

Strategi Pengembangan SDM UMKM di Era Digitalisasi Ekonomi

Rena Augia Putrie^{1*}, Uslan Adinata², Marsiana Rika³, Merita Ayu Indrianti⁴, Oki Dwipurwani⁵

¹Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jl. Ronggo Waluyo Sirnabaya, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat


²Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Abror Al Robbaniyin, Jl. KH. Agus Salim Krajan I, Alasbulu, Kec. Wongsorejo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur

³Politeknik Negeri Pontianak, Jl. Jenderal Ahmad Yani, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

⁴Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Jl. Prof. Dr. H. Mansoer Pateda, Desa Pentadio Tim., Kec. Telaga Biru, Kabupaten Gorontalo, Gorontalo

⁵Universitas Sriwijaya, Jl. Masjid Al-Ghazali, Bukit Lama, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan
E-mail: rena.putrie@ubpkarawang.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5911>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 01 Mar 2026

Revised: 10 Mar 2026

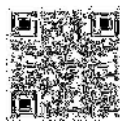
Accepted: 30 Mar 2026

Kata Kunci:

Sumber Daya Manusia, UMKM, Digitalisasi Ekonomi

Keywords:

Human Resources, MSMEs, Economic Digitalization



ABSTRACT

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas SDM pelaku UMKM dalam menghadapi digitalisasi ekonomi melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial, pemasaran online, dan pengelolaan usaha berbasis aplikasi, sehingga strategi pemasaran menjadi lebih efektif. Selain itu, terjadi perubahan pola pikir kewirausahaan yang lebih inovatif dan adaptif, peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan digital, terbentuknya jejaring usaha, serta meningkatnya kepercayaan diri pelaku UMKM. Secara keseluruhan, program ini berdampak positif dan membuka peluang pengembangan usaha yang lebih luas dan berkelanjutan.

This community service program aims to improve the human resource capacity of MSMEs in facing the digitalization of the economy through outreach, training, and mentoring. The results demonstrate an increase in digital understanding and skills, particularly in the use of social media, online marketing, and app-based business management, resulting in more effective marketing strategies. Furthermore, there has been a shift in entrepreneurial mindsets to become more innovative and adaptive, improved digital financial management capabilities, the formation of business networks, and increased self-confidence among MSMEs. Overall, this program has had a positive impact and opened up opportunities for broader and more sustainable business development.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Rena Augia Putrie, et al (2026). Strategi Pengembangan SDM UMKM di Era Digitalisasi Ekonomi, 4(4) 22965-22975. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5911>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi (Khairi et al., 2025). Transformasi menuju ekonomi digital bukan lagi sekadar fenomena global, melainkan telah menjadi bagian nyata dari aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari (Ardianto et al., 2024). Perubahan ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet, platform digital, serta berbagai aplikasi berbasis teknologi yang mempermudah proses produksi, distribusi, hingga pemasaran produk (Fadillah & Fasa, 2021). Dalam konteks ini, pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dituntut untuk mampu beradaptasi agar tetap bertahan dan berkembang di tengah arus perubahan yang begitu cepat.

UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional memiliki peran yang sangat strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi (Mustari, 2024). Namun demikian, di tengah derasnya arus digitalisasi, tidak semua pelaku UMKM memiliki kesiapan yang memadai untuk menghadapinya (Dewi & Simatupang, 2025). Banyak di antara mereka yang masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dalam hal produksi, manajemen, maupun pemasaran (Rizky et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi dengan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam menghadapi era digitalisasi ekonomi (Hakim, 2023). SDM yang kompeten tidak hanya dituntut untuk memiliki keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan adaptasi, kreativitas, serta literasi digital yang memadai (Nugroho & Tambunan, 2025). Dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai pemanfaatan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran, pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, maupun strategi branding secara daring (Dewi Purnamasari et al., 2023).

Keterbatasan dalam penguasaan teknologi digital ini sering kali menjadi hambatan utama bagi UMKM untuk berkembang secara optimal (Agil Dzikrullah & Chasanah, 2024). Di satu sisi, peluang pasar semakin terbuka luas melalui platform digital, namun di sisi lain, ketidakmampuan dalam memanfaatkan peluang tersebut justru membuat pelaku UMKM tertinggal (Maimuna et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya soal ketersediaan teknologi, tetapi juga berkaitan erat dengan kesiapan manusia yang menggunakannya (Al Amrie & Nur, 2025).

Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengarah pada penggunaan platform digital juga menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM (Aurynnia et al., 2024). Konsumen saat ini cenderung mencari informasi produk secara daring, membandingkan harga melalui aplikasi, hingga melakukan transaksi secara online (Luthfi et al., 2024). Apabila pelaku UMKM tidak mampu mengikuti pola perilaku tersebut, maka potensi kehilangan pasar menjadi semakin besar (Rudi Hartono, 2025). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM menjadi hal yang tidak dapat diabaikan.

Di sisi lain, terdapat pula permasalahan terkait rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama yang berada di daerah. Keterbatasan akses informasi, kurangnya pelatihan, serta minimnya pendampingan menjadi faktor yang memperparah kondisi ini (Rika et al., 2025). Akibatnya, banyak pelaku UMKM yang merasa kesulitan untuk memulai transformasi digital, bahkan sebagian di antaranya memiliki persepsi bahwa teknologi merupakan sesuatu yang rumit dan sulit diterapkan.

