



PENDAMPINGAN DIGITALISASI UMKM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI DESA PANGEREMAN, KECAMATAN BATUMARMAR, KABUPATEN PAMEKASAN

***¹Moh. Ramin, ²Samsul Arifin**

^{1,2}IAI Al Khairat Pamekasan

E-mail: ¹mohromin93@gmail.com, ²coelzlamboe@gmail.com

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, namun sebagian besar pelaku UMKM di Desa Pangereman, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital serta kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan daya saing usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan digitalisasi, pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya melalui transformasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial, *marketplace*, serta aplikasi pendukung usaha sebagai sarana pemasaran. Selain itu, peserta mampu membuat akun bisnis digital, menyusun konten promosi yang lebih menarik, serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Program pendampingan juga meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya digitalisasi sebagai strategi menghadapi persaingan usaha di era ekonomi digital. Meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan perangkat dan akses internet, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengimplementasikan pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan lainnya diperlukan untuk mendukung keberlanjutan transformasi digital UMKM.

Kata kunci: Digitalisasi UMKM, Pendampingan, Pemasaran Digital, Daya Saing Usaha, Pemberdayaan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional (Anah & Amer, 2024). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja menunjukkan bahwa sektor ini menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi, terutama di wilayah pedesaan (Agma, 2025). Namun, di tengah percepatan transformasi digital, UMKM dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks, mulai dari perubahan perilaku konsumen, meningkatnya persaingan usaha, hingga tuntutan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran, transaksi, dan pengelolaan bisnis. Oleh karena itu, digitalisasi menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM (Panjaitan & Ibaneza, 2022).

Transformasi digital telah mengubah pola aktivitas ekonomi masyarakat secara signifikan. Pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce*, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen usaha telah membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis (Ausat dkk., 2025). Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi instrumen dalam meningkatkan produktivitas, kualitas layanan, efisiensi biaya operasional, serta kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif (Winarsih, 2025). Akan tetapi, tingkat adopsi teknologi digital oleh UMKM di berbagai daerah masih relatif beragam dan dipengaruhi oleh keterbatasan literasi digital, kemampuan sumber daya manusia, infrastruktur, serta minimnya pendampingan yang berkelanjutan (Ramadhan & Nafia, 2024).

Desa Pangereman, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar melalui berbagai aktivitas usaha mikro yang dijalankan masyarakat, seperti perdagangan, industri rumah tangga, pengolahan hasil pertanian, kuliner, dan usaha jasa. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa. Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih menjalankan usaha secara konvensional. Kegiatan pemasaran masih didominasi oleh penjualan langsung kepada konsumen sekitar, pencatatan keuangan dilakukan secara sederhana bahkan belum terdokumentasi dengan baik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan masih sangat terbatas. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk lokal belum berkembang secara optimal dan peluang untuk memperluas pasar belum dimanfaatkan secara maksimal.

Hasil identifikasi awal bersama pemerintah desa dan pelaku UMKM menunjukkan beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu: (1) rendahnya literasi digital pelaku UMKM; (2) terbatasnya kemampuan dalam memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai media pemasaran; (3) belum optimalnya penyusunan konten promosi digital yang menarik; (4) rendahnya pemahaman mengenai pencatatan keuangan berbasis digital; serta (5) belum adanya pendampingan secara intensif dalam proses transformasi digital usaha. Berbagai kendala tersebut berimplikasi pada rendahnya jangkauan pemasaran, terbatasnya akses terhadap pelanggan baru, serta belum optimalnya peningkatan omzet usaha.

Pendampingan digitalisasi menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut (Muzakki dkk., 2024). Berbeda dengan pelatihan yang bersifat satu arah, pendampingan memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memperoleh bimbingan secara langsung dalam mengimplementasikan teknologi digital sesuai dengan karakteristik

usaha masing-masing (Mere, 2025.). Melalui proses ini, pelaku UMKM tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dalam mengelola akun media sosial bisnis, memanfaatkan *marketplace*, menggunakan aplikasi pembayaran digital, menyusun materi promosi, hingga mengelola administrasi usaha secara lebih sistematis. Pendekatan partisipatif juga mendorong terbentuknya kemandirian pelaku usaha dalam mengadopsi inovasi digital secara berkelanjutan (Arifa Kurniawan & Andika Saputra, 2024).

