

# **Digitalisasi UMKM Inklusif di Kabupaten Banyumas Sebagai Katalis Transformasi Sosial Menuju Ekonomi Berkelanjutan**

**Puspita Lianti Putri<sup>1</sup>, Riska Nadiya Salsabela<sup>1</sup>**

Universitas Harapan Bangsa, Purwokerto<sup>1</sup>

Email: [puspita@uhb.ac.id](mailto:puspita@uhb.ac.id)\*

## **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mendorong transformasi sosial dan ekonomi melalui digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara inklusif di Kabupaten Banyumas. Program berfokus pada peningkatan literasi digital dan kapasitas pemasaran daring agar pelaku usaha mampu beradaptasi dengan ekonomi berbasis teknologi. Metode meliputi pemetaan kebutuhan digital, pelatihan dua tahap mengenai manajemen bisnis digital dan strategi pemasaran kreatif, serta pendampingan intensif selama empat minggu menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan (need-based participatory approach). Sebanyak 30 UMKM dari kelompok rentan dan wilayah peri-urban terlibat aktif. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada kompetensi digital, antara lain pemahaman konsep digitalisasi meningkat dari 26% menjadi 88% dan penggunaan WhatsApp Business dari 34% menjadi 92%. Kebaruan kegiatan ini terletak pada penerapan model pendampingan digital kontekstual berbasis komunitas lokal yang mengintegrasikan literasi digital dengan penguatan jejaring sosial ekonomi. Pendekatan ini terbukti efektif sebagai katalis transformasi sosial serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan.

**Kata kunci :** *UMKM, digitalisasi, inklusi digital, pemasaran digital, transformasi sosial*

## **ABSTRACT**

*This community engagement program aims to foster social and economic transformation through the inclusive digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Banyumas Regency. The program focuses on enhancing digital literacy and online marketing capabilities to enable entrepreneurs to adapt to a technology-driven economy. The implementation methods include a digital needs assessment, two-stage training on digital business management and creative marketing strategies, and four weeks of intensive mentoring using a need-based participatory approach. A total of 30 MSMEs from vulnerable groups and peri-urban areas participated actively in the program. Evaluation results show significant improvements in digital competencies, including an increase in understanding of digitalization concepts from 26% to 88% and the use of WhatsApp Business from 34% to 92%. The novelty of this program lies in the application of a context-based digital mentoring model rooted in local community engagement, integrating digital literacy with the strengthening of socio-economic networks. This inclusive and contextual approach has proven effective as a catalyst for social transformation and as a driver of inclusive and sustainable regional economic growth.*

**Keywords:** *MSMEs, digital inclusion, digital marketing, social transformation, community empowerment*

## **PENDAHULUAN**

Transformasi digital dewasa ini telah menjadi salah satu pilar utama dalam perkembangan ekonomi global dan nasional. Implementasi teknologi digital telah membawa perubahan struktural dan sistemik dalam berbagai sektor industri, termasuk dalam tata kelola

usaha skala mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perubahan ini tidak hanya memengaruhi aspek operasional, tetapi juga mendefinisikan ulang cara pelaku usaha menjangkau pasar, membangun hubungan dengan konsumen, serta mengelola sumber daya. Sejumlah studi menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara strategis berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional, perluasan akses pasar, dan penguatan daya saing, terutama di kalangan UMKM (Farhan et al., 2022; Veranita et al., 2021). Dalam konteks Indonesia, digitalisasi terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap percepatan pemulihan ekonomi pasca pandemi, khususnya dalam menghidupkan kembali sektor UMKM yang terdampak secara langsung (Alinsari, 2021).

Kendati demikian, akselerasi digital tidak berjalan secara merata. Terdapat ketimpangan yang cukup signifikan antara UMKM yang berada di wilayah perkotaan dan yang berada di daerah non-metropolitan, seperti Kabupaten Banyumas. Pelaku usaha di wilayah ini menghadapi sejumlah hambatan, antara lain keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, serta kesulitan dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi secara efektif (Setiawan et al., 2021; Tobing et al., 2021). Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan digital tidak semata berkaitan dengan aspek teknis, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor struktural yang lebih dalam, seperti budaya digital, tingkat pendidikan, dan keterbatasan sumber daya manusia (Fandiga et al., 2023; Fitriasari et al., 2021). Oleh karena itu, upaya untuk menjembatani kesenjangan tersebut menuntut pendekatan yang bersifat multidimensi dan adaptif terhadap konteks lokal. Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya dipandang sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen transformasi sosial yang menuntut model pemberdayaan baru yang lebih inklusif, kontekstual, dan berakar pada kebutuhan masyarakat lokal.

