



Article info : *Received*: Januari 2025 ; *Revised* : Februari 2025 ; *Accepted*: Maret 2025

Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak Dalam Menghadapi Era Digital

Setyo Supratno¹; Adi Prabowo²; Theresia Dwi Wahyuni³; Shinta Tresnawati⁴; Leidy vit akiko⁵; Yayan Sudaryana⁶; Kasmad⁷

¹⁻⁷Universitas Pamulang, Email : ¹Setyo2017@gmail.com; ²adiprabowo.on@gmail.com; ³theresiadewe10@gmail.com; ⁴shinta.tresnawati@gmail.com; ⁵leidyvitakiko37@gmail.com; ⁶dosen00497@unpam.ac.id; ⁷dosen00559@unpam.ac.id

Abstract. Program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital" bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM di Desa Cirumpak, Kabupaten Tangerang. Program ini melibatkan 38 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM di desa tersebut, dengan fokus pada pengenalan aplikasi digital yang mendukung pengelolaan usaha, penggunaan media sosial untuk promosi, dan pemanfaatan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Berdasarkan hasil seminar dan evaluasi kuisioner, sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan. Namun, beberapa peserta masih mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan media sosial dan pengelolaan data usaha secara digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini berhasil memberikan dasar yang kuat bagi pelaku UMKM untuk mengadopsi teknologi digital, meskipun masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Saran yang diajukan untuk meningkatkan efektivitas program adalah pendalaman materi tentang media sosial dan pengelolaan data usaha, pendampingan berkelanjutan, serta peningkatan infrastruktur teknologi di desa tersebut.

Kata Kunci: Digitalisasi, E-commerce, Kompetensi mandiri, Media sosial, UMKM.

Abstract: *The program "Planning and Development of Independent Competencies for UMKM in Cirumpak Village in Facing the Digital Era" aims to enhance the digital understanding and skills of UMKM entrepreneurs in Cirumpak Village, Tangerang. This program involved 38 participants, consisting of local UMKM actors, focusing on introducing digital applications for business management, using social media for promotion, and utilizing e-commerce platforms to expand market reach. Based on seminar results and questionnaire evaluations, most participants demonstrated a good understanding of the materials presented. However, some participants still face challenges in optimizing social media and managing business data digitally. The evaluation results indicate that the program successfully provided a strong foundation for UMKM actors to adopt digital technology, though there is room for further development. Suggested improvements for the program include deeper material on social media and business data management, continuous mentoring, and better technological infrastructure in the village.*

Keywords: *Digitalization, E-commerce, Independent competency, Social media, UMKM.*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan mendesak di berbagai sektor, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pengembangan kompetensi mandiri menjadi salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan peluang digitalisasi. Di tengah perkembangan pesat teknologi, e-commerce, pembayaran digital, dan media sosial menawarkan potensi besar untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing produk (Hidayat et al. 2022)-(Alamin et al. 2022). Namun, tantangan utama adalah bagaimana pelaku UMKM dapat mengembangkan kompetensi digital mereka secara mandiri dan terarah.

Desa Cirumpak, yang terletak di Kecamatan Kronjo, Kabupaten Tangerang, merupakan salah satu desa dengan potensi besar untuk dikembangkan dalam menghadapi era digital. Dengan luas wilayah sekitar 300 hektare dan populasi 5.500 jiwa, desa ini memiliki sektor ekonomi unggulan, seperti produksi keset, helm, unggas, serta produk makanan dan kerajinan tangan (Anon n.d.). Sebagian besar penduduknya bergantung pada sektor UMKM sebagai tulang punggung ekonomi. Sayangnya, UMKM di Desa Cirumpak masih menghadapi tantangan besar dalam memanfaatkan potensi digitalisasi. Banyak pelaku usaha belum memiliki pemahaman yang memadai tentang teknologi digital. Penggunaan metode tradisional dalam produksi, pencatatan keuangan, dan pemasaran masih dominan. Padahal, tanpa adopsi teknologi digital, UMKM sulit untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka di pasar modern (Nurul Hidayat et al. 2022)-(Thohir 2022).

