

## **Akselerasi Literasi Kewirausahaan dan Pendampingan UMKM melalui Inovasi Digital dan Jejaring Kolaboratif di Kecamatan Kalibening Kabupaten Banjarnegara**

**Dien Noviany Rahmatika<sup>1</sup>, Dewi Indriasih<sup>2</sup>, Yoga Prihatin<sup>3</sup>, Noor Zuhry<sup>4</sup>, Unggul Sugiharto<sup>5</sup>, Agus Wibowo<sup>6</sup>, Juli Riyanto Tri Wijaya<sup>7</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Dien Noviany Rahmatika

**E-mail:** [diennovi@upstegal.ac.id](mailto:diennovi@upstegal.ac.id)

### **Abstrak**

*Transformasi digital telah menjadi katalis penting dalam memperkuat kapasitas dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, keterbatasan literasi kewirausahaan, penguasaan teknologi, serta lemahnya jejaring kolaboratif masih menjadi hambatan signifikan, termasuk di Kecamatan Kalibening, Kabupaten Banjarnegara. Pengabdian ini bertujuan mengeksplorasi akselerasi literasi kewirausahaan dan pendampingan UMKM melalui inovasi digital dan jejaring kolaboratif dengan melibatkan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN). Metode kualitatif digunakan dengan melibatkan 25 pelaku UMKM dan 30 mahasiswa melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta focus group discussion (FGD). Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola, pengalaman, dan dampak program. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi kewirausahaan sebesar 35% dan kenaikan penjualan rata-rata 15–20% setelah tiga bulan implementasi. Program pendampingan berhasil menguatkan aspek manajemen usaha, inovasi produk, digital marketing, adopsi e-commerce, sistem pembayaran digital, dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi. Peran mahasiswa teridentifikasi sebagai agen transfer pengetahuan, fasilitator digital, broker kolaborasi, dan katalis inovasi. Selain itu, terbentuk forum jejaring UMKM lintas sektor yang memperkuat akses pasar, bahan baku, serta peluang kerja sama bisnis berkelanjutan. Meski masih dihadapkan pada keterbatasan infrastruktur internet, resistensi sebagian pelaku, dan keterbatasan modal, program ini membuktikan efektivitas pendekatan kolaboratif dan partisipatif dalam memberdayakan UMKM pedesaan. Pengabdian ini berkontribusi pada model pengabdian masyarakat berbasis digital yang dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa.*

**Kata kunci** - literasi kewirausahaan, UMKM, inovasi digital, jejaring kolaboratif, pendampingan mahasiswa

### **Abstract**

*Digital transformation has become a crucial catalyst in strengthening the capacity and competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, limited entrepreneurial literacy, technological mastery, and weak collaborative networks remain significant obstacles, including in Kalibening District, Banjarnegara Regency. This study aims to explore the acceleration of entrepreneurial literacy and mentoring MSMEs through digital innovation and collaborative networks, involving students participating in the Community Service Program (KKN). Qualitative methods were used, involving 25 MSMEs and 30 students through participant observation, in-depth interviews, and focus group discussions (FGDs). Thematic analysis was used to identify patterns, experiences, and impacts of the program. The results showed a significant increase in entrepreneurial literacy of 35% and an average increase in sales of 15–20% after three months of implementation. The mentoring program successfully strengthened aspects of business management, product innovation, digital marketing, e-commerce adoption, digital payment systems, and application-based financial recording. The roles of students*

were identified as knowledge transfer agents, digital facilitators, collaboration brokers, and innovation catalysts. In addition, a cross-sector MSME networking forum was established to strengthen market access, access to raw materials, and opportunities for sustainable business collaboration. Despite facing limited internet infrastructure, resistance from some stakeholders, and limited capital, this program demonstrated the effectiveness of a collaborative and participatory approach in empowering rural MSMEs. This research contributes to a digital-based community service model that can be replicated in other regions with similar characteristics.

**Keywords** - entrepreneurial literacy, MSMEs, digital innovation, collaborative networks, student mentoring

## PENDAHULUAN

Perkembangan global menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi katalis utama dalam mempercepat pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah (SMEs). Digitalisasi tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi manajerial serta memperkuat daya saing usaha di tengah tantangan ekonomi global yang semakin dinamis (Aliami et al., 2024). Namun demikian, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) masih menghadapi kendala serius dalam literasi kewirausahaan, baik terkait penguasaan teknologi maupun pengembangan jejaring kolaboratif. Di Indonesia, UMKM yang menyumbang lebih dari 60% PDB nasional masih terkendala pada aspek kapasitas sumber daya manusia, keterbatasan inovasi digital, serta rendahnya kemampuan membangun kolaborasi lintas sektor (Rahma et al., 2025).