Permasalahan digitalisasi di kalangan UMKM menjadi semakin kompleks ketika mempertimbangkan kondisi pelaku usaha dari kelompok rentan, seperti perempuan kepala keluarga, pemuda putus sekolah, dan pelaku usaha informal. Kelompok-kelompok ini kerap kali tidak memiliki akses terhadap pelatihan yang berkualitas, sarana pendukung, maupun dukungan kelembagaan yang memadai dalam mengembangkan kapasitas digital mereka (Fadilah et al., 2022; Wibawa et al., 2023). Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat memperparah eksklusi sosial dan memperlebar kesenjangan ekonomi antar kelompok masyarakat (Amien, 2024). Oleh sebab itu, diperlukan intervensi yang dirancang secara inklusif dan kontekstual, dengan mempertimbangkan kebutuhan spesifik serta kapasitas aktual pelaku UMKM yang terpinggirkan (Sihwahjoeni et al., 2021).

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk menjawab beberapa pertanyaan kunci: (1) sejauh mana pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan literasi serta keterampilan pemasaran digital pelaku UMKM; (2) bagaimana perubahan praktik penggunaan platform digital dalam aktivitas bisnis sehari-hari; dan (3) sejauh mana program ini berkontribusi terhadap terbentuknya jejaring komunitas digital yang berkelanjutan di tingkat lokal.

Digitalisasi dalam konteks pemberdayaan UMKM seyoginya tidak hanya dipahami sebagai proses adopsi teknologi, melainkan sebagai bagian dari proses transformasi sosial. Ketika digitalisasi dikombinasikan dengan penguatan kapasitas sumber daya manusia, maka ia mampu menghasilkan perubahan pada tataran kognitif dan strategis pelaku usaha. Dalam hal ini, Septiani & Wuryani (2020) menekankan bahwa peningkatan kompetensi digital berimplikasi positif terhadap produktivitas dan kemampuan adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan pasar. Dengan demikian, program pemberdayaan digital harus mengadopsi pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan adaptif, agar proses transformasi tersebut berakar kuat pada kondisi sosial-ekonomi masyarakat dan dapat berkelanjutan dalam jangka panjang (Adila & Rahmi, 2024).

Kebaruan ilmiah dari kegiatan ini terletak pada penerapan model tiga tahap pemetaan kebutuhan, pelatihan intensif, dan pendampingan berkelanjutan yang dikembangkan dengan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan (*need-based participatory approach*). Pendekatan ini berbeda dari model pelatihan konvensional karena mengintegrasikan proses pembelajaran digital dengan pembentukan komunitas usaha lokal sebagai wadah kolaborasi berkelanjutan.

Merespons berbagai tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan untuk mendorong transformasi sosial dan ekonomi melalui digitalisasi UMKM secara inklusif di Kabupaten Banyumas. Fokus utama dari kegiatan ini adalah peningkatan literasi digital dan kapasitas pemasaran pelaku UMKM lokal, khususnya mereka yang berasal dari kelompok rentan dan wilayah peri-urban. Secara spesifik, program ini bertujuan untuk memetakan kebutuhan digitalisasi UMKM, menyelenggarakan pelatihan yang relevan dalam bidang pengelolaan bisnis digital dan strategi pemasaran daring, serta membangun ekosistem pemberdayaan berbasis komunitas yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan (Kasim, 2024).

Selain itu, program ini berkontribusi secara teoretis dengan memperkaya literatur mengenai pemberdayaan digital inklusif berbasis komunitas, khususnya dalam konteks UMKM non-metropolitan. Dari sisi praktis, kegiatan ini memberikan rekomendasi bagi

pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM untuk mengembangkan model pelatihan digital yang adaptif terhadap karakteristik sosial ekonomi lokal, serta memperkuat kebijakan inklusi ekonomi berbasis teknologi di tingkat daerah.