Di tingkat kabupaten, Pemerintah Tangerang telah menginisiasi beberapa program untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Salah satu program unggulan adalah *Kembang KUKM* (Pengembangan Bantuan Permodalan bagi Koperasi dan Usaha Mikro), yang fokus pada pemberian bantuan modal, fasilitasi sertifikasi halal, dan sertifikasi PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga) untuk meningkatkan akses produk UMKM ke pasar formal (Halim, Suparno, and Rahardja 2022). Selain itu, program *PROAKTIF* (Produk Inovatif dan Kreatif) bertujuan untuk mendorong inovasi dan kreativitas produk lokal sehingga mampu bersaing di tingkat regional maupun nasional (Basuki et al. 2022).

Namun, meskipun program-program tersebut memberikan bantuan penting, pelaku UMKM tetap membutuhkan kemampuan mandiri dalam mengelola bisnis mereka, terutama dalam menghadapi tantangan digitalisasi, (Eka et al. 2022)-(Sari, Sayadi, and Komariah 2021). Di sinilah perencanaan dan pengembangan kompetensi mandiri menjadi solusi kunci. Pendekatan ini tidak hanya membantu pelaku UMKM memahami pentingnya teknologi, tetapi juga melatih mereka untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasional usaha mereka secara efektif dan berkelanjutan.

UMKM di Desa Cirumpak menghadapi sejumlah kendala yang membatasi mereka dalam memanfaatkan peluang digitalisasi. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha belum memahami pentingnya teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Sebagian besar masih menggunakan metode tradisional dalam pencatatan transaksi, pemasaran, dan produksi. Pendekatan ini mengakibatkan produk lokal sulit bersaing dengan produk dari wilayah lain yang telah mengadopsi teknologi modern (Nurul Hidayat et al. 2022)-(Suri and Halim 2022).

Selain itu, keterbatasan dalam pengelolaan keuangan digital menjadi salah satu masalah utama. Sebagian besar UMKM di Desa Cirumpak masih mencatat transaksi secara manual tanpa memanfaatkan aplikasi keuangan digital. Hal ini tidak hanya menyulitkan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari, tetapi juga menghambat transparansi dan akses ke pasar yang lebih luas. Padahal, teknologi keuangan digital dapat membantu pelaku usaha mencatat transaksi secara lebih terstruktur, meningkatkan akurasi pencatatan, serta mendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional (Rahmawati, Sumarno, and Sari 2024)-(Indrasari et al. 2022).

Tantangan lainnya adalah rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk pemasaran, (Setyanta 2022). Meskipun sebagian pelaku UMKM menyadari pentingnya strategi pemasaran digital, banyak yang tidak memiliki keterampilan atau pengetahuan tentang cara menggunakan teknologi ini secara efektif. Akibatnya, produk lokal seperti keset, helm, unggas, dan telur asin hanya dipasarkan secara konvensional, dengan jangkauan pasar yang terbatas pada konsumen lokal, (Yulia et al. 2023).

Di samping itu, keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang belum merata, juga menjadi hambatan bagi proses digitalisasi di Desa Cirumpak. Minimnya fasilitas pelatihan atau pendampingan terkait teknologi memperlambat transformasi UMKM menuju adopsi teknologi digital yang lebih luas, (Aini et al. 2024).

Sebagai langkah awal untuk mengatasi tantangan tersebut, program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital" dirancang untuk mendukung pelaku UMKM dalam mengenal dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Program ini berfokus pada penyelenggaraan seminar sehari yang disertai simulasi penggunaan aplikasi-aplikasi digital tertentu yang relevan untuk operasional bisnis.

