Volume 6 No.2 September 2026
E-ISSN : 2808-2478
Website : https://journal.aiska-university.ac.id/index.php/empowerment
E-mail : empowerment@aiska-university.ac.id
Doi : https://doi.org/10.30787/empowerment.v6i2.2700

EMPOWERMENT JOURNAL
Universitas 'Aisyiyah Surakarta

TRANSFORMASI SDM UMKM MELALUI PENGUATAN KOMPETENSI MANAJERIAL DAN DIGITAL UNTUK BISNIS BERKELANJUTAN

Chandra Wisnu Utomo[1], Rizcho Louistama Setyana Putra[2], Hapasri Dyah Herdiany[3], Anggit Agung Merza Yuga[4]
[1,2,4] Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas 'Aisyiyah Surakarta, Indonesia
[3] Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia
Email : chandrautomo@aiska-university.ac.id

ABSTRAK

Penguatan kapasitas sumber daya manusia merupakan salah satu kebutuhan pelaku usaha dalam menghadapi persoalan pengelolaan dan pemasaran berbasis digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman manajerial dan digital peserta yang bermitra dengan PT Win Muslim Kreatif di Jatipuro, Karanganyar. Program berlangsung enam bulan pada 2026 dan melibatkan 40 peserta. Intervensi dilaksanakan melalui identifikasi kebutuhan, pelatihan interaktif, praktik langsung, pendampingan, serta pemantauan dan evaluasi. Materi mencakup perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, inovasi produk, pelayanan pelanggan, dan pemasaran digital. Perubahan pengetahuan dievaluasi melalui pre-test dan post-test, sedangkan penerapan praktik diamati secara kualitatif. Rata-rata skor meningkat dari 55 menjadi 85, setara kenaikan 30 poin atau 54,55% relatif terhadap skor awal ((85−55)/55 × 100%). Pengamatan menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai mencoba penerapan pemasaran digital, namun penggunaan fitur, pengelolaan akun, pembuatan konten, dan konsistensi promosi belum merata. Dengan demikian, program menunjukkan perbaikan skor pengetahuan dalam jangka pendek, sedangkan perubahan praktik usaha dan keberlanjutan hasil memerlukan pendampingan serta pengukuran lanjutan.

Kata kunci: penguatan kapasitas; UMKM; kompetensi manajerial; pemasaran digital; keberlanjutan usaha

ABSTRACT

Strengthening human resource capacity is important for business actors facing managerial and digital marketing challenges. This community engagement program aimed to improve the managerial and digital knowledge of participants working with PT Win Muslim Kreatif in Jatipuro, Karanganyar. The six-month program in 2026 involved 40 participants. Activities included needs assessment, interactive training, hands-on practice, mentoring, monitoring, and evaluation, covering business planning, basic financial records, product innovation, customer service, and digital marketing. Knowledge was assessed using pre- and post-tests, while the adoption of business practices was observed qualitatively. The mean score increased from 55 to 85, a 30-point gain or a 54.55% relative increase from baseline ((85−55)/55 × 100%). Observations indicated that some participants began applying digital marketing practices, although account management, content creation, platform features, and regular promotion were not adopted consistently. The program therefore demonstrated short-term improvement in knowledge scores, while sustained behavioral change and business outcomes require further mentoring and follow-up measurement.

Keywords: *capacity building; MSMEs; managerial competence; digital marketing; business sustainability*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja serta penguatan ekonomi lokal. Namun, peralihan dari pengelolaan informal menuju proses bisnis yang tertata dan penggunaan media digital tidak hanya membutuhkan akses teknologi, tetapi juga kemampuan manajerial dan kesiapan sumber daya manusia. Kajian mengenai transformasi digital UMKM menekankan perlunya kesesuaian strategi dengan kondisi awal usaha, pembelajaran

berkelanjutan, dan pembaruan mekanisme manajemen (Ben Slimane, S., Coeurderoy, R., & Mhenni, 2022) (Sagala, G. H., & Őri, 2024).

Mitra kegiatan adalah PT Win Muslim Kreatif yang berlokasi di Jatipuro, Karanganyar. Berdasarkan observasi dan wawancara awal yang dilaporkan tim pelaksana, persoalan prioritas mencakup perencanaan usaha yang belum sistematis, pencatatan keuangan yang belum rutin, pencampuran keuangan pribadi dan usaha, serta pemanfaatan media sosial yang belum optimal untuk membuat konten, mengelola akun dan berkomunikasi dengan pelanggan. Kebutuhan lain meliputi inovasi produk, diferensiasi dan pelayanan pelanggan. Jumlah informan, waktu identifikasi kebutuhan, serta profil usaha dan peserta belum dicantumkan pada dokumen sumber; rincian tersebut perlu dilengkapi dari catatan lapangan sebelum naskah dikirim kembali.