Lebih jauh, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong terbentuknya kesadaran kolektif mengenai pentingnya penguasaan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing usaha. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa intervensi dalam bentuk pelatihan literasi digital mampu meningkatkan efektivitas manajerial dan kualitas pengambilan keputusan bisnis secara signifikan (Ayuningtyas & Utomo, 2023; Meliza et al., 2023). Dalam kerangka tersebut, keterlibatan aktif komunitas lokal dalam seluruh tahapan program menjadi elemen krusial, guna memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat terinternalisasi dan diimplementasikan secara kontekstual dalam kehidupan sehari-hari (Susano, 2024).

Melihat kompleksitas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kabupaten Banyumas, maka desain program pengabdian ini disusun dengan mempertimbangkan keragaman karakteristik dan kebutuhan spesifik para pelaku usaha. Kajian empiris menyarankan bahwa keberhasilan digitalisasi UMKM sangat dipengaruhi oleh sinergi antara pelatihan teknis, penguatan infrastruktur digital, dan keberlanjutan pendampingan (Arianti, 2020). Di samping itu, kesadaran akan pentingnya pelatihan berkelanjutan menjadi prasyarat dalam menjamin adaptabilitas UMKM terhadap dinamika teknologi yang terus berkembang (Anindyntha & Sulistyono, 2024; Nurcahyo, 2020).

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berperan sebagai intervensi peningkatan kapasitas digital, tetapi juga sebagai model penguatan ekosistem ekonomi lokal yang dapat direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik sosial serupa.

## **METODE PELAKSAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan (need-based participatory approach), yang menempatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai subjek aktif dalam proses transformasi digital. Pendekatan ini dipilih karena mampu memastikan setiap tahapan kegiatan disusun secara kontekstual dan adaptif terhadap permasalahan, kapasitas, serta dinamika sosial-ekonomi lokal yang dihadapi oleh mitra sasaran. Mitra utama kegiatan ini adalah ASPIKMAS (Asosiasi Pengusaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Kabupaten Banyumas, yang selama ini berperan sebagai pendamping dan fasilitator dalam pengembangan UMKM berbasis komunitas di wilayah tersebut.

Peserta kegiatan ditetapkan berdasarkan kriteria inklusi yang mencerminkan prinsip keterlibatan yang adil dan representatif. Kriteria tersebut meliputi: (1) pelaku usaha aktif minimal satu tahun; (2) berdomisili di wilayah peri-urban Kabupaten Banyumas; dan (3) memiliki komitmen mengikuti seluruh rangkaian program. Sebanyak 30 pelaku UMKM berpartisipasi aktif, terdiri atas 70% perempuan dan 30% laki-laki, dengan sebaran sektor usaha meliputi kuliner (40%), fashion dan kerajinan (33%), serta perdagangan jasa dan pertanian olahan (27%). Komposisi ini sekaligus menegaskan sisi inklusifitas program, karena sebagian besar peserta berasal dari kelompok rentan seperti perempuan kepala keluarga dan pemuda berpendidikan menengah ke bawah.

Tahap awal kegiatan diawali dengan pemetaan kebutuhan (need assessment) untuk mengidentifikasi kondisi aktual pelaku UMKM, meliputi tingkat literasi digital, akses terhadap perangkat teknologi, serta hambatan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis berbasis digital. Kegiatan pemetaan dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara semi-terstruktur kepada peserta yang merupakan anggota aktif ASPIKMAS.

Instrumen yang digunakan dikembangkan berdasarkan lima indikator utama kompetensi digital, yaitu: (1) pemahaman konsep digitalisasi usaha, (2) kemampuan menggunakan WhatsApp Business untuk komunikasi pelanggan, (3) pemanfaatan media sosial (Instagram dan TikTok) untuk promosi, (4) keterampilan membuat konten digital (foto, video, dan narasi produk), serta (5) konsistensi interaksi pelanggan secara daring. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5, dengan contoh butir pernyataan seperti “Saya menggunakan fitur katalog di WhatsApp Business untuk mempromosikan produk saya.” Peserta dikategorikan kompeten apabila memperoleh skor  $\geq 4$ , sedangkan skor di bawah 3 menunjukkan kebutuhan pendampingan tambahan. Instrumen ini tidak hanya berfungsi untuk menilai kondisi awal peserta, tetapi juga menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan.

