

## Membangun Keterampilan SDM melalui Program Pengabdian untuk Menghadapi Era Digital di UMKM Kecamatan Meureubo Aceh Barat

Mukhsinuddin<sup>1</sup>, Sumardi Efendi<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh Aceh, Indonesia  
*e-mail:* <sup>1</sup>[mukhsinuddin@staindirundeng.ac.id](mailto:mukhsinuddin@staindirundeng.ac.id)

DOI: <https://doi.org/10.47766/ibrah.v4i1.5959>

### ABSTRACT

Submitted:  
2025-02-22  
Accepted:  
2024-04-25  
Published:  
2025-06-30

**Keywords:**

*MSMEs,  
Digital  
Marketing,  
Digital  
Transformation,  
Participatory  
Empowerment*

Digital transformation presents a major challenge for MSME actors in Meureubo Subdistrict, Aceh Barat, where most businesses still rely on conventional methods. This community service program aimed to enhance digital literacy and online marketing skills, helping MSMEs become more adaptable and competitive in the digital era. The program adopted a community-based service and participatory training approach, involving 30 MSME owners from the culinary, handicraft, and service sectors. Activities included a four-day intensive training covering digital marketing (Facebook, Instagram, WhatsApp Business), e-commerce fundamentals (Shopee, Tokopedia), and digital financial management, delivered through group discussions, simulations, and hands-on practice. This was followed by one month of mentoring to support practical application in each participant's business. Data were collected through questionnaires (pre- and post-test), participatory observation, and semi-structured interviews, and analyzed using descriptive statistics and thematic coding. The results showed significant improvements: ownership of marketplace accounts increased by 59% (from 28% to 87%), use of business social media rose by 55% (from 35% to 90%), and participants' confidence in managing digital accounts grew by 45% (from 25% to 70%). In-depth interviews also revealed an average revenue increase of 10–20% within two weeks after training, driven by more targeted digital promotions and the confidence to try live streaming features. Beyond technical skills, the program fostered a culture of collaboration and a shared awareness of the importance of digitalization. This participatory, practice-based training model proved effective in supporting MSME digital transformation and can be replicated in other areas with similar contexts.

*CC BY-SA license - Copyright © 2025: Mukhsinuddin, Sumardi Efendi*

**ABSTRAK**

**Kata Kunci:** Transformasi digital menjadi tantangan besar bagi pelaku UMKM di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat, yang mayoritas masih menggunakan metode bisnis konvensional. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran online agar UMKM lebih adaptif dan kompetitif di era digital. Program menggunakan pendekatan *community-based service* dan pelatihan partisipatif, melibatkan 30 pelaku UMKM sektor kuliner, kerajinan, dan jasa. Kegiatan terdiri atas empat hari pelatihan intensif mencakup materi digital marketing (Facebook, Instagram, WhatsApp Business), e-commerce (Shopee, Tokopedia), dan pengelolaan keuangan digital, dilaksanakan melalui diskusi kelompok, simulasi, dan praktik langsung. Selanjutnya, dilakukan pendampingan satu bulan untuk mendukung penerapan materi di usaha masing-masing. Data dikumpulkan melalui kuisisioner (pre- dan post-test), observasi partisipatif, serta wawancara semi-terstruktur, dan dianalisis secara deskriptif dan thematic coding. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan: kepemilikan akun marketplace naik 59% (dari 28% menjadi 87%), penggunaan media sosial bisnis meningkat 55% (dari 35% menjadi 90%), dan kepercayaan diri peserta naik 45% (dari 25% menjadi 70%). Wawancara mendalam juga mencatat kenaikan omzet rata-rata 10–20% dalam dua minggu setelah pelatihan, berkat keberanian mencoba promosi digital dan fitur live streaming. Program ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis, tetapi juga membangun budaya kolaborasi dan kesadaran kolektif pentingnya digitalisasi. Model pelatihan partisipatif berbasis praktik langsung terbukti efektif mendukung transformasi digital UMKM dan dapat direplikasi di wilayah lain dengan kondisi serupa.

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang sekitar 60% Produk Domestik Bruto (BPS, 2024). Namun, pesatnya transformasi digital menghadirkan tantangan baru, terutama bagi UMKM di Kabupaten Aceh Barat yang mayoritas masih mengandalkan metode konvensional.