Dalam seminar ini, peserta diperkenalkan pada aplikasi yang bermanfaat untuk mendukung aktivitas UMKM mereka. Simulasi difokuskan pada penggunaan WhatsApp Business sebagai alat komunikasi dan promosi, serta platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee untuk memperluas jangkauan pasar. WhatsApp Business dipilih karena fitur-fiturnya yang ramah pengguna dan sangat relevan untuk bisnis kecil, seperti katalog produk dan pesan otomatis. Sementara itu, platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee memungkinkan pelaku usaha memasarkan produk mereka kepada konsumen di luar wilayah lokal dengan cara yang lebih efisien, (Fitriana, Clarita, and S 2023)-(Aqualdo, Kurniasih, and Budiartiningsih 2024).

Simulasi ini bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada peserta, sehingga mereka dapat memahami cara menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut dalam operasional sehari-hari. Dengan metode ini, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka. Selain itu, sesi tanya jawab yang diselenggarakan selama seminar memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperdalam pemahaman mereka dan menyelesaikan kendala spesifik yang mereka hadapi terkait penggunaan aplikasi-aplikasi ini.

Melalui seminar ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cirumpak mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih mandiri. Kemampuan untuk menggunakan aplikasi seperti WhatsApp Business untuk promosi dan komunikasi, serta platform e-commerce untuk pemasaran, akan membantu mereka memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional usaha. Selain itu, penguasaan teknologi ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar modern, (Wiradharma et al. 2023).

Program ini bertujuan untuk memberikan dampak langsung pada peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital. Selain memberikan pengetahuan dasar, seminar ini menjadi pijakan awal bagi transformasi digital UMKM di Desa Cirumpak, sehingga mereka dapat lebih kompetitif di pasar lokal maupun nasional.

Keberhasilan program ini juga diharapkan dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa. Dengan pendekatan berbasis teknologi dan fokus pada pengembangan kompetensi mandiri, program ini dapat berkontribusi pada penguatan ekonomi lokal secara lebih luas. Melalui pengadopsian teknologi digital, UMKM di Desa Cirumpak tidak hanya mampu bertahan di tengah perubahan zaman, tetapi juga berkembang menjadi kekuatan ekonomi yang lebih mandiri dan berkelanjutan.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Untuk mencapai tujuan program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital," pendekatan yang terencana dan partisipatif menjadi kunci utama keberhasilan. Program ini dirancang agar melibatkan mitra UMKM secara aktif, baik dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Dengan pendekatan ini, diharapkan solusi yang ditawarkan dapat lebih relevan dengan kebutuhan spesifik UMKM di Desa Cirumpak.

Keterlibatan dalam Survei dan Diskusi Awal

Langkah pertama dalam pelaksanaan program ini adalah melibatkan mitra UMKM dalam survei dan diskusi awal. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan utama dan permasalahan spesifik yang dihadapi oleh pelaku UMKM terkait pemanfaatan aplikasi digital. Diskusi dilakukan untuk memahami hambatan yang ada, seperti keterbatasan literasi digital, kendala infrastruktur, serta tantangan dalam pengelolaan usaha. Partisipasi aktif dari pelaku UMKM membantu tim program merancang materi seminar yang relevan dan tepat sasaran.

Kehadiran dan Keterlibatan Aktif dalam Seminar

Seminar sehari menjadi inti dari pelaksanaan program ini. Dalam seminar, peserta dari mitra UMKM diharapkan hadir secara aktif untuk mengikuti seluruh sesi yang telah dirancang. Seminar mencakup pengenalan aplikasi digital seperti WhatsApp Business dan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee. Peserta akan dilibatkan dalam simulasi penggunaan aplikasi tersebut, sehingga mereka dapat langsung memahami cara kerja aplikasi dalam mendukung operasional bisnis mereka. Simulasi ini bertujuan memberikan pengalaman praktis yang membantu peserta lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, sesi tanya jawab yang interaktif memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperjelas materi yang belum dipahami.

