., Putri, P. A. N., Koerniawati, D., & Apramilda, R. (2024). Peningkatan Efisiensi Operasional Bisnis Melalui Implementasi Teknologi Manajemen Terkini. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 216-222.

Dharta, F. Y., Achmady, S., Apramilda, R., Aswadi, D., & Setiowati, R. (2024). Analysis of The Influence of Marketing Attributes Proper Identification, Brand Competitiveness and Digital Communication on Effectiveness of Local Fashion Brand Promotion in Global Market. *Jurnal Sistim Informasi dan Teknologi*, 101-105.

Kusumastuti, R., Suryadi, D., Cakranegara, P. A., & Apramilda, R. (2024). How Does MSME Tax Compliance Stand In Indonesia. *Journal of Management*, 3(1), 199-203.

Wahyoedi, S., Apramilda, R., Rais, R., Judijanto, L., Amin, S., Syofya, H., & Anshori, M. I. (2024). Pembangunan Sumber Daya Manusia Indonesia Di Era Digital: Pembahasan Pada Seminar Oleh Dosen Lintas Perguruan Tinggi. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 1-5.

Sutrisno, S., Ausat, A. M. A., Permana, B., & Harahap, M. A. K. (2023). Do Information Technology and Human Resources Create Business Performance: A Review. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(8), 14.

Al Aidhi, A., Harahap, M. A. K., RUMKMana, A. Y., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan daya saing ekonomi melalui peranan inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118-134.

Fkun, E., Yusuf, M., RUMKMana, A. Y., Putri, Z. F., & Harahap, M. A. K. (2023). Entrepreneurial Ecosystem: Interaction between Government Policy, Funding and Networks (Study on Entrepreneurship in West Java). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), 77-88.

Harahap, M. A. K., Ausat, A. M. A., & Suherlan, S. (2023). Analysing the role of religious education in improving the work ethic of MSME owners. *Journal on Education*, 5(4), 15050-15057.

Alwi, M. N., Bahari, F., Turot, M., Nainggolan, A., & Semmawi, R. (2023). Tantangan dan Peluang Perbankan Digital: Studi Kasus Inovasi Keuangan dan Transformasi Perbankan. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 3(2), 2160-2177.

Harahap, M. A. K., Sutrisno, S., Raharjo, I. B., Novianti, R., & Ausat, A. M. A. (2023). The Role of MSMEs in Improving the Economy in Ramadan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1907-1911.

Mere, K., Santoso, M. H., Rahmawati, H. U., & Harahap, M. A. K. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12324-12329.

Soleh, S., Apriliani, R., Santoso, M. H., Prakoso, T., & Erasma, E. (2024). Analysis of The Influence of Information, Access to Credit and Transparency of Government Policies on Small Medium Enterprises Performance. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6405-6412.

Hernawan, M. A., Wahdiniawati, S. A., Nurdiani, T. W., Wandanaya, A. B., Santoso, M. H., Saryanto, S., ... & Wahyuningratna, R. N. (2024). Peran Teknologi Dan Digitalisasi Untuk Meningkatkan Performa Organisasi. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 450-453.