Dalam konteks inilah, kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki peran yang sangat penting. Melalui pendekatan yang partisipatif dan berbasis kebutuhan masyarakat, program pengabdian dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kapasitas SDM UMKM secara bertahap. Tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun kepercayaan diri pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka.

Pengembangan SDM UMKM di era digitalisasi ekonomi tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan membutuhkan proses yang berkelanjutan. Pendekatan yang dilakukan harus mempertimbangkan kondisi sosial, budaya, serta tingkat pemahaman peserta. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan perlu dirancang secara sistematis dan kontekstual, agar dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM.

Lebih lanjut, penting untuk dipahami bahwa digitalisasi bukan sekadar alat bantu, tetapi telah menjadi bagian integral dari ekosistem bisnis modern. Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing produk (Susilowati et al., 2025). Namun, semua manfaat tersebut hanya dapat dirasakan apabila didukung oleh SDM yang memiliki kompetensi yang memadai.

Selain aspek teknis, pengembangan SDM juga perlu mencakup aspek mindset atau pola pikir. Banyak pelaku UMKM yang masih memiliki pola pikir tradisional, sehingga kurang terbuka terhadap perubahan (Syailendra et al., 2024). Padahal, di era digital, fleksibilitas dan kemampuan untuk terus belajar menjadi kunci utama dalam menghadapi dinamika pasar (Maharani et al., 2024). Oleh karena itu, program pengembangan SDM perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan keterampilan, tetapi juga perubahan pola pikir.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ini diharapkan mampu menjadi jembatan antara perkembangan teknologi dengan kebutuhan pelaku UMKM. Melalui pelatihan, pendampingan, serta praktik langsung, pelaku UMKM dapat memperoleh pengalaman yang relevan dan aplikatif. Hal ini penting agar mereka tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selain itu, kolaborasi antara berbagai pihak juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pengembangan SDM UMKM (Hamdi et al., 2024). Perguruan tinggi, pemerintah, serta sektor swasta memiliki peran masing-masing dalam menciptakan ekosistem yang mendukung transformasi digital UMKM (Arbani, 2025). Sinergi ini diperlukan agar program yang dilaksanakan tidak bersifat parsial, melainkan terintegrasi dan berkelanjutan.

Dalam pelaksanaannya, strategi pengembangan SDM UMKM perlu memperhatikan karakteristik usaha yang beragam. Setiap UMKM memiliki kebutuhan dan tantangan yang berbeda, sehingga pendekatan yang digunakan tidak dapat disamaratakan (Setyanto et al., 2025). Dengan memahami kondisi riil di lapangan, program pengabdian dapat dirancang secara lebih tepat sasaran.

Tidak dapat dipungkiri bahwa pandemi global yang terjadi beberapa tahun terakhir juga telah mempercepat proses digitalisasi di berbagai sektor, termasuk UMKM. Banyak pelaku usaha yang terpaksa beralih ke platform digital untuk mempertahankan usahanya (Zebua & Sunaryanto, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi terhadap teknologi menjadi semakin penting dan mendesak.

Namun demikian, percepatan digitalisasi yang terjadi belum sepenuhnya diikuti oleh kesiapan SDM. Hal ini menimbulkan kesenjangan yang perlu segera diatasi melalui berbagai program pemberdayaan. Tanpa adanya intervensi yang tepat, dikhawatirkan sebagian UMKM akan semakin tertinggal dan kehilangan daya saing.

Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang komprehensif dalam mengembangkan SDM UMKM di era digitalisasi ekonomi. Strategi tersebut harus mampu menjawab berbagai tantangan yang dihadapi, sekaligus memanfaatkan peluang yang ada. Pendekatan yang dilakukan harus bersifat adaptif, inovatif, serta berorientasi pada kebutuhan nyata pelaku UMKM.

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan SDM, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitasnya secara signifikan. Tidak hanya dalam hal penggunaan teknologi, tetapi juga dalam pengelolaan usaha secara keseluruhan. Hal ini pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM di tingkat lokal maupun global.

Secara keseluruhan, latar belakang ini menunjukkan bahwa pengembangan SDM UMKM di era digitalisasi ekonomi merupakan kebutuhan yang mendesak dan tidak dapat ditunda. Perubahan yang terjadi menuntut adanya kesiapan yang matang, baik dari sisi keterampilan maupun pola pikir. Oleh karena itu, melalui program pengabdian kepada masyarakat yang terarah dan berkelanjutan, diharapkan UMKM mampu bertransformasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, sehingga tetap eksis dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

METODE

Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan serangkaian kegiatan persiapan yang bertujuan untuk memastikan bahwa program yang akan dilaksanakan benar-benar relevan dengan kebutuhan mitra, dalam hal ini pelaku UMKM. Kegiatan dimulai dengan melakukan observasi lapangan secara langsung untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi usaha, karakteristik sumber daya manusia, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital yang telah berjalan. Selain itu, dilakukan pula wawancara mendalam dengan pelaku UMKM guna menggali informasi mengenai kendala yang dihadapi, baik yang berkaitan dengan keterbatasan kompetensi digital, manajemen usaha, maupun adaptasi terhadap perubahan pasar yang semakin terdigitalisasi.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi kesenjangan kompetensi (*skill gap*) yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Proses ini menjadi sangat penting karena akan menjadi dasar dalam merancang program pengembangan SDM yang tepat sasaran. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak bersifat umum atau seragam, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mitra sehingga mampu memberikan dampak yang lebih signifikan dan berkelanjutan.