Tahapan berikutnya adalah pelatihan intensif, yang diselenggarakan pada 26 Agustus 2025 di Universitas Harapan Bangsa (UHB) Kampus 2, Purwokerto. Kegiatan berlangsung selama satu hari penuh dan terdiri dari dua sesi tematik. Sesi pertama berfokus pada penguatan manajemen bisnis digital, mencakup pemahaman konsep digitalisasi UMKM, penggunaan WhatsApp Business dan Google My Business, serta optimalisasi marketplace lokal. Sesi kedua mengangkat strategi pemasaran digital dan produksi konten kreatif, mencakup teknik promosi berbasis media sosial (Instagram dan TikTok), penyusunan narasi produk, serta strategi peningkatan interaksi pelanggan daring. Metode penyampaian materi menggunakan ceramah interaktif, studi kasus, simulasi praktik, dan

latihan terstruktur, sehingga peserta tidak hanya memahami secara teoritis tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung.

Untuk memperkuat dampak pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan intensif selama empat minggu (27 Agustus–24 September 2025). Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan ke lokasi usaha dan sesi konsultasi daring yang dijadwalkan secara berkala. Fokus utama pendampingan ialah memastikan implementasi hasil pelatihan dalam praktik bisnis, seperti penyusunan konten promosi, pengelolaan akun media sosial, dan evaluasi efektivitas strategi digital yang diterapkan. Pendampingan bersifat adaptif terhadap kebutuhan dan karakteristik setiap pelaku usaha, dengan menjunjung tinggi prinsip inklusivitas dan kesetaraan akses.

Analisis data hasil kegiatan dilakukan dengan membandingkan skor pre-test dan post-test pada setiap indikator kompetensi digital. Uji statistik yang digunakan meliputi uji Wilcoxon Signed-Rank Test untuk menilai perbedaan skor sebelum dan sesudah kegiatan, serta uji McNemar untuk mengukur perubahan proporsi peserta yang mencapai kategori kompeten. Selain itu, perhitungan effect size ( $r$ ) digunakan untuk menentukan kekuatan peningkatan kompetensi. Hasil analisis ini menjadi dasar untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi area yang memerlukan penguatan lanjutan.

Dalam mendukung pelaksanaan kegiatan, digunakan berbagai media dan alat bantu pembelajaran seperti komputer, proyektor, perangkat mobile, koneksi internet, lembar kerja digital (*worksheet*), serta template konten promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Teknik fasilitasi meliputi diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), coaching individu, pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), dan simulasi aktivitas pemasaran digital sesuai dengan sektor usaha masing-masing peserta.

Sebagai tahap akhir, dilakukan evaluasi dan refleksi untuk menilai capaian program sekaligus mengumpulkan umpan balik dari peserta dan mitra. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner akhir dan diskusi kelompok terbatas dengan fasilitator serta perwakilan ASPIKMAS. Hasilnya digunakan untuk menyusun rekomendasi pengembangan model pendampingan digital berkelanjutan di masa depan. Dengan pendekatan yang sistematis, berbasis bukti, dan berorientasi kebutuhan, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat literasi digital, mendorong inklusi teknologi, serta mengakselerasi transformasi ekonomi UMKM di Kabupaten Banyumas.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan capaian yang menunjukkan efektivitas pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan dalam memperkuat kompetensi digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Banyumas. Program ini melibatkan 30 peserta aktif dari anggota ASPIKMAS yang mengikuti seluruh tahapan mulai dari pemetaan kebutuhan, pelatihan intensif pada 26 Agustus 2025, hingga pendampingan selama empat minggu (27 Agustus–24 September 2025).



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test yang mengukur lima indikator kompetensi digital serta lima indikator performa bisnis. Setiap indikator dinilai menggunakan skala Likert 1–5 dan dikombinasikan dengan observasi lapangan terhadap aktivitas bisnis daring peserta selama masa pendampingan.