Berdasarkan data BPS Aceh Barat (2024), sektor perdagangan dan industri rumah tangga di Kecamatan Meureubo memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi rendahnya pemanfaatan teknologi digital membatasi daya saing. Pelaku UMKM umumnya belum familiar dengan pemasaran online, marketplace, maupun sistem manajemen berbasis aplikasi. Minimnya pelatihan terstruktur, keterbatasan infrastruktur digital, dan rendahnya literasi teknologi memperkuat kesenjangan ini (Ariska et al., 2023; Mukhsinuddin, 2025). Padahal, literasi digital menjadi kunci untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi usaha, dan memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi kompetisi global (Rachmawati et al., 2023).

**Mukhsinuddin, Sumardi Efendi**

Membangun Keterampilan SDM melalui Program Pengabdian untuk Menghadapi Era Digital di UMKM Kecamatan Meureubo Aceh Barat

Sebagai bagian dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh menginisiasi program pengabdian masyarakat untuk menjawab persoalan tersebut. Program ini dirancang secara partisipatif untuk membangun keterampilan SDM pelaku UMKM melalui pelatihan digital marketing, manajemen usaha berbasis aplikasi, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai pendamping, serta menggandeng pemangku kepentingan lokal agar materi lebih kontekstual (Efendi et al., 2023; Jelita et al., 2025). Berbeda dari program serupa yang sering bersifat seminar satu arah, program ini mengutamakan pendampingan aplikatif, evaluasi berkala, dan penyusunan strategi bisnis berbasis kebutuhan nyata UMKM setempat.

Selain itu, fokus khusus diberikan pada UMKM di Kecamatan Meureubo yang belum banyak dijangkau program pemberdayaan digital. Dengan pendekatan ini, diharapkan tercipta perubahan nyata dalam budaya bisnis UMKM, terbentuk SDM yang lebih adaptif, dan terbangun ekosistem bisnis berbasis teknologi di Aceh Barat (Bawazir et al., 2024).

Urgensi program ini semakin kuat mengingat karakteristik UMKM di Kecamatan Meureubo yang sebagian besar merupakan usaha keluarga berskala mikro, dengan akses terbatas terhadap pelatihan formal dan sumber daya pendukung. Tanpa intervensi terstruktur, kesenjangan digital dapat semakin melebar, memengaruhi pendapatan dan keberlanjutan usaha (Isa et al., 2024).

Melalui program pengabdian ini, diharapkan terjadi transfer keterampilan praktis yang mendorong pelaku UMKM berani mencoba teknologi baru, serta perubahan pola pikir menjadi lebih terbuka terhadap inovasi. Selain mendukung penguatan SDM, program ini juga dirancang untuk memicu kolaborasi lintas sektor, antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas bisnis lokal. Dengan demikian, penguatan keterampilan SDM melalui pelatihan digital tidak hanya meningkatkan daya saing pelaku UMKM secara individu, tetapi juga membangun fondasi ekosistem ekonomi lokal yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan berbasis partisipatif dan *community-based service* untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat. Pendekatan partisipatif memungkinkan peserta terlibat aktif sejak tahap identifikasi kebutuhan hingga evaluasi program, sedangkan *community-based service* menempatkan dosen, mahasiswa, dan masyarakat sebagai mitra sejajar dalam merancang solusi sesuai konteks lokal (Israel et al., 1998).

Peserta kegiatan terdiri atas 30 pelaku UMKM di bidang kuliner, kerajinan, dan jasa, yang sebagian besar masih menggunakan metode konvensional dan belum mengoptimalkan platform digital. Pemilihan peserta dilakukan bersama aparatur gampong dan Dinas Koperasi dan UKM Aceh Barat, memastikan sesuai dengan kebutuhan nyata. Kecamatan Meureubo dipilih sebagai lokasi karena menjadi salah satu mitra binaan STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh dan memiliki potensi pengembangan UMKM berbasis digital. Program disusun dengan pendekatan manajerial Fayol (2016), yaitu *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (pelaksanaan), dan *Controlling* (pengawasan).