Temuan sebelumnya memperlihatkan bahwa keterbatasan pengetahuan dan sumber daya, serta resistensi terhadap perubahan, dapat menghambat pemanfaatan teknologi informasi oleh UMKM (Yuwono, T., et al, 2024). Kajian di Indonesia juga menekankan potensi manfaat digitalisasi sekaligus tantangan penerapannya (Purnomo, S., Nurmalitasari, 2024). Berbeda dari pelatihan yang berfokus hanya pada pengenalan kanal pemasaran, rancangan kegiatan ini mengintegrasikan pembelajaran manajerial, latihan pemasaran digital, dan pendampingan dalam satu rangkaian penguatan kapasitas. Integrasi tersebut merupakan karakter pendekatan program, bukan klaim kebaruan yang telah teruji secara komparatif.

Secara operasional, penguatan kapasitas diarahkan pada dua ranah. Pada ranah manajerial, aspek yang dituju ialah kemampuan menyusun perencanaan sederhana, mencatat arus kas, dan memisahkan keuangan usaha. Pada ranah digital, aspek yang dituju ialah kemampuan mengelola akun, membuat materi promosi, dan menggunakan kanal komunikasi pelanggan. Pengetahuan dinilai melalui tes sebelum dan sesudah kegiatan, sedangkan perubahan penerapan dinilai melalui observasi. Program bertujuan meningkatkan pemahaman kedua ranah tersebut dan mendorong praktik pengelolaan usaha yang lebih terstruktur; keberlanjutan bisnis diposisikan sebagai sasaran jangka panjang yang belum dapat disimpulkan hanya dari kenaikan skor tes.

METODE

Kegiatan dilaksanakan bersama PT Win Muslim Kreatif di Jatipuro, Karanganyar, Jawa Tengah, selama enam bulan pada 2026 dengan 40 peserta. Pendekatan yang digunakan adalah penguatan kapasitas (capacity building) melalui identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, monitoring, dan evaluasi. Naskah awal tidak merinci apakah peserta merupakan pemilik UMKM, pengelola, atau karyawan serta jumlah unit usaha; informasi tersebut memerlukan verifikasi data mitra.

Tahap persiapan meliputi observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan pada manajemen, produksi, pemasaran, inovasi produk, dan pelayanan pelanggan. Masalah yang teridentifikasi kemudian dipetakan menjadi materi dan indikator pengamatan sebagaimana Tabel 1.

Masalah/kebutuhan mitra	Intervensi program	Indikator yang perlu diamati
Perencanaan dan keuangan belum tertata	Latihan rencana usaha, arus kas, dan pemisahan keuangan	Tersedianya contoh rencana usaha serta catatan kas dan pemisahan transaksi
Promosi digital belum optimal	Praktik akun bisnis, konten, dan komunikasi pelanggan	Akun dikelola, konten dibuat/diunggah, dan respons pelanggan dicatat
Inovasi dan pelayanan perlu	Diskusi inovasi, diferensiasi, dan	Contoh gagasan inovasi serta

ISSN : (_____)
e-ISSN : 2808-2478

diperkuat	keluhan pelanggan	prosedur respons pelanggan

Tahap pelaksanaan mencakup pelatihan manajerial mengenai rencana usaha sederhana, pengendalian kegiatan, pencatatan arus kas dan pemisahan keuangan; pelatihan digital mengenai Instagram, TikTok, WhatsApp Business, foto/video produk, copywriting, dan pengelolaan akun; serta diskusi inovasi produk dan pelayanan pelanggan. Metode pembelajaran memadukan penjelasan interaktif, latihan berbasis kebutuhan usaha dan umpan balik. Naskah sumber belum menyebutkan tanggal tiap sesi, durasi dan frekuensi, jumlah fasilitator, serta rincian hasil praktik; data log kegiatan harus ditambahkan untuk menjamin replikasi pelaksanaan.

Tahap pendampingan dilakukan melalui konsultasi, kunjungan dan umpan balik berkala sebagaimana dilaporkan dalam naskah awal. Pengamatan diarahkan pada pelaksanaan pencatatan usaha serta penggunaan media digital. Namun, jumlah kunjungan, frekuensi monitoring, periode tiap pengukuran dan format lembar observasi tidak dilaporkan sehingga belum dapat dinyatakan sebagai monitoring mingguan atau bulanan.