Kuesioner Evaluasi

Di akhir seminar, peserta diminta untuk mengisi kuesioner evaluasi. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Lima indikator utama yang dievaluasi meliputi:

Pemahaman peserta terhadap aplikasi digital untuk pengembangan UMKM. Kesiapan dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Kesiapan menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Pengelolaan data usaha secara digital.

Hasil dari kuesioner ini akan memberikan gambaran kuantitatif mengenai efektivitas program dalam meningkatkan kompetensi digital peserta.

Wawancara Pasca-Kegiatan

Sebagai bagian dari evaluasi kualitatif, beberapa peserta akan dipilih untuk wawancara mendalam. Wawancara ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi peserta dalam mengadopsi teknologi digital serta solusi yang mereka rencanakan untuk mengatasi kendala tersebut. Wawancara ini juga memberikan wawasan tambahan bagi tim program mengenai efektivitas materi dan pendekatan yang digunakan selama seminar.

Waktu, Tempat Pelaksanaan, Anggaran Biaya

Untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital", serangkaian kegiatan telah dirancang secara sistematis. Kegiatan dimulai dari persiapan, survei kebutuhan mitra, hingga pelaksanaan seminar dan simulasi aplikasi digital. Penyelenggaraan kegiatan melibatkan kolaborasi antara mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang dan aparaturnya Kelurahan Cirumpak, dengan fokus pada kebutuhan spesifik UMKM di desa tersebut.

Tabel 1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Rencana Pelaksanaan	Lokasi
1	Persiapan dan Survei Kebutuhan Mitra	23 September 2024 (survey I) 2 Oktober 2024 (Survei II)	Desa Cirumpak Kantor Kelurahan Cirumpak
2	Penyusunan Kurikulum dan Materi	9–20 Oktober 2024	Universitas Pamulang
3	Persiapan Sarana dan Prasarana	21 November–4 Desember 2024	Universitas Pamulang dan Desa Cirumpak
4	Pelaksanaan Seminar	8 Desember 2024	Aula Kantor Kelurahan Cirumpak
5	Simulasi Penggunaan Aplikasi Digital	8 Desember 2024 (Setelah Seminar)	Aula Kantor Kelurahan Cirumpak
6	Pengambilan Data Kuesioner	8 Desember 2024 (Setelah Seminar)	Aula Kantor Kelurahan Cirumpak

Kegiatan-kegiatan dalam tabel di atas disusun untuk memenuhi kebutuhan utama UMKM di Desa Cirumpak, mulai dari identifikasi masalah hingga solusi berbasis seminar dan simulasi aplikasi digital. Dengan tahapan yang terstruktur, program ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM secara mandiri. Setiap kegiatan dirancang agar relevan dan memberikan hasil yang optimal, sesuai dengan tujuan program. Selanjutnya pelaksanaan program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital" memerlukan perencanaan anggaran yang terstruktur untuk memastikan kelancaran setiap tahap kegiatan. Anggaran ini mencakup kebutuhan operasional seperti alat tulis, konsumsi, transportasi, dan dokumentasi, yang disusun untuk mendukung efektivitas pelaksanaan program.

Dari anggaran yang disusun, terlihat bahwa kebutuhan utama dalam kegiatan seminar telah diakomodasi dengan baik. Konsumsi peserta dan panitia menjadi komponen terbesar dalam anggaran, menunjukkan perhatian terhadap kenyamanan seluruh peserta dan tim selama acara berlangsung. Selain itu, penyediaan alat tulis, materi seminar, dan sertifikat menunjukkan fokus pada aspek edukatif dan penghargaan bagi peserta. Pengadaan spanduk dan dokumentasi juga memperlihatkan pentingnya publikasi dan pelaporan sebagai bagian dari penyelenggaraan kegiatan. Anggaran untuk transportasi dan logistik turut mendukung kelancaran persiapan dan pelaksanaan seminar. Dengan total anggaran sebesar Rp6.500.000, alokasi ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan secara optimal, mencerminkan perencanaan yang terarah dan efisien.