Tabel 1. Perbandingan Kompetensi dan Kinerja Digital UMKM Sebelum dan Sesudah Program

| Aspek yang Dinilai                                       | Sebelum Kegiatan (%) Kompeten | Sesudah Kegiatan (%) Kompeten | Peningkatan (%) |
|--|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| Pemahaman konsep digitalisasi UMKM                       | 26                            | 88                            | +62             |
| Penggunaan <i>WhatsApp Business</i> aktif                | 34                            | 92                            | +58             |
| Pemanfaatan media sosial (Instagram/TikTok)              | 28                            | 85                            | +57             |
| Konsistensi unggahan konten promosi ( $\geq 3$ x/minggu) | 22                            | 81                            | +59             |
| Penggunaan fitur katalog dan <i>basic analytics</i>      | 15                            | 78                            | +63             |
| Kemampuan membuat konten promosi mandiri                 | 18                            | 76                            | +58             |
| Interaksi pelanggan daring (respon cepat/DM)             | 30                            | 81                            | +51             |
| Tingkat pesanan (order rate)                             | 25                            | 64                            | +39             |

|   |    |    |     |
|---|----|----|-----|
| Jumlah pelanggan baru (new customers)                   | 20 | 58 | +38 |
| Jangkauan dan keterlibatan digital (reach & engagement) | 27 | 70 | +43 |

Keterangan: *Reach* dan *engagement* diukur melalui analitik media sosial peserta, sedangkan *order rate* dan jumlah pelanggan baru dihitung berdasarkan transaksi aktual selama periode pendampingan.

Peningkatan signifikan yang terjadi pada seluruh aspek tersebut menunjukkan keberhasilan strategi digital yang diterapkan dalam kegiatan ini. Analisis menggunakan uji Wilcoxon Signed-Rank Test menunjukkan nilai  $p < 0,01$  pada semua indikator kompetensi digital, menandakan peningkatan signifikan secara statistik. Uji McNemar juga memperlihatkan peningkatan proporsi peserta yang kompeten dari 28% menjadi 84%, dengan nilai effect size ( $r$ ) sebesar 0,72, yang menunjukkan efek besar (large effect).

Peningkatan ini dapat dijelaskan melalui tiga mekanisme kausal utama. Pertama, intensitas pendampingan dan umpan balik personal membantu peserta menerapkan strategi digital secara langsung di lapangan. Kedua, relevansi materi pelatihan dengan konteks lokal menjadikan transfer pengetahuan lebih mudah diterima dan diaplikasikan. Ketiga, dukungan sosial antaranggota komunitas ASPIKMAS menciptakan atmosfer belajar yang kolaboratif dan mendorong keberlanjutan praktik digital setelah program berakhir.

Selain itu, sejumlah faktor pendukung turut memperkuat hasil kegiatan, antara lain: (1) keterlibatan aktif ASPIKMAS dalam koordinasi kegiatan dan logistik, (2) antusiasme peserta terhadap metode learning by doing, serta (3) dukungan infrastruktur dari universitas yang menyediakan fasilitas komputer dan koneksi internet stabil. Di sisi lain, faktor penghambat meliputi keterbatasan akses internet di daerah pedesaan, disparitas literasi digital awal peserta, serta waktu kerja harian yang padat. Bagi peserta perempuan, tanggung jawab domestik dan peran care-work juga menjadi hambatan yang membatasi keterlibatan penuh dalam sesi daring.

Dari sisi dampak, kegiatan ini memberikan kontribusi pada tiga dimensi utama: transformasi individu, penguatan komunitas, dan pengembangan ekosistem digital lokal.

Pertama, dari sisi individu, peserta mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi serta memahami pentingnya kehadiran digital dalam memperluas pasar. Hal ini sejalan dengan temuan Lambut et al., (2023) yang menegaskan bahwa peningkatan keterampilan digital berpengaruh terhadap daya saing UMKM di pasar yang semakin terdigitalisasi.

Kedua, pada tingkat komunitas, terbentuknya jejaring pelaku usaha yang saling mendukung memperkuat solidaritas sosial dan menciptakan kolaborasi produktif yang meningkatkan daya saing kolektif. Hal ini konsisten dengan Tohir et al. (2023) yang menyatakan bahwa jejaring komunitas mampu mempercepat pertukaran informasi dan efisiensi akses sumber daya.