Perencanaan; meliputi observasi lapangan, FGD dengan perangkat desa dan UMKM, serta penyusunan kurikulum pelatihan yang mencakup materi: digital marketing (Facebook, Instagram, WhatsApp Business), dasar e-commerce (Shopee, Tokopedia), dan pengelolaan keuangan digital layanan pesan antar (GoFood, GrabFood). Adapun pengorganisasian, dengan membentuk tim fasilitator (dosen dan mahasiswa) serta penanggung jawab materi.

Pelaksanaan program dilakukan dalam 4 hari pelatihan intensif, dilanjutkan dengan pendampingan 1 bulan. Metode interaktif diterapkan, seperti diskusi kelompok, simulasi penggunaan aplikasi, pembuatan konten promosi, dan studi kasus sesuai jenis usaha peserta (Brookfield, 1986). Sementara pengawasan dan evaluasi, dilakukan melalui *pre-test*, monitoring selama program, serta *post-test* dan FGD. Evaluasi bertujuan memantau perubahan pemahaman, keterampilan, serta perilaku peserta dalam pemanfaatan teknologi digital.

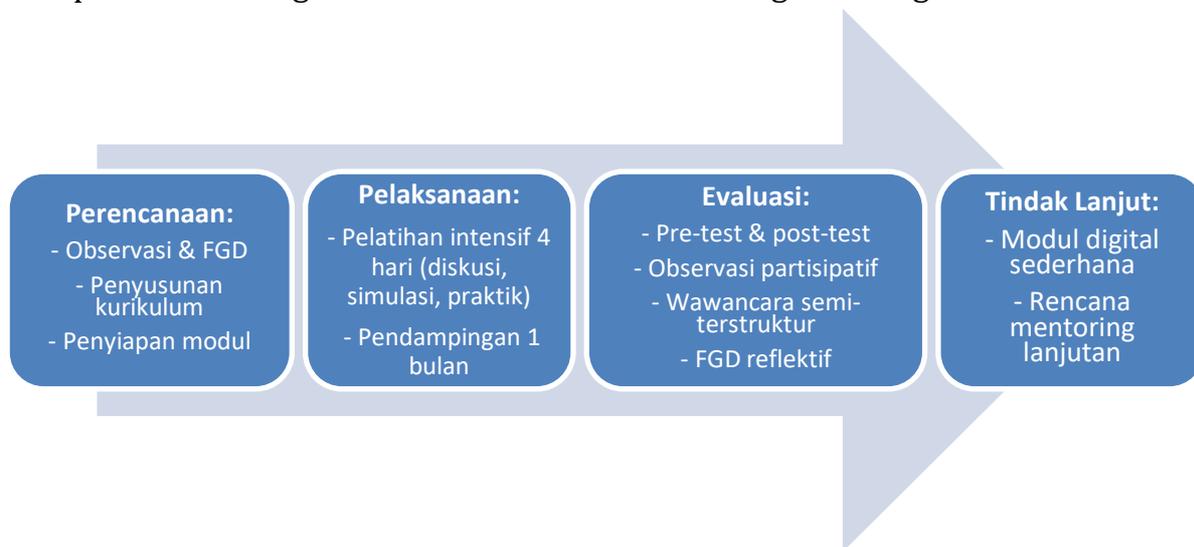
Teknik pengumpulan data melalui: 1) Kuisisioner skala Likert yang diisi oleh 30 peserta untuk mengukur perubahan pemahaman dan sikap. 2) Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada 10 peserta untuk mendalami pengalaman dan tantangan. 3) Observasi partisipatif dan dokumentasi (foto, catatan, video) sebagai pendukung data. Data kuantitatif dianalisis secara deskriptif (mean, persentase) (Creswell, 2014). Sementara data kualitatif dianalisis menggunakan teknik *thematic coding* (Braun & Clarke, 2006) untuk menemukan tema seperti perubahan sikap, peningkatan kepercayaan diri, dan adopsi teknologi baru.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Program pengabdian ini sejak awal dirancang untuk memperkuat literasi digital, keterampilan pemasaran online, dan manajemen usaha berbasis aplikasi bagi 30 pelaku UMKM di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat. Temuan ini mendukung tujuan utama program, yaitu membantu UMKM lebih adaptif dan

kompetitif di era digital. Berikut ini adalah Alur Program Pengabdian:



Gambar 1. Penguatan Keterampilan Digital UMKM di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat

Diagram alur program di atas menggambarkan empat tahap utama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, yang dirancang secara sistematis agar selaras dengan kebutuhan pelaku UMKM dan prinsip pemberdayaan partisipatif.