HASIL DAN DISKUSI

Tahap awal pelaksanaan Program 'Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital' melibatkan survei dan wawancara oleh tim PKM yang terdiri dari mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen. Kegiatan ini bertujuan untuk memahami kebutuhan spesifik, tantangan, dan potensi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Informasi yang diperoleh menjadi landasan utama dalam merancang materi dan metode pelatihan yang tepat sasaran.



Gambar 1. Diskusi dan foto bersama

Gambar 1. memperlihatkan diskusi tim dengan aparatur desa dalam pemetaan kebutuhan pelaku UMKM sebagai langkah awal perencanaan program pengabdian masyarakat. Diskusi ini bertujuan untuk memahami kondisi terkini, tantangan, dan peluang yang ada di Desa Cirumpak. Sementara itu, Gambar dan menunjukkan momen foto bersama antara tim PKM dan aparatur pemerintahan Desa Cirumpak sebagai simbol kerja sama dan komitmen bersama dalam menyukkseskan program."

Pada tanggal 8 Desember 2024, seminar mengenai "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital" berhasil dilaksanakan dengan antusiasme yang tinggi. Sebanyak 38 peserta hadir dan mengikuti seluruh sesi yang diadakan, yang mencakup pengenalan aplikasi digital, penggunaan media sosial untuk promosi, serta platform e-commerce untuk memperluas pasar. Berikut gambar pelaksanaan seminar sehari yang diambil dari beberapa sudut:



Gambar 2. Pemaparan materi dan foto bersama

Setelah seminar selesai, peserta diminta untuk mengisi kuisisioner yang bertujuan mengukur tingkat pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Kuisisioner ini difokuskan pada lima indikator utama yang meliputi:

Pemahaman peserta terhadap aplikasi digital untuk pengembangan UMKM. Kesiapan peserta dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital. Pemahaman peserta mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Kesiapan peserta dalam menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar. Kemampuan peserta dalam mengelola data usaha secara digital.

Kuisisioner ini menggunakan skala penilaian dari A (Sangat Memahami) hingga D (Tidak Memahami), yang memberikan gambaran kuantitatif tentang sejauh mana peserta memahami

setiap aspek yang dibahas dalam seminar. Berikut adalah hasil kuisisioner yang telah dikumpulkan dari 38 peserta:

Tabel 2 Tingkat Pemahaman dan Kesiapan Digitalisasi UMKM Desa Cirumpak

No	Pertanyaan	Skala A (Sangat Memahami)	Skala B (Memahami)	Skala C (Kurang Memahami)	Skala D (Tidak Memahami)	Total (%)
1	Pemahaman aplikasi digital untuk pengembangan UMKM	20	12	5	1	100%
2	Kesiapan dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital	18	13	5	2	100%
3	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk	15	16	5	2	100%
4	Kesiapan menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar	19	14	3	2	100%
5	Kemampuan dalam pengelolaan data usaha secara digital	17	15	4	2	100%

Hasil kuisisioner menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan. Berikut adalah rincian analisis berdasarkan indikator:

Pemahaman Aplikasi Digital untuk Pengembangan UMKM

Sebanyak 20 peserta (52,63%) sangat memahami materi terkait aplikasi digital untuk pengembangan UMKM, sementara 12 peserta lainnya (31,58%) mengaku memahami materi ini dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memahami konsep dasar mengenai aplikasi yang dapat digunakan untuk mengelola bisnis mereka secara digital. Hanya 5 peserta (13,16%) yang merasa kurang memahami, dan 1 peserta (2,63%) tidak memahami sepenuhnya materi ini.