Tahap Perencanaan Program Pengembangan SDM

Setelah kebutuhan mitra teridentifikasi dengan jelas, langkah selanjutnya adalah menyusun perencanaan program secara sistematis. Pada tahap ini, tim pengabdian merancang kurikulum pelatihan yang mencakup berbagai aspek penting dalam pengembangan SDM UMKM di era digital, seperti literasi digital, pemasaran berbasis media sosial, pengelolaan keuangan digital, serta penguatan mindset kewirausahaan adaptif.

Perencanaan juga mencakup penentuan metode pembelajaran yang akan digunakan, seperti pelatihan partisipatif, diskusi kelompok, studi kasus, serta praktik langsung (*hands-on training*). Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pelaku UMKM cenderung lebih mudah memahami materi melalui pengalaman langsung dibandingkan dengan pendekatan teoritis semata. Selain itu, disusun pula jadwal kegiatan, pembagian peran tim pelaksana, serta penyediaan sarana dan prasarana pendukung agar pelaksanaan program dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Tahap Sosialisasi dan Pendekatan kepada Mitra

Sebelum program dilaksanakan, dilakukan kegiatan sosialisasi kepada para pelaku UMKM sebagai bentuk pengenalan program sekaligus upaya membangun komitmen bersama. Sosialisasi ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai tujuan dan manfaat kegiatan, tetapi juga untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pengembangan SDM dalam menghadapi tantangan digitalisasi ekonomi.

Dalam proses ini, pendekatan yang digunakan bersifat persuasif dan komunikatif, sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara tim pengabdian dan mitra. Pelaku UMKM diberikan ruang untuk menyampaikan harapan, kebutuhan, serta kekhawatiran mereka terhadap perubahan yang akan dihadapi. Dengan adanya interaksi dua arah ini, diharapkan tercipta rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program, sehingga partisipasi mitra dalam setiap tahapan kegiatan menjadi lebih aktif dan berkelanjutan.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap inti dari kegiatan pengabdian ini adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang dirancang secara terintegrasi. Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang mencakup materi-materi strategis, seperti pengenalan teknologi digital, pemanfaatan platform e-commerce, optimalisasi media sosial untuk pemasaran, serta penggunaan aplikasi keuangan digital untuk pencatatan usaha.

Selain penyampaian materi, peserta juga diajak untuk melakukan praktik langsung, seperti membuat akun bisnis di platform digital, menyusun konten promosi, hingga melakukan simulasi transaksi secara daring. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selanjutnya, dilakukan pendampingan secara intensif untuk memastikan bahwa pengetahuan yang telah diperoleh benar-benar diterapkan. Pendampingan ini dilakukan baik secara tatap muka maupun melalui media komunikasi digital, sehingga pelaku UMKM dapat berkonsultasi secara fleksibel ketika menghadapi kendala. Proses pendampingan menjadi kunci penting dalam memastikan keberlanjutan hasil pelatihan, karena perubahan perilaku tidak dapat terjadi secara instan, melainkan membutuhkan proses yang berkelanjutan.

Tahap Implementasi Strategi Pengembangan SDM

Tahap selanjutnya, implementasi strategi pengembangan sumber daya manusia. Pada tahap ini, para peserta mulai mengaplikasikan secara langsung berbagai pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama proses pendampingan. Pada fase ini, pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga berupaya mengintegrasikannya ke dalam praktik usaha sehari-hari. Beberapa bentuk implementasi yang tampak antara lain pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran yang lebih luas dan efektif, pengelolaan data usaha secara terstruktur melalui sistem digital, serta upaya peningkatan kualitas layanan kepada konsumen agar lebih responsif dan profesional. Tahap ini menjadi penanda awal dari keberhasilan program, karena mencerminkan adanya pergeseran sikap, pola pikir, dan cara kerja pelaku UMKM ke arah yang lebih adaptif terhadap tuntutan perkembangan ekonomi digital.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Untuk mengukur efektivitas program, dilakukan kegiatan monitoring dan evaluasi secara berkala. Monitoring dilakukan selama proses pelaksanaan kegiatan untuk memastikan bahwa setiap tahapan

berjalan sesuai dengan rencana. Dalam tahap ini, tim pengabdian mengamati tingkat partisipasi peserta, pemahaman terhadap materi, serta kemampuan dalam mengimplementasikan keterampilan yang telah diajarkan.

Sementara itu, evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan untuk menilai sejauh mana tujuan program telah tercapai. Evaluasi ini mencakup aspek peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, serta peningkatan keterampilan digital pelaku UMKM. Selain itu, dilakukan pula evaluasi terhadap dampak program terhadap perkembangan usaha, seperti peningkatan pemasaran, efisiensi operasional, dan perluasan jaringan pelanggan.