#### 1. Perencanaan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan Focus Group Discussion (FGD) bersama perangkat desa, pelaku UMKM, dan Dinas Koperasi & UKM Aceh Barat. Tujuannya adalah untuk memetakan kebutuhan riil di lapangan, sehingga kurikulum pelatihan dapat benar-benar relevan. Hasil diskusi ini kemudian menjadi dasar penyusunan kurikulum pelatihan, yang mencakup materi utama seperti digital marketing, penggunaan marketplace, dan pengelolaan keuangan digital. Selain itu, tim juga menyiapkan modul dan materi ajar yang disesuaikan dengan karakteristik usaha peserta, sehingga lebih mudah dipahami dan aplikatif.

#### 2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan terdiri dari dua kegiatan utama. Pertama adalah pelatihan intensif selama empat hari, dengan metode yang interaktif seperti diskusi kelompok, simulasi penggunaan aplikasi, praktik membuat konten promosi, dan studi kasus sesuai bidang usaha peserta. Kedua adalah pendampingan individual selama satu bulan, yang memungkinkan peserta mendapatkan bimbingan langsung saat menerapkan materi ke dalam praktik usaha sehari-hari.

### 3. Evaluasi dan Pengawasan

Evaluasi dilakukan pada tiga momen penting: sebelum program (*pre-test* dan kuisisioner *baseline*) untuk mengetahui kondisi awal, selama program (monitoring kehadiran, partisipasi, dan kesulitan teknis), serta setelah program (*post-test*, wawancara semi-terstruktur, dan FGD reflektif) untuk mengukur perubahan pemahaman, keterampilan, dan sikap peserta. Selain itu, tim juga melakukan observasi partisipatif selama pelatihan untuk mencatat dinamika kelompok, respon peserta, dan hambatan yang muncul.

### 4. Tindak Lanjut

Sebagai upaya menjaga dampak program, peserta dan tim sepakat untuk menyusun modul digital sederhana yang bisa digunakan secara mandiri oleh UMKM lain di masa depan. Selain itu, dirancang juga rencana mentoring lanjutan, agar peserta tetap mendapatkan dukungan teknis dan motivasi pasca pelatihan.

Sebelum pelatihan dimulai, survei awal menunjukkan bahwa mayoritas peserta belum mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Sebanyak 72% belum memiliki akun *marketplace* seperti Shopee atau Tokopedia, dan 65% belum pernah menggunakan media sosial secara profesional untuk promosi usaha. Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode konvensional dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan stok. Kondisi ini menjadi dasar dirancangnya pelatihan yang berfokus pada peningkatan literasi digital, pemasaran online, dan manajemen bisnis dasar.

Pelatihan yang berlangsung selama empat hari ini melibatkan 30 pelaku UMKM sebagai peserta. Materi pelatihan disampaikan secara interaktif dengan pendekatan partisipatif melalui studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung. Berdasarkan kuesioner post-test yang diisi oleh seluruh peserta, sebanyak 85% menyatakan bahwa pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Selain itu, 70% peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan aplikasi digital seperti Instagram, TikTok, Shopee, dan Google My Business setelah pelatihan. Kuesioner ini menggunakan skala Likert 1–5 dan dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan signifikan dalam persepsi peserta. Untuk memperkuat pemahaman hasil, disajikan Tabel 1 berikut:

Tabel 1: Perubahan Perilaku Digital UMKM Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Memiliki akun marketplace	28%	87%
Menggunakan media sosial bisnis	35%	90%
Percaya diri mengelola akun digital	25%	70%

Hasil wawancara semi-terstruktur terhadap 10 peserta menunjukkan rata-rata peningkatan omzet 10–20% dalam dua minggu setelah pelatihan. Peserta menjelaskan bahwa peningkatan ini diperoleh melalui promosi lebih terarah, penggunaan foto produk yang lebih menarik, dan keberanian mencoba fitur live streaming di TikTok Shop. “Awalnya saya ragu, tapi setelah praktik langsung, saya jadi berani live dan ternyata pembeli baru mulai berdatangan,” (wawancara peserta).