Kesiapan Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital

Hasil yang serupa terlihat pada pemahaman tentang aplikasi pembayaran digital, di mana 18 peserta (47,37%) sangat memahami dan 13 peserta lainnya (34,21%) memahami penggunaan aplikasi pembayaran digital. Hanya sedikit peserta (5 orang) yang merasa kurang memahami dan 2 orang yang tidak memahami sepenuhnya. Ini menunjukkan bahwa peserta sudah cukup siap untuk mengadopsi pembayaran digital dalam operasional usaha mereka. Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Produk

Dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, 15 peserta (39,47%) sangat memahami bagaimana media sosial dapat digunakan untuk memasarkan produk mereka, sementara 16 peserta (42,11%) mengaku memahami dengan baik. Meskipun demikian, 5 peserta (13,16%) merasa masih kurang memahami dan 2 peserta (5,26%) tidak memahami sepenuhnya penggunaan media sosial dalam konteks pemasaran produk. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada kebutuhan untuk pendalaman materi pada topik ini.

Kesiapan Menggunakan Platform E-Commerce untuk Memperluas Pasar

Sebanyak 19 peserta (50%) sangat memahami cara menggunakan platform e-commerce untuk memperluas pasar, sementara 14 peserta (36,84%) memahami dengan baik. **Hanya 3 peserta** yang merasa kurang memahami dan 2 peserta lainnya yang tidak memahami materi ini dengan baik. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan platform e-commerce cukup familiar di kalangan peserta dan mereka siap untuk mengimplementasikan teknologi ini dalam bisnis mereka.

Kemampuan dalam Pengelolaan Data Usaha Secara Digital

Pada indikator ini, 17 peserta (44,74%) sangat memahami cara mengelola data usaha secara digital, dan 15 peserta (39,47%) memahami materi ini dengan baik. Meskipun

demikian, ada 4 peserta (10,53%) yang merasa kurang memahami, dan 2 peserta (5,26%) yang tidak memahami sama sekali. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan data usaha digital masih menjadi area yang perlu diperkuat dalam pelatihan mendatang.

KESIMPULAN

Program "Perencanaan dan Pengembangan Kompetensi Mandiri UMKM Desa Cirumpak dalam Menghadapi Era Digital" berhasil meningkatkan pemahaman digital pelaku UMKM. Sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap aplikasi digital seperti manajemen keuangan, pembayaran digital, dan platform e-commerce. Namun, tantangan masih ada dalam hal pemanfaatan media sosial untuk promosi dan pengelolaan data usaha. Secara keseluruhan, program ini memberikan dasar yang kuat bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi dalam mengembangkan usaha mereka.

Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan di masa depan, disarankan untuk menyediakan lebih banyak bahan dan alat sehingga setiap peserta dapat berlatih tanpa terbatas. Materi pelatihan juga bisa lebih terstruktur dengan menghadirkan tingkat kesulitan yang lebih progresif, serta sesi pendampingan lanjutan agar peserta dapat terus mengasah keterampilan mereka. Selain itu, pelatihan tentang pemasaran produk melalui jejaring sosial akan sangat membantu peserta yang tertarik menjual hasil rajutan mereka. Evaluasi berkala setelah pelatihan juga penting untuk mengetahui perkembangan keterampilan peserta dan memberikan dukungan lebih lanjut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang, Pemerintah Desa Cirumpak, serta seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya program ini. Semoga kolaborasi ini memberikan manfaat bagi pengembangan kompetensi UMKM dan dapat terus berlanjut untuk pemberdayaan masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, Ayshifa Nur, Ela Nur Safitri, Gita Majalina, Muhammad Zainul Abidin, and Novi Khoiriawati. 2024. "Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Indonesia." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*.

Alamin, Zumhur, Lukman Lukman, Randitha Missouri, Nurfidianty Annafi, Sutriawan Sutriawan, and Khairunnas Khairunnas. 2022. "Penguatan Daya Saing Umkm Melalui Pelatihan Keterampilan Teknologi Di Era Society 5.0." *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Anon. n.d. "Index @ Tangerangkab.Go.Id."

Aqualdo, Nobel, Cut Endang Kurniasih, and Rahmita Budiartiningsih. 2024. "Perluasan Pemasaran Produk Dengan Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Pada Usaha Masyarakat Kecamatan Singingi." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*.