Evaluasi pengetahuan dilakukan dengan perbandingan rata-rata pre-test dan post-test terhadap 40 peserta. Peningkatan absolut dihitung sebagai skor akhir dikurangi skor awal; peningkatan relatif dihitung dengan rumus ((rata-rata post-test − rata-rata pre-test)/rata-rata pre-test) × 100%. Naskah awal menyebut indikator peningkatan pemahaman minimal 30%, tetapi tidak memuat dokumen dasar penetapan target; karenanya angka tersebut hanya dicatat sebagai target yang dilaporkan, bukan tolok ukur yang sudah terverifikasi. Jumlah butir, bentuk soal, skala skor, sumber instrumen, kesetaraan pertanyaan, dan pasangan data individu belum tersedia. Oleh sebab itu analisis dibatasi pada statistik deskriptif berupa rata-rata dan selisih, tanpa menyatakan signifikansi statistik atau ukuran efek.

Observasi penerapan praktik dan kuesioner kepuasan juga disebutkan dalam rancangan awal, tetapi hasil numerik maupun instrumen tidak disertakan. Hasil observasi disajikan secara kualitatif dan dipisahkan dari hasil pengukuran pengetahuan. Pengujian berpasangan serta perhitungan proporsi adopsi teknologi dapat dilakukan apabila data peserta per individu dan lembar monitoring asli tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan pengetahuan peserta (hasil jangka pendek)

Program diikuti 40 peserta dan mencakup pembelajaran manajerial serta pemasaran digital. Hasil pre-test dan post-test yang dilaporkan menunjukkan peningkatan rerata nilai setelah kegiatan sebagaimana Tabel 2.

Indikator	Hasil
Jumlah peserta	40 orang
Rata-rata pre-test	55
Rata-rata post-test	85
Kenaikan absolut	30 poin
Peningkatan relatif terhadap skor awal	54,55%

Kenaikan relatif diperoleh dari (85−55)/55 × 100% = 54,55%; ini bukan kenaikan 54,55 poin persentase ataupun bukti kenaikan kinerja usaha. Apabila target awal 30% memang ditetapkan dengan dasar persentase relatif terhadap skor sebelum pelatihan, hasil tersebut secara numerik melampauinya. Namun, dasar penetapan dan operasionalisasi target belum terdokumentasi, sehingga kesimpulan ketercapaian target harus tetap bersyarat. Simpangan baku, rentang nilai, serta uji berpasangan tidak ditampilkan karena data individual tidak tersedia.

Perubahan praktik manajerial dan digital (indikasi jangka menengah)

Pada ranah manajerial, praktik pelatihan meliputi penyusunan rencana usaha sederhana, pencatatan arus kas, dan pemisahan keuangan pribadi dari keuangan usaha. Naskah sumber belum menyajikan jumlah peserta yang menghasilkan dokumen atau menerapkan pencatatan secara rutin pascakegiatan. Oleh karena itu, temuan ini menunjukkan cakupan pembelajaran dan arah pendampingan, belum membuktikan tingkat adopsi praktik keuangan.

Pada ranah pemasaran digital, pengamatan yang tercantum pada naskah awal menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai mencoba mengaplikasikan materi, sedangkan sebagian lainnya membutuhkan bantuan penggunaan fitur, pembuatan konten, pengelolaan akun, dan konsistensi promosi. Tidak tersedia data jumlah akun bisnis aktif, konten yang dihasilkan, frekuensi unggahan, jangkauan, atau interaksi sebelum-sesudah; temuan ini tidak dapat dikonversi menjadi persentase adopsi tanpa bukti monitoring.

Dimensi	Bukti yang tersedia pada naskah awal	Status interpretasi
Pengetahuan peserta	Rerata tes 55 menjadi 85	Kenaikan skor terukur
Praktik manajerial	Materi dan praktik pencatatan/rencana usaha dilaporkan	Tingkat penerapan belum terukur
Praktik digital	Sebagian peserta mulai menerapkan; belum merata	Indikasi kualitatif, tanpa persentase
Kinerja/keberlanjutan usaha	Data omzet, produktivitas, pasar dan tindak lanjut tidak tersedia	Dampak bisnis belum dapat disimpulkan

Interpretasi dalam konteks literatur

Pemisahan antara peningkatan pengetahuan dan penerapan praktik penting karena transformasi digital UMKM merupakan proses yang bertahap. (Sagala, G. H., & Őri, 2024) menunjukkan pentingnya menyesuaikan transformasi dengan kondisi awal, keterbatasan usaha, dan pendidikan berkelanjutan. Dengan demikian, variasi kesiapan peserta yang dilaporkan program ini sejalan dengan kebutuhan pembelajaran bertahap, tetapi tidak membuktikan keberhasilan transformasi digital secara menyeluruh.