Selain itu, hasil observasi partisipatif selama pelatihan mencatat tingginya antusiasme peserta saat sesi praktik langsung membuat konten, meski beberapa masih menghadapi kendala seperti keterbatasan sinyal internet dan variasi pemahaman.

Analisis kualitatif menggunakan *teknik thematic coding* (Braun & Clarke, 2006) menemukan tiga tema utama, yaitu: Pertama, peningkatan *self-efficacy*: peserta lebih yakin mempromosikan produk secara digital. Kedua, kesadaran kolektif pentingnya digitalisasi: digitalisasi dipahami bukan lagi tren, tetapi kebutuhan usaha. Ketiga, tantangan adaptasi teknologi, termasuk keterbatasan sinyal dan biaya data.

## Pembahasan

### Relevansi Program dengan Kebutuhan UMKM

Temuan program ini memperlihatkan bahwa pelatihan praktis berbasis partisipasi benar-benar menjawab kebutuhan transformasi digital UMKM lokal. *Survei baseline* mencatat mayoritas peserta (72%) belum memiliki akun *marketplace* seperti Shopee atau Tokopedia, dan 65% belum memanfaatkan media sosial secara profesional. Setelah pelatihan, kepemilikan akun *marketplace* melonjak menjadi 87%, dan penggunaan media sosial bisnis meningkat menjadi 90%.

Hasil ini mendukung studi Octiva et al. (2024) yang menegaskan pentingnya hands-on training untuk percepatan adopsi teknologi, terutama di kalangan usaha kecil yang sebelumnya merasa ragu atau asing dengan platform digital. Selain itu, sesuai teori *Diffusion of Innovations* (Rogers et al., 2014), proses adopsi inovasi akan lebih cepat jika peserta diberi kesempatan mencoba langsung

(*trialability*), dapat melihat manfaat nyata (*observability*), dan materi sesuai kebutuhan lokal (*compatibility*). Pelatihan yang memfasilitasi peserta langsung membuat akun *marketplace* dan mengelola konten menjadi contoh nyata dari pendekatan ini.

Lebih jauh, teori *Experiential Learning* (Kolb, 2014) menjelaskan bahwa pembelajaran akan lebih efektif saat peserta mengalami sendiri siklus belajar: mencoba, merefleksi, dan menerapkan. Dengan praktik langsung, peserta tak hanya memahami teori digital marketing, tetapi juga langsung merasakan relevansi materi dengan kebutuhan usahanya.

### **Efektivitas Metode Pelatihan**

Metode *interactive learning* seperti diskusi kelompok, simulasi, dan *role-playing* terbukti sangat efektif dalam membangun kepercayaan diri peserta. Beberapa peserta, misalnya, berani memanfaatkan fitur *live streaming* di TikTok Shop yang awalnya mereka anggap hanya cocok untuk usaha besar. Data *post-test* juga menunjukkan peningkatan signifikan rasa percaya diri mengelola akun digital (dari 25% menjadi 70%).

Temuan ini konsisten dengan penelitian Hifny et al. (2025), yang menyebutkan bahwa praktik langsung memicu pemahaman lebih mendalam sekaligus mendorong kreativitas. Dari sudut teori, Bandura (1997) menekankan pentingnya *mastery experience*—pengalaman berhasil saat latihan—untuk membangun *self-efficacy* atau rasa yakin bahwa “saya mampu.” Pelatihan berbasis praktik dan diskusi kelompok memberi ruang bagi peserta untuk belajar bersama, bertukar pengalaman, dan menguatkan keyakinan diri.

Selain itu, pendekatan ini selaras dengan konsep *Communities of Practice* (Wenger, 1999), di mana peserta belajar lebih dalam saat berada di komunitas yang saling mendukung, berdiskusi, dan mempraktikkan keterampilan baru bersama. Diskusi kelompok dan praktik bersama mendorong peserta merasa bukan hanya belajar sendiri, tetapi menjadi bagian dari proses belajar kolektif.