Program pengabdian ini dirancang sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Pangereman melalui serangkaian kegiatan sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan mengenai digitalisasi usaha. Kegiatan difokuskan pada penguatan literasi digital, optimalisasi pemasaran berbasis media sosial dan *marketplace*, pengenalan aplikasi pendukung usaha, serta penguatan kemampuan manajemen usaha sederhana berbasis digital. Dengan adanya program ini diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jaringan konsumen, meningkatkan kualitas pengelolaan usaha, serta memperkuat daya saing produk lokal di tengah perkembangan ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sebagai strategi pengembangan usaha melalui program pendampingan yang terstruktur dan berkelanjutan. Luaran yang diharapkan meliputi meningkatnya literasi digital, kemampuan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran, perbaikan tata kelola usaha, serta peningkatan daya saing UMKM di Desa Pangereman, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan. Program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan kapasitas individu pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal dan pembangunan desa yang lebih adaptif terhadap transformasi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang dipadukan dengan metode pendampingan (mentoring) (Aveling dkk., 2015). Pendekatan ini dipilih karena menempatkan masyarakat sebagai mitra yang terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil. Melalui pendekatan tersebut, pelaksanaan pengabdian tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengimplementasikan teknologi digital sebagai strategi pengembangan usaha.

Subjek kegiatan pengabdian adalah pelaku UMKM yang berada di Desa Pangereman, Kecamatan Baturmarmar, Kabupaten Pamekasan. Mitra dipilih secara purposive berdasarkan beberapa kriteria, yaitu memiliki usaha yang masih aktif beroperasi, memiliki potensi untuk dikembangkan melalui digitalisasi, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pendampingan. Selain pelaku UMKM, Pemerintah Desa Pangereman turut berperan sebagai mitra pendukung dalam proses koordinasi, penyediaan fasilitas kegiatan, serta pendampingan selama pelaksanaan program.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi, pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar identifikasi kebutuhan mitra (*need assessment*), dokumentasi kegiatan, serta kuesioner evaluasi kepuasan peserta. Lembar observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi awal UMKM, khususnya terkait pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Pedoman wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi. Sementara itu, kuesioner evaluasi digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman, kepuasan, serta perubahan kemampuan peserta setelah mengikuti program pendampingan.

Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam empat tahapan (Ishtiaq, 2019). Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yaitu melakukan observasi lapangan, wawancara dengan pelaku UMKM, serta koordinasi dengan pemerintah desa untuk memetakan kondisi dan permasalahan yang dihadapi mitra. Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan, yang meliputi penyampaian materi mengenai pentingnya transformasi digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penggunaan *marketplace*, strategi pemasaran digital, pembuatan konten promosi, serta pengenalan aplikasi pendukung usaha dan pembayaran digital. Tahap ketiga adalah pendampingan intensif, yaitu memberikan bimbingan secara langsung kepada setiap pelaku UMKM dalam membuat akun media sosial bisnis, mengoptimalkan profil usaha digital, mengunggah produk pada platform digital, menyusun konten pemasaran, serta memanfaatkan berbagai aplikasi yang mendukung operasional usaha. Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi, yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program, mengidentifikasi perubahan kemampuan peserta, serta mengevaluasi kendala yang masih dihadapi selama proses implementasi digitalisasi.

Data yang diperoleh selama kegiatan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan mengelompokkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi berdasarkan tema-tema yang relevan dengan tujuan pengabdian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi, tabel, maupun dokumentasi kegiatan untuk

memberikan gambaran mengenai proses pelaksanaan dan capaian program (Njie & Asimiran, 2014). Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan pendampingan, sehingga dapat diketahui perubahan tingkat literasi digital, kemampuan pemanfaatan media digital, serta peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Keberhasilan program pengabdian diukur melalui beberapa indikator, yaitu meningkatnya pemahaman peserta mengenai digitalisasi usaha, bertambahnya jumlah pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran, meningkatnya kemampuan peserta dalam membuat konten promosi digital, serta meningkatnya kesiapan pelaku UMKM dalam mengelola usaha berbasis teknologi digital. Seluruh kegiatan didokumentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan program sekaligus menjadi bahan evaluasi untuk pengembangan program pendampingan pada masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Pangereman, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pengembangan usaha. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa, dilanjutkan dengan identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan digitalisasi UMKM, pendampingan implementasi teknologi digital, serta monitoring dan evaluasi terhadap hasil kegiatan.

Hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional. Promosi produk dilakukan secara langsung atau dari mulut ke mulut, sedangkan pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sebagai media pemasaran masih sangat terbatas. Selain itu, sebagian besar peserta belum memiliki akun bisnis digital, belum memahami teknik penyusunan konten promosi, serta belum memanfaatkan pembayaran digital dalam transaksi usaha. Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian menyusun program pendampingan yang berorientasi pada peningkatan literasi digital dan kemampuan pemasaran berbasis teknologi.

Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pendampingan Digitalisasi UMKM

TAHAPAN	KEGIATAN	LUARAN
----------------	-----------------	---------------

IDENTIFIKASI KEBUTUHAN	Observasi lapangan, wawancara dengan pelaku UMKM, dan koordinasi dengan pemerintah desa	Teridentifikasinya permasalahan dan kebutuhan mitra
PELATIHAN	Penyampaian materi digital marketing, media sosial, <i>marketplace</i> , branding produk, dan pembayaran digital	Peningkatan pengetahuan peserta mengenai digitalisasi UMKM
PENDAMPINGAN	Praktik pembuatan akun bisnis, pengunggahan produk, penyusunan konten promosi, dan pendampingan penggunaan <i>marketplace</i>	Peserta mampu mengimplementasikan pemasaran digital
MONITORING DAN EVALUASI	Observasi, diskusi, dan evaluasi hasil kegiatan	Diketahui capaian program dan perubahan kemampuan peserta

Berdasarkan Tabel 1, seluruh tahapan kegiatan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana. Pelaksanaan pelatihan berlangsung secara interaktif melalui penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami penerapan digitalisasi dalam kegiatan usahanya.

Selanjutnya, hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi mitra beserta solusi yang diberikan selama pendampingan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Permasalahan Mitra dan Solusi Program Pendampingan

PERMASALAHAN UMKM	SOLUSI YANG DIBERIKAN	HASIL YANG DICAPAI
PEMASARAN MASIH KONVENSIONAL	Pelatihan digital marketing	Peserta mulai memasarkan produk secara digital
BELUM MEMILIKI AKUN MEDIA SOSIAL BISNIS	Pendampingan pembuatan akun bisnis	Peserta memiliki akun bisnis digital
BELUM MEMAHAMI PENGGUNAAN MARKETPLACE	Pelatihan dan praktik penggunaan <i>marketplace</i>	Produk mulai dipasarkan melalui <i>marketplace</i>

KONTEN PROMOSI KURANG MENARIK	Pelatihan fotografi produk dan desain konten	Konten promosi menjadi lebih menarik
LITERASI DIGITAL MASIH RENDAH	Pendampingan intensif	Kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi meningkat

Berdasarkan Tabel 2, setiap permasalahan yang dihadapi mitra memperoleh solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Pendampingan secara langsung memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan penggunaan media digital sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif.

Monitoring setelah kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif terhadap kemampuan peserta dalam mengelola usaha berbasis digital. Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelaksanaan program disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perubahan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Pendampingan

ASPEK	SEBELUM	SESUDAH PENDAMPINGAN
LITERASI DIGITAL	Rendah	Meningkat
MEDIA PROMOSI	Konvensional	Media sosial dan <i>marketplace</i>
AKUN BISNIS DIGITAL	Belum tersedia	Seluruh peserta memiliki akun bisnis
BRANDING PRODUK	Sederhana	Lebih profesional
FOTO PRODUK	Kurang menarik	Lebih berkualitas
JANGKAUAN PEMASARAN	Lokal	Lebih luas melalui media digital
INTERAKSI DENGAN PELANGGAN	Tatap muka	Media sosial dan aplikasi pesan instan
PEMBAYARAN DIGITAL	Belum dimanfaatkan	Mulai digunakan oleh sebagian peserta

Tabel 3 menunjukkan bahwa program pendampingan memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran. Pelaku UMKM mulai mampu mengelola akun bisnis secara mandiri, membuat konten promosi yang lebih menarik, dan memperluas jangkauan pemasaran melalui berbagai platform digital.

Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Indikator Keberhasilan Program

<i>Indikator</i>	<i>Sebelum Program</i>	<i>Setelah Program</i>
<i>Pemahaman digital marketing</i>	Rendah	Baik
<i>Kemampuan menggunakan media sosial bisnis</i>	Kurang	Meningkat
<i>Kemampuan membuat konten promosi</i>	Terbatas	Mampu secara mandiri
<i>Penggunaan marketplace</i>	Belum ada	Mulai digunakan
<i>Kepercayaan diri dalam pemasaran digital</i>	Rendah	Meningkat
<i>Potensi perluasan pasar</i>	Terbatas	Lebih luas

Peningkatan pada indikator tersebut menunjukkan bahwa tujuan utama kegiatan pengabdian telah tercapai, yaitu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital sebagai strategi pengembangan usaha.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM (Ramin, 2023). Berbeda dengan pelatihan yang hanya bersifat teoritis, pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar melalui praktik langsung sehingga kemampuan yang diperoleh dapat segera diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari (Hana & Prabowo, 2025).

Peningkatan literasi digital yang terjadi setelah pelaksanaan program memperlihatkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami pentingnya transformasi digital dalam menghadapi persaingan usaha (Khalil dkk., 2025). Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, dan aplikasi digital mampu memperluas akses pasar sekaligus meningkatkan efektivitas promosi produk (Martínez De Ibarreta dkk., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya menjadi sarana pemasaran, tetapi juga merupakan strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha (Goertler dkk., 2025).

Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menyatakan bahwa transformasi digital memberikan kontribusi terhadap peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM. Adopsi teknologi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun identitas merek (*branding*), meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih cepat dan interaktif.

Selain peningkatan kemampuan teknis, kegiatan pendampingan juga mendorong perubahan pola pikir pelaku usaha terhadap pemanfaatan teknologi. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar peserta menganggap pemasaran digital sulit diterapkan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan teknologi (Haruna dkk., 2024). Setelah memperoleh pelatihan dan pendampingan secara intensif, peserta menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan media digital untuk mempromosikan produk dan mengembangkan usahanya (Haruna dkk., 2024).

Walaupun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan perangkat digital, kualitas jaringan internet yang belum stabil, serta perlunya pendampingan lanjutan agar penggunaan teknologi dapat dilakukan secara konsisten (Razi-ur-Rahim dkk., 2025). Oleh karena itu, keberlanjutan program melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan instansi terkait menjadi faktor penting untuk memastikan proses digitalisasi UMKM dapat berjalan secara berkelanjutan (Moxoto dkk., 2025).

Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM di Desa Pangereman berhasil meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran berbasis teknologi, serta kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu pelaku UMKM, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal melalui pengembangan usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Pendampingan Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha di Desa Pangereman, Kecamatan Batumarmar, Kabupaten Pamekasan telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan digitalisasi, pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital, kemampuan menggunakan media sosial dan *marketplace* sebagai media pemasaran, keterampilan dalam menyusun konten promosi digital, serta kemampuan membangun identitas usaha (*branding*) yang lebih profesional. Perubahan tersebut berdampak pada meningkatnya kesiapan pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha di era ekonomi digital.

Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan perangkat teknologi, kualitas jaringan internet yang belum optimal, serta masih perlunya pendampingan berkelanjutan agar kemampuan yang telah diperoleh dapat diterapkan secara konsisten. Oleh karena itu, disarankan agar program pendampingan digitalisasi UMKM dilakukan secara berkesinambungan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, pemerintah daerah, dan instansi terkait. Kegiatan lanjutan dapat difokuskan pada penguatan pemasaran berbasis *e-commerce*, optimalisasi penggunaan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam pembuatan konten promosi, peningkatan kemampuan manajemen keuangan digital, serta pendampingan sertifikasi halal dan legalitas usaha. Dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM di Desa Pangereman mampu berkembang secara lebih inovatif, adaptif, dan berdaya saing sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Agma, A. R. (2025). *Manajemen Risiko Keuangan pada UMKM di Masa Krisis Ekonomi Pasca Pandemi*. 1(1).
- Anah, L., & Amer, A. B. (2024). *Entrepreneurial Resilience di Era Digital: Tinjauan Sistematis Literature Review*.
- Arifa Kurniawan & Andika Saputra. (2024). Transformasi Digital dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Studi pada UKM di Bandar Lampung. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3), 112–118. <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i3.3690>
- Ausat, A. M. A., Suparwata, D. O., & Risdwiyanto, A. (2025). Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 173–182. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14674>
- Aveling, E.-L., Gillespie, A., & Cornish, F. (2015). A qualitative method for analysing multivoicedness. *Qualitative Research*, 15(6), 670–687. <https://doi.org/10.1177/1468794114557991>
- Goertler, T., Papert, M., Fischer, I., & Schmidt, M. (2025). Building digital platform ecosystems: A synthetization of fundamental design topics from a literature review. *Digital Business*, 5(1), 100109. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100109>
- Hana, M. Z., & Prabowo, H. Y. (2025). Implementing Fraud Prevention and Detection Strategies in Indonesia's National Health Insurance: A Case Study at BPJS Kesehatan Yogyakarta. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 16(1), 65–85. <https://doi.org/10.18592/taradhi.v16i1.16732>

- Haruna, A., Oumbé, H. T., Kountchou, A. M., & Pilag Kakeu, C. B. (2024). Can Islamic finance enhance the innovation capacity of Cameroonian SMEs? Empirical evidence based on a multivariate probit approach. *Borsa Istanbul Review*, 24(1), 187–200. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.11.006>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Khalil, M. A., Padmanabhan, R., Hadid, M., Elomri, A., & Kerbache, L. (2025). AI driven transformation in trade finance: A roadmap for automating letter of credit document examination. *Digital Business*, 5(2), 100130. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100130>
- Martínez De Ibarreta, C., Ruíz-Rúa, A., Gijón, C., & Fernández-Bonilla, F. (2025). Banking digitalization in Spain: How branch closures and digital barriers reshape financial inclusion. *Digital Business*, 5(1), 100119. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100119>
- Mere, K. (2025). *Strategi Manajemen Krisis Dalam Menghadapi Disrupsi Ekonomi Global*.
- Moxoto, A. C. D. A., Soukiazis, E., & Melo, P. (2025). Determinants of success in initial coin offerings (ICOs): A systematic literature review. *Digital Business*, 5(2), 100123. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100123>
- Muzakki, M. A., Uday, M. M., Said, M. F., & Sanjaya, V. F. (2024). *Strategi Kompetitif Dalam Era Disrupsi Tantangan Dan Peluang Bagi UMKM Di Sektor Teknologi*. (02).
- Njie, B., & Asimiran, S. (2014). Case Study as a Choice in Qualitative Methodology. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSRJRME)*, 4(3), 35–40. <https://doi.org/10.9790/7388-04313540>
- Panjaitan, R., & Ibaneza, N. T. (2022). *Menelisik Ketahanan Kewirausahaan Dan Ketahanan Organisasi Menuju Umkm Tangguh Di Kabupaten Semarang*. 4.
- Ramadhan, A. R., & Nafia, N. (2024). *Strategi Adaptasi Pelaku Usaha Kecil Menengah (Ukm) Pada Masa Pandemi Dan Pasca Pandemi*. 2(2).
- Ramin, Moh. (2023). Implementasi Niche Market Pada Air Labini Yang Dikelola Koperasi Pondok Pesantren Anika Usaha Bata-Bata Didesa Bira Timur. *Investi : Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 4(1), 466–474. <https://doi.org/10.32806/ivi.v4i1.118>
- Razi-ur-Rahim, M., Rabbani, M. R., Uddin, F., & Shaikh, Z. H. (2025). Corrigendum to “Adoption of UPI among Indian users: Using extended meta-UTAUT model” [Digital

Business 4 (2024) 100093]. *Digital Business*, 5(1), 100105.
<https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100105>

Winarsih, S. (2025). Pengalaman Wirausaha UMKM di Bekasi dalam Menghadapi Tantangan Ketidakpastian Ekonomi: Studi Fenomenologi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 3000–3005.
<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2425>