Basuki, Sucipto, Winanti Winanti, Francisca Sestri Gosestjahjanti, Miyv Fayzhall, Novan Karyadi, Badriyatul Lael, Niken Yulia Rahmandani, Rosina Mulyani, and Beby Tiara. 2022.

“Workshop Penguatan Inovasi UMKM Dan Produk Unggulan Kampung Tematik Kabupaten Tangerang.” *Bangun Rekaprima*.

Eka, Dian, Yuliansyah M. Diah, Taufik Taufik, Chentika Anugra Cenia Bunga, Vierdha Nova Putriana, Dwi Febianti, Dzulhijah Purnama Sari, Rosalinda Rosalinda, and Zona Arifuddin. 2022. “Peranan Kompetensi SDM Dalam Meningkatkan Industri UMKM Di Kecamatan Ilir Barat II Palembang.” *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*.

Fitriana, Nur, Dewi Clarita, and All Ouxtrisa Chandra Mei S. 2023. “Pemanfaatan Whatsapp Business Dan Instagram Business Sebagai Media Promosi UKM Di Kelurahan Sialang Sakti.” *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*.

Halim, Sofyan, Suparno Suparno, and Pambudi Rahardja. 2022. “Membangun Bisnis Secara Digital Berbasis Akad Syariah Untuk Pelaku UMKM Di Kota Tangerang.” *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*.

Hidayat, Nurul, N. ArnoldSurya, Ria Restina Robiyanti, and Tatik Purwaningsih. 2022. “Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Umkm Dalam Mendukung Desa Wisata Di Cirumpak Kabupaten Tangerang.” *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*.

Indrasari, Meithiana, Eko Wahyu Pamuji, M. Adhi Prasnowo, Muhajir Sulthonul Aziz, and Moch. Subechi Nurcahyo. 2022. “Akselerasi Pemanfaatan Aplikasi Pengelolaan Keuangan Digital Sektor UKM Di Jawa Timur Dan Nusa Tenggara Barat.” *Prapanca : Jurnal Abdimas*.

Nurul Hidayat, Arnold Surya N, Ria Restina Robiyanti, and Tatik Purwaningsih. 2022. “Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Umkm Dalam Mendukung Desa Wisata Di Cirumpak Kabupaten Tangerang.” *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 2(4):106–15. doi: 10.55606/kreatif.v2i4.765.

Rahmawati, Imelda Dian, Sumarno Sumarno, and Dewi Komala Sari. 2024. “Digitalisasi Umkm Dan Peningkatan Literasi Keuangan Pada UMKM.” *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Sari, Rafika, Hamdan Sayadi, and S. K. Elis Komariah. 2021. “Sosisialisasi Tantangan Usaha Kecil Di Era Digital Pada Pelaku Usaha Kecil Di Kelurahan Kenten Palembang.” *Suluh Abdi*. Setyanta, Budi. 2022. “Pelatihan Pemasaran Media Sosial Di Kelompok UMKM Karangwaru Tegalrejo Yogyakarta.” *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*.

Suri, Ihsan, and Umar Halim. 2022. “Literasi Digital Dalam Meningkatkan Keterampilan Entrepreneurship Masyarakat Desa Cirumpak Kabupaten Tangerang.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3):32–41.

Thohir, Umar Faruq. 2022. “Pendampingan Transformasi Metode Pemasaran UMKM Dari Tradisional Ke Digital Di Desa Crabak, Ponorogo.” *InEJ: Indonesian Engagement Journal*.

Wiradharma, Gunawan, Meirani Harsasi, Melisa Arisanty, Wijayanto Sukma, and Wijayanti. 2023. “Kewirausahaan Berbasis Digital Sebagai Upaya Pemberdayaan Dan Peningkatan Produktivitas Umkm Di Desa Lulut.” *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*.

Yulia, Yosephine Angelina, Hartati Dyah Wahyuningsih, Galih Wisnu Wardhana, and Tri Widiyanto. 2023. “Pentingnya Pemasaran Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Tegalombo Kabupaten Sragen.” *Wasana Nyata*.