Hasil evaluasi kemudian dianalisis sebagai bahan refleksi untuk perbaikan program di masa mendatang. Dengan adanya proses evaluasi yang sistematis, kegiatan pengabdian tidak hanya berhenti pada pelaksanaan semata, tetapi juga menghasilkan pembelajaran yang dapat digunakan untuk pengembangan program yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meningkatnya Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Konsep Digitalisasi Ekonomi

Salah satu capaian yang cukup menonjol dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terlihat pada meningkatnya tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep digitalisasi ekonomi secara lebih utuh dan kontekstual. Pada fase awal kegiatan, sebagian besar peserta masih menempatkan teknologi digital sebagai sesuatu yang rumit, bahkan cenderung dianggap tidak relevan dengan skala usaha yang mereka jalankan. Pandangan tersebut muncul karena keterbatasan pengalaman serta minimnya paparan terhadap praktik-praktik pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Akibatnya, penggunaan teknologi hanya berhenti pada fungsi-fungsi sederhana, seperti berkomunikasi melalui aplikasi pesan, tanpa diiringi pemahaman mengenai bagaimana teknologi dapat diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan usaha secara lebih luas.

Seiring dengan berlangsungnya proses pelatihan dan pendampingan yang dirancang secara bertahap dan aplikatif, mulai terlihat adanya pergeseran cara pandang yang cukup berarti. Pelaku UMKM tidak lagi memosisikan teknologi sebagai beban tambahan, melainkan sebagai alat yang dapat mendukung efisiensi dan pertumbuhan usaha. Mereka mulai menyadari bahwa digitalisasi memiliki peran penting dalam menyederhanakan proses operasional, mempercepat arus informasi, serta membuka peluang akses pasar yang sebelumnya sulit dijangkau melalui cara-cara konvensional. Kesadaran ini tumbuh sejalan dengan meningkatnya pemahaman mereka terhadap berbagai contoh penerapan teknologi yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Pemahaman yang berkembang tersebut tidak hanya berhenti pada tataran konseptual, tetapi juga mulai memengaruhi cara mereka dalam mengambil keputusan bisnis. Pelaku UMKM menunjukkan kecenderungan untuk lebih terbuka terhadap inovasi, serta memiliki keberanian untuk mencoba pendekatan baru dalam memasarkan produk maupun mengelola usaha. Mereka mulai melihat keterkaitan antara pemanfaatan platform digital dengan peningkatan produktivitas, efisiensi biaya, dan kemampuan bersaing di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, peningkatan pemahaman ini tidak hanya menjadi indikator keberhasilan kegiatan, tetapi juga menjadi landasan awal bagi terjadinya transformasi perilaku usaha yang lebih adaptif, responsif, dan berorientasi pada keberlanjutan di era digital.

Peningkatan Keterampilan Digital dalam Pengelolaan Usaha

Selain adanya peningkatan pada aspek pemahaman, capaian lain yang cukup menonjol dari pelaksanaan kegiatan ini tercermin pada berkembangnya keterampilan digital pelaku UMKM dalam mengelola aktivitas usahanya secara lebih efektif. Pada kondisi awal, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kepentingan bisnis. Penggunaan platform digital belum dilakukan secara optimal, baik dalam hal pemasaran produk, pengelolaan media sosial, maupun pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Hal ini menyebabkan potensi teknologi yang seharusnya dapat mendukung pengembangan usaha belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Setelah melalui rangkaian pelatihan yang dirancang dengan pendekatan praktis serta didukung oleh proses pendampingan yang berkelanjutan, mulai terlihat adanya peningkatan kemampuan yang cukup signifikan. Pelaku UMKM tidak hanya memahami fungsi dasar dari berbagai platform digital, tetapi juga mampu mengoperasikannya secara mandiri sesuai dengan kebutuhan usaha mereka. Mereka telah mampu membuat dan mengelola akun bisnis secara lebih profesional, menyusun materi promosi

yang lebih komunikatif dan menarik, serta mulai memahami pola interaksi yang efektif dengan konsumen di ruang digital. Kemampuan ini menunjukkan adanya proses pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menyentuh aspek keterampilan yang aplikatif.

Peningkatan keterampilan ini juga mendorong munculnya inisiatif-inisiatif baru dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Beberapa di antaranya mulai memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti siaran langsung untuk memperkenalkan produk, serta mengoptimalkan penggunaan konten visual sebagai sarana menarik perhatian calon konsumen. Upaya-upaya ini mencerminkan adanya keberanian untuk berinovasi meskipun masih dalam skala sederhana. Dengan demikian, peningkatan keterampilan digital yang terjadi tidak hanya memperkuat kapasitas teknis pelaku usaha, tetapi juga menjadi indikator bahwa metode pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan intensif mampu memberikan dampak nyata terhadap kesiapan mereka dalam beradaptasi dengan ekosistem bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Terjadinya Perubahan Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan yang Lebih Adaptif

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya memberikan dampak pada aspek keterampilan teknis, tetapi juga mendorong terjadinya transformasi yang cukup mendasar dalam cara pandang pelaku UMKM terhadap aktivitas kewirausahaan yang mereka jalankan. Pada tahap awal pelaksanaan kegiatan, terlihat bahwa sebagian besar pelaku usaha masih berada dalam zona nyaman dengan pola usaha yang telah lama mereka lakukan. Praktik bisnis yang dijalankan cenderung bersifat rutin, minim eksplorasi, serta kurang mempertimbangkan peluang-peluang baru yang sebenarnya terbuka luas di tengah perkembangan zaman. Kondisi ini tidak terlepas dari adanya rasa khawatir terhadap risiko kegagalan, keterbatasan akses informasi, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi inovasi yang relevan dengan kondisi pasar saat ini.