### **Tantangan dalam Pelaksanaan**

Meski hasilnya positif, program ini tidak lepas dari sejumlah tantangan. Pertama, keterbatasan infrastruktur seperti sinyal internet yang tidak stabil sempat menghambat simulasi *live* dan akses konten daring. Kedua, durasi pelatihan yang hanya empat hari membuat beberapa peserta merasa waktu terlalu singkat untuk menguasai materi digital marketing yang cukup kompleks. Ketiga, variasi latar belakang pendidikan dan literasi digital membuat kecepatan pemahaman peserta berbeda-beda.

Temuan ini konsisten dengan studi Putra et al. (2023), yang menjelaskan bahwa transformasi digital UMKM di daerah sering terkendala oleh keterbatasan infrastruktur, SDM, dan kesenjangan literasi digital. Untuk itu, pendekatan modular, pendampingan lanjutan, dan materi kontekstual menjadi penting agar pembelajaran tetap inklusif.

### **Solusi dan Rekomendasi**

Sebagai solusi, program ini menyediakan pendampingan selama satu bulan setelah pelatihan, agar peserta dapat mempraktikkan materi sambil langsung mengatasi kendala di lapangan. Pendekatan ini sesuai dengan konsep *continuous learning* (Kolb, 2014) yang menekankan pentingnya siklus *action-reflection-adjustment*: peserta belajar, mempraktikkan, lalu mengevaluasi hasilnya.

Selain itu, modul materi disusun ringkas berbasis studi kasus lokal agar lebih mudah dipahami peserta dengan latar belakang berbeda. Hal ini selaras dengan rekomendasi Suhaeli et al. (2024) bahwa materi yang kontekstual membantu peserta membangun *self-efficacy*.

Program ini juga mendorong kolaborasi multipihak—akademisi, pemerintah daerah, dan komunitas bisnis—agar program lebih berkelanjutan dan berdampak luas. Pendekatan *community-based service* seperti ini menempatkan UMKM tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai *co-creator* atau mitra aktif dalam proses pemberdayaan (Wenger, 1999).

### **Dampak Sosial dan Ekonomi**

Selain perubahan perilaku digital, program mencatat dampak ekonomi: rata-rata peningkatan omzet 10–20% dalam dua minggu pasca-pelatihan. Peserta juga menjadi lebih berani menjangkau pasar luar daerah, mencoba sistem *reseller*, dan memperluas variasi produk. Temuan ini memperkuat hasil Anggraeni et al. (2024) yang menyebutkan bahwa pelatihan digital strategis dapat memicu inovasi dan memperluas jejaring usaha. Hal lain yang tidak kalah penting, terbentuk budaya kolaborasi dan saling berbagi di antara peserta. Diskusi dan praktik bersama menciptakan ruang belajar kolektif yang menjadi modal sosial penting, membantu UMKM lebih siap menghadapi perubahan pasar yang cepat.

Program ini menjadi contoh bahwa pendekatan berbasis praktik, konteks lokal, dan kolaborasi multipihak bukan hanya memperkuat keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir adaptif dan budaya inovatif di kalangan UMKM.

## KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif dan *community-based service* efektif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat. Melalui kombinasi pelatihan intensif dan pendampingan lanjutan, tercatat peningkatan signifikan kepemilikan akun marketplace, penggunaan media sosial untuk bisnis, serta kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengelola usaha.

Selain dampak individu, program ini juga memunculkan perubahan kolektif: terciptanya budaya kolaborasi antar pelaku UMKM, serta kesadaran bersama bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar tren, tetapi kebutuhan strategis untuk menghadapi persaingan bisnis modern. Temuan ini konsisten dengan teori *experiential learning* dan *self-efficacy*, yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis praktik nyata untuk membangun keberanian mencoba dan berinovasi.

Meskipun program masih menghadapi tantangan, seperti keterbatasan infrastruktur internet dan perbedaan latar belakang peserta, pendekatan partisipatif berbasis konteks lokal terbukti mampu menjadi motor transformasi sosial dan ekonomi UMKM. Ke depan, keberlanjutan melalui pendampingan lanjutan serta kolaborasi multipihak—akademisi, pemerintah daerah, dan komunitas bisnis—menjadi kunci agar transformasi digital UMKM dapat berjalan lebih luas, berkelanjutan, dan berdampak positif bagi masyarakat.

Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat teknis, tetapi juga dapat dijadikan model praktik baik untuk memberdayakan UMKM di wilayah lain agar lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, S., Sungkono, S., & Retnosary, R. (2024). Pengaruh Program Pelatihan UMKM dalam Pemanfaatan Teknologi Digital terhadap Produktivitas UMKM Kerupuk Rajungan Desa Sukajaya, Cilamaya Kulon. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 545–554. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.882>.
- Ariska, V., Annas, F., & Alia, R. (2023). Pengembangan Platform E-Commerce Menggunakan OpenCart untuk Transformasi Pemasaran UMKM di Kecamatan Palupuh. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 2(1), 99–118. <https://doi.org/10.57255/jovishe.v2i1.425>.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Bawazir, F., Mainan, C., & Rosdiana, R. (2024). Peran Mahasiswa Perbankan Syariah STAIN Teungku Dirundeng di Meulaboh dalam Literasi Lembaga

- Keuangan Syariah bagi Keluarga. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.97>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
- Brookfield, S. D. (1986). *Understanding and Facilitating Adult Learning: A Comprehensive Analysis of Principles and Effective Practices*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Efendi, S., Hamdi, S., Saputra, F., Iqbal, M., SH, H., Safitri, A., Zuhendra, D., Kasih, D., & Ramli. (2023). Program Desa Binaan STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh di Gampong Pasi Mesjid Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat. *GOTAVA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 26–33. <https://doi.org/10.59891/jpmgotava.v1i2.6>.
- Efendi, S., Kasih, D., Taran, J. P., Ziadi, F., Noviana, S., Aunina, Y., Mustaqin, H., Meliawati, Arita, P., Junaida, R., & Sari, S. P. (2023). Optimalisasi Pengabdian Masyarakat Melalui Program KPM di Gampong Blang Puuk Kulu Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. *BEGAWA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 43–52. <https://doi.org/10.62667/begawe.v1i2.20>.
- Fayol, H. (2016). *General and Industrial Management*. Ravenio Books.
- Hifny, M., Nurdin, A. C., Pernanda, D., Turnip, J. S., Sudaryana, Y., & Rusilowati, U. (2025). Membangun Keterampilan SDM untuk Menghadapi Era Digital di UMKM Kelurahan Kayumanis Kecamatan Tanah Sareal Kota Bogor. *Karimah Tauhid*, 4(1), 781–795. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v4i1.17560>.
- Isa, M. S., Rasyidin, M., Hamdani, & Afkar. (2024). Pemberdayaan UMKM Kelapa Gongseng Aceh Melalui Pemasaran Berbasis Digital dalam Upaya Menembus Pasar Global. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 1–8. <http://journal.stmiki.ac.id/index.php/jpni/article/view/492>.
- Israel, B. A., Schulz, A. J., Parker, E. A., & Becker, A. B. (1998). Review of Community-based Research: Assessing Partnership Approaches to Improve Public Health. *Annual Review of Public Health*, 19, 173–202. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.19.1.173>.
- Jelita, R., Andika, R., Julfatia, M., Solihin, R., Indah, S., Badriya, M., & Suhaila, P. (2025). Pemanfaatan Limbah Gelas Plastik Sebagai Kerajinan Tangan dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian dan Sosial di Desa Pakirman Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Aceh Singkil. *Zona: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 50–59. <https://doi.org/10.71153/zona.v2i1.143>.
- Kolb, D. A. (2014). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. FT Press.
- Mukhsinuddin. (2023). *Manajemen Strategis Public Relations di Perguruan Tinggi*.

CV. Diva Pustaka.

- Mukhsinuddin. (2025). *Manajemen dan Kinerja Karyawan: Analisis dalam Organisasi*. Suffah.
- Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>.
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital pada UMKM dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>.
- Rachmawati, D. W., Khasanah, U., Benned, M., & Susanto, Y. (2023). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 242–247. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i4.168>.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). *Diffusion of Innovations*. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 432-448). Routledge.
- Suhaeli, E., Nasution, N. A., Januarika, J., Setyaningsih, R., & Rudi, R. (2024). Strategi Digitalisasi untuk Kemandirian UMKM dan Pemberdayaan Wanita: Pengabdian Masyarakat di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 323–329. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.112>.
- Wenger, E. (1999). *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.