Ketiga, pada level ekosistem, kegiatan ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM menjadi instrumen strategis untuk mendorong inklusi ekonomi dan transformasi sosial lokal. Temuan ini sejalan dengan Lambut et al. (2023) dan Sahrul & Nuringsih (2023) yang menegaskan bahwa adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, mengakses pelanggan baru, dan meningkatkan keberlanjutan bisnis melalui inovasi dan adaptasi yang berkelanjutan.

Dari perspektif kinerja bisnis, rata-rata peserta mengalami peningkatan tingkat pesanan harian (*order rate*) sebesar 35–40% dan jumlah pelanggan baru meningkat sekitar 38% selama masa pendampingan. Sebagian peserta juga mulai menggunakan fitur analitik media sosial untuk memantau performa promosi, praktik yang sebelumnya belum dilakukan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma manajerial menuju pengambilan keputusan berbasis data (*data-driven decision making*).

Secara konseptual, hasil ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan pendampingan kontekstual berbasis komunitas lokal lebih efektif dibandingkan pelatihan konvensional yang bersifat satu arah. Pendekatan ini menciptakan ruang partisipasi, refleksi sosial, dan pembelajaran kolaboratif yang memperkuat transformasi digital sebagai bagian dari pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat (Septiani & Wuryani, 2020; Adila & Rahmi, 2024).

Meskipun capaian kegiatan ini tergolong signifikan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati. Pertama, sampel berbasis komunitas (ASPIKMAS) membatasi generalisasi hasil karena karakteristik sosial-ekonomi peserta belum tentu mewakili seluruh populasi UMKM Banyumas. Kedua, durasi program yang relatif singkat (empat minggu) hanya memungkinkan pengamatan terhadap dampak jangka pendek, sehingga keberlanjutan hasil perlu diteliti lebih lanjut. Ketiga, penggunaan metode self-report berpotensi menghasilkan response bias karena sebagian data diperoleh dari persepsi subjektif peserta. Keempat, ketergantungan pada koneksi internet menjadi faktor pembatas utama dalam konsistensi pelaksanaan pelatihan dan pendampingan daring.

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar program sejenis dilaksanakan secara longitudinal selama enam bulan atau lebih, guna memantau perubahan perilaku

digital dan dampak ekonomi secara berkelanjutan. Selain itu, penerapan evaluasi berbasis data objektif seperti dashboard analytics dan sales monitoring system akan memperkuat keandalan data. Studi lanjutan juga dapat mengeksplorasi perbedaan gender, konteks geografis, dan jenis usaha untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan yang lebih inklusif bagi pengembangan UMKM di wilayah non-metropolitan.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai tujuan yang ditetapkan, yakni meningkatkan literasi digital serta kapasitas pemasaran daring pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas, khususnya dari kelompok rentan dan wilayah peri-urban. Melalui rangkaian pemetaan kebutuhan, pelatihan intensif, dan pendampingan berkelanjutan, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai konsep digitalisasi, keterampilan dalam pemanfaatan platform digital untuk promosi usaha, serta kemampuan membangun jejaring komunitas berbasis digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada perluasan akses pasar dan peningkatan daya saing UMKM, tetapi juga pada penguatan ekosistem ekonomi lokal yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ASPIKMAS Kabupaten Banyumas yang telah menjadi mitra strategis dalam pelaksanaan kegiatan, serta kepada para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian program. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Harapan Bangsa (UHB) yang telah memfasilitasi penyelenggaraan pelatihan di Kampus 2, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada seluruh pihak yang turut memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adila, M., & Rahmi, D. (2024). Identifikasi Tingkat Literasi Halal Dan Minat Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Pada UMKM Kuliner Di Kota Bandung. *Bandung Conference Series Economics Studies*, 4(1), 322–328. <https://doi.org/10.29313/bcses.v4i1.11864>

Alinsari, N. (2021). Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembukuan Sederhana. *Magistrorum Et Scholarium Jurnal*