Namun demikian, seiring dengan proses pendampingan, pelatihan, dan interaksi yang intensif selama kegiatan berlangsung, mulai tampak adanya perubahan yang cukup berarti dalam cara berpikir para pelaku UMKM. Mereka secara perlahan menunjukkan sikap yang lebih terbuka terhadap ide-ide baru serta mulai berani keluar dari kebiasaan lama yang sebelumnya dianggap paling aman. Keberanian ini tercermin dari meningkatnya minat untuk mencoba berbagai pendekatan baru dalam mengembangkan usaha, termasuk dalam hal pemasaran digital, pengemasan produk yang lebih menarik, hingga eksplorasi kanal distribusi yang lebih luas.

Para pelaku UMKM juga mulai menunjukkan kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Mereka menjadi lebih peka terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen, serta lebih tanggap dalam merespons perubahan tren pasar. Kesadaran akan pentingnya mengikuti perkembangan teknologi juga semakin menguat, sehingga mendorong mereka untuk memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing usaha. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak lagi sekadar menjalankan usaha sebagai rutinitas, melainkan mulai memandangnya sebagai proses yang dinamis dan membutuhkan inovasi berkelanjutan.

Transformasi pola pikir ini menjadi salah satu capaian yang sangat krusial dalam keseluruhan rangkaian kegiatan pengabdian ini. Hal ini dikarenakan perubahan mindset merupakan fondasi utama yang akan menentukan arah pengembangan usaha di masa mendatang. Dengan pola pikir yang lebih terbuka, adaptif, dan berorientasi pada inovasi, pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan sekaligus berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, hasil ini tidak hanya berdampak jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan kontribusi berkelanjutan bagi peningkatan kualitas dan kinerja usaha para pelaku UMKM.

Meningkatnya Efektivitas Strategi Pemasaran UMKM

Salah satu capaian yang cukup menonjol dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terlihat pada meningkatnya kualitas dan efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Pada kondisi awal, pola pemasaran yang diterapkan masih didominasi oleh metode konvensional yang cenderung terbatas dalam jangkauan. Penjualan lebih banyak mengandalkan interaksi langsung di lingkungan sekitar serta rekomendasi dari pelanggan ke pelanggan lainnya. Meskipun cara tersebut tetap memiliki nilai tersendiri dalam membangun kepercayaan, namun dari sisi ekspansi pasar, pendekatan ini belum mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, mulai terlihat adanya perubahan dalam cara pelaku UMKM merancang dan menjalankan strategi pemasaran. Mereka tidak lagi hanya bergantung pada metode tradisional, tetapi mulai mengintegrasikan pendekatan digital sebagai bagian dari upaya memperluas pasar. Pemanfaatan media sosial dan platform marketplace menjadi salah satu langkah konkret yang diambil, di mana pelaku usaha belajar untuk menampilkan produk secara lebih menarik dan informatif kepada calon konsumen yang lebih luas.

Lebih dari sekadar penggunaan platform digital, pelaku UMKM juga mulai memahami pentingnya perencanaan strategi pemasaran yang lebih terarah. Mereka belajar mengenali segmentasi pasar, menentukan target konsumen yang sesuai dengan karakter produk, serta menyesuaikan gaya komunikasi dan konten promosi agar lebih relevan dan menarik. Kreativitas dalam penyajian konten, seperti penggunaan visual yang lebih estetik maupun narasi yang persuasif, menjadi bagian dari upaya untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Selain itu, pemahaman terhadap pemanfaatan fitur-fitur pendukung dalam platform digital juga mulai berkembang. Beberapa pelaku UMKM telah mampu menggunakan data sederhana yang tersedia, seperti jumlah kunjungan, tingkat interaksi, hingga respons pelanggan, sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki strategi pemasaran yang mereka jalankan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dari pola pemasaran yang bersifat intuitif menuju pendekatan yang lebih berbasis pada data, meskipun masih dalam tahap awal.

Dampak dari perubahan ini mulai dirasakan secara nyata oleh para pelaku usaha. Terjadi peningkatan interaksi antara pelaku UMKM dengan konsumen, baik melalui komentar, pesan langsung, maupun bentuk komunikasi lainnya di platform digital. Selain itu, sejumlah pelaku usaha juga melaporkan adanya kenaikan permintaan terhadap produk yang mereka tawarkan. Walaupun peningkatan tersebut belum terjadi secara drastis dan masih berlangsung secara bertahap, namun hal ini menunjukkan adanya arah perkembangan yang positif.

Meningkatnya Kemampuan Pengelolaan Keuangan Berbasis Digital

Dalam ranah manajerial, pelaksanaan kegiatan ini turut memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Pada tahap awal, praktik pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh sebagian besar peserta masih bersifat sangat sederhana dan belum mengikuti prinsip pencatatan yang konsisten. Bahkan, tidak sedikit pelaku usaha yang menjalankan aktivitas bisnis tanpa didukung oleh pencatatan transaksi yang rutin, sehingga kondisi keuangan usaha sulit dipantau secara akurat. Situasi ini berpotensi menimbulkan berbagai kendala, terutama dalam hal pengendalian pengeluaran maupun perencanaan pengembangan usaha.