(Ben Slimane, S., et al., 2022)menekankan keterkaitan infrastruktur digital, mekanisme manajerial, dan keterlibatan pengelola dalam transformasi UMKM. Integrasi materi keuangan usaha dengan latihan pemasaran digital pada program ini relevan dengan pandangan tersebut. Sementara itu, (Yuwono, T., et al., 2024) mengidentifikasi hambatan adopsi teknologi berupa keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Hasil observasi tentang ketidakmerataan kemampuan peserta konsisten secara konseptual dengan temuan literatur, walaupun desain pengabdian ini tidak menguji faktor penghambat secara kuantitatif.

Kajian (Krismajayanti, N. P. A., et al., 2024)juga menggarisbawahi peran kemampuan digital, pendidikan, dan faktor organisasi pada keberhasilan transformasi UKM. Kontribusi kegiatan ini terletak pada upaya menerapkan paket materi manajerial-digital dan pendampingan pada konteks mitra lokal. Namun, karena belum tersedia pengukuran longitudinal atas perilaku usaha, kontribusi yang dapat dibuktikan saat ini tetap terbatas pada perubahan skor pengetahuan dan catatan observasi awal.

Luaran, keterbatasan, dan tindak lanjut

Luaran/indikator	Capaian yang dapat dilaporkan
Pelaksanaan program	Pelatihan dan pendampingan dengan 40 peserta
Pemahaman peserta	Rata-rata nilai meningkat dari 55 menjadi 85
Praktik digital	Sebagian mulai menerapkan; capaian kuantitatif belum didokumentasikan
Bahan pelatihan	Dilaporkan telah disusun
Publikasi ilmiah	Naskah disiapkan untuk pengajuan jurnal, bukan luaran yang telah terbit

Keterbatasan pelaporan meliputi tidak tersedianya profil rinci peserta dan mitra, dokumentasi intensitas kegiatan, instrumen beserta data pre-test/post-test individual, rekap monitoring, dan indikator kinerja bisnis. Untuk tindak lanjut, tim perlu mendokumentasikan pencatatan keuangan aktif, akun bisnis yang dipakai, jumlah konten dan frekuensi unggahan per peserta, serta perkembangan indikator usaha setelah program. Data tersebut akan memungkinkan evaluasi dampak jangka menengah tanpa mencampuradukkan peningkatan pengetahuan dengan keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian pada 40 peserta bersama PT Win Muslim Kreatif menunjukkan peningkatan rata-rata skor pengetahuan dari 55 menjadi 85, atau 30 poin (54,55% relatif terhadap nilai awal). Kegiatan mencakup kompetensi manajerial, pemasaran digital, praktik langsung, dan pendampingan. Pengamatan mengindikasikan sebagian peserta mulai menerapkan pemasaran digital, tetapi penerapannya belum merata. Temuan tersebut mendukung kesimpulan tentang peningkatan pengetahuan dalam jangka pendek, bukan bukti langsung peningkatan omzet, produktivitas ataupun keberlanjutan bisnis. Program lanjutan disarankan menggunakan pendampingan individual atau kelompok kecil, disertai pencatatan terstandar mengenai praktik keuangan, aktivitas akun digital, serta indikator kinerja usaha dalam periode tindak lanjut. Dokumentasi instrumen evaluasi dan data individual juga perlu dilengkapi agar efektivitas kegiatan dapat dinilai lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Krismajayanti, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Martini, I.A.O. (2024) 'Drivers, barriers and key success of digital transformation on SMEs: A systematic literature review.', *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 7(1), pp. 158–180. Available at: https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.505.

Purnomo, S., Nurmalitasari, & N. (2024) 'Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review.', *Journal of Management and Digital Business.* [Preprint]. Available at: https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1121.

Sagala, G. H., & Őri, D. (2024) 'Toward SMEs digital transformation success: A systematic literature review.', *Information Systems and e-Business Management*, 22, pp. 667–719. Available at: https://*doi*.org/10.1007/s10257-024-00682-2.

Ben Slimane, S., Coeurderoy, R., & Mhenni, H. (2022) 'Digital transformation of small and medium enterprises: A systematic literature review and an integrative framework.', *International Studies of Management & Organization*, 52(2), pp. 96–120. Available at: https://doi.org/10.1080/00208825.2022.2072067.

ISSN : (_____)
e-ISSN : 2808-2478

Yuwono, T., Suroso, A., & Novandari, W. (2024) 'Information and communication technology in SMEs: A systematic literature review.', *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, (13), p. 31. Available at: https://doi.org/10.1186/s13731-024-00392-6.