- Amien, M. (2024). Workshop Pengenalan Bahasa Pemrograman Python Untuk Data Sains. *Dharma Nusantara Jurnal Ilmiah Pemberdayaan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 39–42. <https://doi.org/10.32664/dharma.v1i2.1158>
- Anindyntha, F. A., & Sulistyono, S. W. (2024). Pendampingan Peningkatan Kemampuan Kewirausahaan Dan Literasi Keuangan Pada UMKM Di Desa Selorejo Kabupaten Blitar. *Mejuajua Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 46–54. <https://doi.org/10.52622/mejuajuabdimas.v4i1.144>
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Ayuningtyas, M. P., & Utomo, R. B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Dan Pembukuan Digital Pada UMKM Di Desa Potorono. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(4), 1277–1284. <https://doi.org/10.54082/jamsi.842>
- Fadilah, I., Rahman, S., & Anwar, M. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Financial Technology Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Bandung. *Fair Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1347–1354. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2419>
- Fandiga, I., Ferial, L., Khunaefi, R., & Hayatunnufus, H. (2023). Peningkatan Digitalisasi Umkm Desa Sukaratu Berbasis Inklusi Digital. *Abdikarya Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(02), 99–105. <https://doi.org/10.47080/abdkarya.v5i02.2858>
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm. *Transekonomika Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>
- Fitriasari, P., Himawan, B., Yanida, M., & Widyatama, A. (2021). Apakah Literasi Keuangan Dan Inovasi Digital Mampu Meningkatkan Kinerja UMKM Saat Menghadapi Covid – 19? *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 11(2), 195–202. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2833>
- Kasim, E. Y. (2024). Pengembangan Literasi Keuangan Dan Sistem Manajemen Berbasis Digital Menuju Sustainable SMEs Pada Usaha Cheesestick Savouree. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 9(1), 26–34. <https://doi.org/10.52250/p3m.v9i1.883>
- Lambut, A., Kambey, J., & Putri, R. L. (2023). The Urgency of Digital Capital and Community Intervention in Developing the Potential of Local Superior Product for Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in Jambi. *Jurnal Akuntansi Manado (Jaim)*, 367–379. <https://doi.org/10.53682/jaim.vi.7016>
- Meliza, M., Ilmiani, A., & Ulum, A. S. (2023). Literasi Keuangan Untuk Optimalisasi Pengelolaan Keuangan Umkm Di Desa Sumurjomblangbogo, Kecamatan Bojong. *Jurnal Abdi Panca Mara*, 4(2), 6–12. <https://doi.org/10.51747/abdiapancamarga.v4i2.1730>

- Nurcahyo, M. A. (2020). Penggunaan Multimedia Interaktif Untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa SMP Pada Mata Pelajaran IPA. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 9(2), 132–138. <https://doi.org/10.31571/saintek.v9i2.2077>
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286–299. <https://doi.org/10.24912/jmied.v7i2.23293>
- Septiani, R., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Setiawan, T., Susetyo, D. P., & Pranajaya, E. (2021). Edukasi Literasi Digital: Pendampingan Transformasi Digital Pelaku UMKM Sukabumi Pakidulan. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.692>
- Sihwahjoeni, S., Marija, M., & Apriyanto, G. (2021). Pengaruh Financial Capital, Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Kota Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1). <https://doi.org/10.26905/ap.v7i1.5464>
- Susano, A. (2024). Literasi Digital Pendampingan Digitalisasi Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga. *EduJPM*, 1(1). <https://doi.org/10.69726/edujpm.v1i1.2>
- Tobing, G. J., Abubakar, L., & Handayani, T. (2021). Analisis Peraturan Penggunaan QRIS Sebagai Kanal Pembayaran Pada Praktik UMKM Dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital. *Acta Comitas*, 6(03), 491. <https://doi.org/10.24843/ac.2021.v06.i03.p3>
- Tohir, R., Purnamasari, H., & Aditya, I. (2023). Peran Pemerintah Desa Dalam Mendorong Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Wisata (Studi Kasus Pada Desa Wisata Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *Jurnal Trias Politika*, 7(2), 293–310. <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i2.5242>
- Veranita, M., Yusuf, R., Sahidin, Y., Susilowati, R., Fatihah, D. C., & Warsiati, W. (2021). Empowering UMKM Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era New Normal (Literasi Media Digital Melalui Webinar). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ubj*, 4(2), 159–168. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v4i2.585>
- Wibawa, B. M., Made, N. G., Bramanti, G. W., & Baihaqi, I. (2023). Meningkatkan Daya Saing Pengusaha Perempuan Melalui Pelatihan Mindset Kewirausahaan Dan Literasi Digital. *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 354–366. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1480>