Seiring dengan dilaksanakannya pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan aplikasi keuangan digital, mulai terlihat adanya perubahan dalam cara pandang dan praktik pengelolaan keuangan para pelaku UMKM. Peserta tidak hanya diperkenalkan pada berbagai alat bantu pencatatan digital, tetapi juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya disiplin dalam mencatat setiap transaksi yang terjadi. Mereka mulai mampu memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha, sebuah langkah mendasar yang sebelumnya sering diabaikan. Selain itu, peserta juga dibimbing untuk menyusun laporan keuangan sederhana yang dapat memberikan gambaran mengenai kondisi usaha secara periodik.

Perkembangan ini berdampak pada meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam memantau arus kas serta mengevaluasi kinerja usaha secara lebih objektif. Dengan adanya data keuangan yang tercatat secara rapi, mereka menjadi lebih mudah dalam mengidentifikasi pola pemasukan dan pengeluaran, sekaligus menentukan langkah-langkah strategis yang perlu diambil. Pada akhirnya, peningkatan kapasitas dalam pengelolaan keuangan ini tidak hanya membantu menjaga stabilitas usaha, tetapi juga memperkuat dasar pengambilan keputusan yang lebih rasional dan terencana dalam menghadapi dinamika bisnis yang terus berkembang.

Terbentuknya Jejaring dan Kolaborasi Antar Pelaku UMKM

Selain memberikan dampak pada aspek pengetahuan dan keterampilan, kegiatan pengabdian ini juga memunculkan implikasi sosial yang cukup signifikan, terutama dalam terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM. Sepanjang proses pelatihan dan pendampingan, interaksi yang terbangun tidak hanya terjadi antara peserta dan tim pelaksana, tetapi juga berkembang secara alami di antara sesama pelaku usaha. Ruang interaksi tersebut menjadi sarana yang produktif untuk saling bertukar pengalaman,

mendiskusikan permasalahan yang dihadapi, serta berbagi informasi yang relevan dengan pengembangan usaha masing-masing.

Dinamika yang muncul selama kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa para pelaku UMKM mulai menyadari pentingnya membangun relasi sebagai bagian dari strategi penguatan usaha. Melalui komunikasi yang intensif, tercipta rasa saling percaya yang kemudian mendorong terbukanya peluang kolaborasi. Bentuk kerja sama yang terjalin memang masih sederhana, seperti melakukan promosi bersama, saling merekomendasikan produk, hingga menjalin pertukaran barang untuk memperluas variasi penawaran kepada konsumen. Meskipun demikian, langkah-langkah kecil tersebut menjadi indikasi awal tumbuhnya semangat kolektif di antara para pelaku usaha.

Keberadaan jejaring ini memiliki nilai strategis sebagai modal sosial yang dapat menopang keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Pelaku UMKM tidak lagi berada dalam posisi yang terisolasi, melainkan menjadi bagian dari komunitas yang memungkinkan terjadinya dukungan timbal balik. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian, seperti perubahan tren pasar atau tekanan persaingan, keberadaan jaringan ini dapat menjadi sumber informasi, motivasi, sekaligus solusi alternatif. Dengan demikian, terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM tidak hanya memperkuat hubungan sosial, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan ketahanan dan daya adaptasi usaha secara kolektif.

Meningkatnya Kepercayaan Diri Pelaku UMKM dalam Menghadapi Persaingan Digital

Dampak lain yang tidak kalah esensial dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tampak pada meningkatnya rasa percaya diri pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika persaingan di era digital. Pada kondisi awal, tidak sedikit pelaku usaha yang merasa berada pada posisi tertinggal, terutama ketika membandingkan diri dengan pelaku usaha lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Perasaan tersebut kerap memunculkan keraguan, bahkan kecenderungan untuk menghindari penggunaan teknologi karena dianggap terlalu rumit atau tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Akibatnya, potensi untuk berkembang menjadi terhambat oleh faktor psikologis yang sebenarnya dapat diatasi melalui proses pembelajaran yang tepat.

Seiring dengan keterlibatan mereka dalam program pelatihan dan pendampingan, perlahan mulai terjadi perubahan pada aspek mental dan sikap dalam menjalankan usaha. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan keyakinan terhadap kemampuan diri, terutama setelah mereka memahami konsep dasar digitalisasi dan mampu mempraktikkan keterampilan yang diajarkan secara langsung. Pengetahuan yang diperoleh tidak lagi bersifat abstrak, melainkan telah teruji melalui pengalaman praktik, sehingga menumbuhkan rasa percaya bahwa mereka juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini menjadi titik awal terbentuknya sikap yang lebih terbuka terhadap perubahan.

Kepercayaan diri ini tercermin dalam berbagai tindakan nyata. Pelaku UMKM mulai menunjukkan keberanian untuk mencoba strategi baru dalam memasarkan produk, lebih aktif dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan melalui media digital, serta lebih mantap dalam mengambil keputusan usaha berdasarkan pertimbangan yang lebih rasional. Mereka tidak lagi ragu untuk bereksperimen, meskipun dalam skala kecil, karena telah memiliki dasar pemahaman dan keterampilan yang memadai. Dengan demikian, peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang dihasilkan dari kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis operasional, tetapi juga menyentuh dimensi psikologis pelaku usaha, yang pada akhirnya berperan penting dalam mendorong keberanian, kemandirian, dan kesiapan mereka untuk bersaing secara lebih kompetitif di tengah perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang.

Munculnya Potensi Pengembangan Usaha yang Lebih Luas

Sebagai capaian akhir, pelaksanaan kegiatan pengabdian ini turut membuka ruang kemungkinan yang lebih luas bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya ke arah yang lebih progresif. Perubahan yang terjadi tidak hanya berhenti pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga tercermin pada cara pandang pelaku usaha dalam melihat peluang pasar. Dengan bekal pemahaman mengenai digitalisasi serta kemampuan dalam memanfaatkan berbagai platform yang tersedia, mereka mulai menyadari bahwa jangkauan usaha tidak lagi terbatas pada wilayah geografis tertentu. Akses terhadap pasar yang lebih luas menjadi sesuatu yang realistis untuk dicapai, seiring dengan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana distribusi dan promosi.

Seiring berkembangnya perspektif tersebut, muncul dorongan dari dalam diri pelaku UMKM untuk melakukan pengembangan usaha secara lebih kreatif dan adaptif. Beberapa peserta mulai

menunjukkan ketertarikan untuk melakukan inovasi produk, baik dari segi desain, kemasan, maupun variasi yang disesuaikan dengan preferensi konsumen di pasar digital. Selain itu, terdapat pula upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, seperti respons yang lebih cepat terhadap pelanggan, penyediaan informasi produk yang lebih lengkap, serta upaya menjaga kepuasan konsumen melalui interaksi yang lebih personal. Langkah-langkah ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga mulai memperhatikan aspek pengalaman pelanggan sebagai bagian dari strategi usaha.

Potensi yang muncul dari perubahan ini menjadi penanda bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan memiliki dampak yang melampaui hasil jangka pendek. Transformasi yang terjadi telah mendorong lahirnya berbagai inisiatif baru yang berangkat dari kesadaran dan kebutuhan pelaku usaha itu sendiri. Inisiatif-inisiatif tersebut berpeluang untuk terus berkembang seiring dengan meningkatnya pengalaman dan keberanian dalam mencoba hal-hal baru. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya berfungsi sebagai intervensi sementara, tetapi juga sebagai pemicu awal bagi proses pengembangan usaha yang berkelanjutan, adaptif terhadap perubahan, dan memiliki orientasi jangka panjang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada strategi pengembangan SDM UMKM di era digitalisasi ekonomi memberikan dampak yang cukup signifikan dan menyeluruh. Dampak tersebut tidak hanya terlihat pada peningkatan aspek pengetahuan, tetapi juga mencakup keterampilan praktis, perubahan pola pikir, serta kesiapan pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika bisnis yang semakin terdigitalisasi.

Peningkatan pemahaman terhadap konsep digitalisasi ekonomi menjadi salah satu capaian mendasar yang berperan sebagai fondasi dalam proses transformasi. Pelaku UMKM yang sebelumnya memandang teknologi sebagai sesuatu yang sulit dan kurang relevan, secara bertahap mulai melihatnya sebagai sarana strategis untuk mendukung efisiensi dan pengembangan usaha. Perubahan cara pandang ini kemudian diikuti dengan meningkatnya keterampilan digital, terutama dalam pemanfaatan platform online untuk pemasaran, pengelolaan usaha, serta pencatatan keuangan yang lebih terstruktur.

Selain itu, kegiatan ini juga mendorong terjadinya perubahan mindset kewirausahaan ke arah yang lebih adaptif dan terbuka terhadap inovasi. Pelaku UMKM mulai menunjukkan keberanian untuk mencoba pendekatan baru, lebih responsif terhadap perubahan pasar, serta memiliki kesadaran yang lebih kuat akan pentingnya teknologi dalam meningkatkan daya saing. Hal ini turut berdampak pada meningkatnya efektivitas strategi pemasaran, di mana pelaku usaha tidak lagi bergantung pada metode konvensional, tetapi mulai mengintegrasikan pendekatan digital secara lebih terarah.

Dari sisi manajerial, kemampuan dalam mengelola keuangan usaha juga mengalami perbaikan, ditandai dengan mulai diterapkannya pencatatan berbasis digital yang lebih sistematis. Di samping itu, terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM menjadi nilai tambah yang memperkuat aspek sosial dan membuka peluang kolaborasi dalam pengembangan usaha. Kepercayaan diri pelaku UMKM pun meningkat, yang tercermin dari kesiapan mereka dalam bersaing serta keberanian untuk mengembangkan usaha ke arah yang lebih luas dan inovatif.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan perubahan jangka pendek, tetapi juga membuka potensi keberlanjutan dalam pengembangan usaha UMKM. Transformasi yang terjadi menunjukkan bahwa penguatan SDM melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan yang tepat mampu menjadi pendorong utama dalam meningkatkan kapasitas, daya saing, serta kemandirian pelaku UMKM di tengah tantangan era digitalisasi ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Kegiatan ini juga tidak akan terlaksana secara optimal tanpa adanya dukungan, bantuan, serta partisipasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih pertama ditujukan kepada lembaga/institusi tempat penulis bernaung yang telah memberikan kesempatan, dukungan administratif, serta fasilitas

yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi mitra dalam kegiatan ini. Partisipasi aktif, keterbukaan, serta antusiasme yang ditunjukkan selama proses pelatihan dan pendampingan menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada tim pelaksana kegiatan yang telah bekerja sama secara solid dalam merancang dan melaksanakan program. Penulis berharap kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan SDM pelaku UMKM, serta menjadi referensi bagi pelaksanaan program serupa di masa yang akan datang. Penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

REFERENSI

- Agil Dzikrullah, A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi Dalam Mendukung UMKM: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, dan Ekspansi Pasar. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 648–668. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>
- Al Amrie, M., & Nur, A. A. (2025). Digitalisasi Ekonomi: Apakah UMKM Siap Go Online? *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Manajemen (EKMAN)*, 4(1), 2829–2715. <https://ekman.fakultasekonomiunikaltar.ac.id/index.php/Ekman>
- Arbani, M. (2025). Tinjauan Regulasi Umkm dalam Mendukung Transformasi dan Keberlanjutan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 6(3), 1401–1410. <https://doi.org/10.46799/jsa.v6i3.2116>
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Apriliana Dewi, L. O., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>
- Aurynnia, A., Masyita, A., Nafi'ah, S., Nur, A., Prima, M., & Zuhri, S. (2024). Transisi Perilaku Konsumen Di Era Digital (Studi Pada UMKM “Shenda Florist”). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Politik*, 1(2), 263–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.3342/juskop.v1i2.241>
- Dewi, C. T., & Simatupang, F. F. (2025). Strategi Digitalisasi dalam Meningkatkan Keberlanjutan dan Daya Saing UMKM di Kabupaten Langkat. *Al-Maidah Journal of Islamic Bangking*, 1(1), 277–287.
- Dewi Purnamasari, E., Roni Coyanda, J., & Gilang Tri, M. (2023). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pengelolaan Keuangan Digital dan Digitalisasi Pemasaran dalam Mendorong keberlanjutan Usaha. *Universitas Sjakhyakirti, Palembang Jl. Jend. Sudirman Km, 4(629)*, 30129. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jam.v9i3.6129>
- Fadillah, R., & Fasa, M. I. (2021). Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 3(2), 123–135.
- Hakim, A. . (2023). Konsep Manajemen SDM Terhadap Kesejahteraan Rakyat Di Era Tantangan Digital. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2023.
- Hamdi, S., Kartika, M., Putra, D. P., & Hifzia, S. (2024). Strategi Pengembangan SDM pada UMKM Kuliner di Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Journal of Economics and Management*, 2(3), 157–163. <https://doi.org/10.70716/ecoma.v2i3.83>
- Khairi, M., Rianto, B., Chrismondari, Yolnasdi, & Jalil, M. (2025). Pengaruh Teknologi Dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7(1), 71–78. <https://doi.org/10.32520/jupel.v7i1.3947>
- Luthfi, A., Kasnelly, S., & Purnamasari, R. A. (2024). Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif. *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 137–153. <https://doi.org/10.54459/almizan.v7iII.791>
- Maharani, W., Amelia, N. S., Nashobi, M. Z., & Noviyanti, I. (2024). Strategi Adaptasi dalam Menghadapi Perubahan Ekonomi Terbaru Pendahuluan. *Jurnal Ekonomi STIEP (JES)*, 9(1), 86–92.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktavianty, O., & Agit, A. (2024). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Simetris: Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Dan Riset Ilmu Sosial*, x, 187–198.

- Mustari, N. H. (2024). UMKM Sebagai Pilar Dalam Membangun Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(3), 198–211. <https://doi.org/10.59827/jie.v3i3.187>
- Nugroho, W., & Tambunan, L. A. (2025). Transformasi Digital dan Dampaknya terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia di Era Industri 5.0. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 1959–1974. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.4172>
- Rika, A. D., Sekar, L. U. A., & Mashudi. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.913>
- Rizky, C., Anwar, Y., Ardian, N., & Suharsono, R. P. (2024). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM Desa Melalui Optimasi Platform Digital Dalam Aspek Produksi, Pemasaran dan Permodalan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 235–241.
- Rudi Hartono. (2025). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Kelangsungan Usaha Ritel Tradisional: Studi Kasus Pasar Sentral Pemangkat Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.761>
- Setyanto, E., Hidayat, R. T., & Prijambodo. (2025). Efektivitas Implementasi Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kapasitas UMKM di Kota Bekasi. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 6(3), 697–704. <https://doi.org/10.54543/syntaximperatif.v6i3.762>
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., Santosa, M. H., Nugraha, J. P., & Windreis, C. (2025). Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2554–2558. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2001>
- Syailendra, S., Setiawan, M., Sopian, Anggraini, R., & Mustina Sari, R. (2024). Strategi Bisnis Umkm Untuk Naik Kelas Pasca Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15(1), 66–76. <https://doi.org/10.36982/jiegm.v15i1.4242>
- Zebua, D. D. N., & Sunaryanto, L. T. (2021). Platform Digital Sebagai Alternatif Bertahan di Era Pandemi Covid-19 Bagi Pelaku Bisnis Pertanian. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 848. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i1.4834>