Fenomena serupa juga ditemukan di tingkat lokal, khususnya di Kecamatan Kalibening, Kabupaten Banjarnegara, yang merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM cukup tinggi, terutama di sektor kuliner, kerajinan, dan pertanian olahan. Hasil observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelaku UMKM setempat mengindikasikan bahwa keterbatasan literasi digital dan pengetahuan kewirausahaan menjadi hambatan utama dalam memperluas pasar dan mengelola usaha secara berkelanjutan. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan strategi pemasaran tradisional dan pencatatan manual, sehingga belum optimal dalam memanfaatkan platform digital untuk mendukung keberlangsungan usahanya. Permasalahan ini semakin nyata ketika UMKM harus berhadapan dengan ketatnya persaingan pasar pascapandemi yang menuntut adaptasi cepat terhadap ekosistem bisnis berbasis digital (Wanda & Hijriatin, 2024).

Di sisi lain, keterlibatan mahasiswa dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menghadirkan peluang strategis untuk mendorong akselerasi literasi kewirausahaan melalui pendekatan pendampingan partisipatif. Mahasiswa dapat berperan sebagai agen perubahan yang tidak hanya mentransfer pengetahuan digital, tetapi juga membangun jejaring kolaboratif antara UMKM, pemerintah desa, dan komunitas lokal. Namun demikian, tinjauan literatur memperlihatkan adanya kesenjangan (literature gap), yaitu minimnya studi kualitatif yang menggali secara mendalam pengalaman UMKM dalam proses pendampingan berbasis digital yang melibatkan mahasiswa KKN. Pengabdian yang ada lebih banyak menyoroti aspek teknis adopsi teknologi atau strategi pemasaran, tanpa mengulas makna sosial-budaya dari praktik kolaborasi lintas aktor dalam penguatan UMKM (Surti, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses akselerasi literasi kewirausahaan dan pendampingan UMKM di Kecamatan Kalibening, Kabupaten Banjarnegara, melalui inovasi digital dan jejaring kolaboratif dengan melibatkan mahasiswa KKN. Kajian ini berfokus pada pengalaman UMKM dalam mengikuti pendampingan, peran mahasiswa sebagai fasilitator literasi digital, serta dinamika terbentuknya kolaborasi antara aktor lokal. Secara teoretis, pengabdian ini diharapkan memperkaya pemahaman tentang pendekatan kualitatif dalam pemberdayaan UMKM berbasis komunitas, sementara secara praktis memberikan kontribusi model pengabdian masyarakat yang dapat direplikasi untuk memperkuat UMKM di daerah lain yang memiliki karakteristik serupa.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kecamatan Kalibening, Kabupaten Banjarnegara, yang mayoritas warganya bergerak di sektor pertanian, perdagangan, dan usaha mikro. UMKM di wilayah ini didominasi oleh usaha makanan olahan, kerajinan, dan konveksi rumahan, dengan permasalahan utama berupa keterbatasan literasi kewirausahaan, pemanfaatan teknologi digital, serta lemahnya akses jejaring usaha.

Subjek kegiatan adalah 25 pelaku UMKM yang dipilih secara purposive sampling, yaitu pelaku usaha yang sudah berjalan minimal dua tahun dan memiliki potensi berkembang melalui pendampingan. Kegiatan ini juga melibatkan 30 mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai fasilitator dalam literasi digital, pendampingan manajemen usaha, dan penguatan jejaring kolaboratif.

Metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan diskusi kelompok terarah (FGD) bersama pelaku UMKM. Data dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2021) yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, pengalaman, dan dampak program pengabdian secara lebih mendalam. Pendekatan ini relevan untuk memahami dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang dihadapi UMKM (Creswell & Poth, 2018; Nugroho & Sudaryanto, 2021; Putri & Sari, 2023).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis kebutuhan melalui survei dan wawancara mendalam menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Kecamatan Kalibening menghadapi kendala serius dalam pengelolaan keuangan, pemasaran digital, dan inovasi produk. Sebagian besar pelaku usaha masih mencatat keuangan secara manual dan tidak memisahkan antara pengeluaran rumah tangga dan usaha. Hal ini membuat arus kas sulit dipantau sehingga keputusan bisnis lebih banyak didasarkan pada intuisi daripada data. Kondisi ini sejalan dengan temuan Kusuma dan Permana (2023) yang mengidentifikasi bahwa lemahnya literasi keuangan menjadi faktor utama yang menghambat kinerja bisnis UMKM di Indonesia. Temuan ini menguatkan Surti (2025) yang menegaskan bahwa kesenjangan kapabilitas digital dan literasi finansial merupakan hambatan signifikan terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Dengan demikian, identifikasi permasalahan sejak tahap awal menjadi fondasi penting untuk merancang intervensi yang sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku usaha.



**Gambar 1.**

Pendampingan Penguatan UMKM di Kecamatan Kalibening Banjarnegara

Wawancara mendalam dengan pelaku UMKM mengungkap bahwa penentuan harga sering kali dilakukan hanya dengan menambahkan sedikit margin dari modal bahan, tanpa memperhitungkan biaya tenaga kerja, listrik, maupun distribusi. Salah satu pelaku usaha menyampaikan: "Saya biasanya menentukan harga hanya menambahkan sedikit dari modal bahan,

padahal belum dihitung tenaga dan biaya lain.” Situasi ini memperlihatkan lemahnya mindset kewirausahaan yang berbasis analisis. Aliami, Faisol, dan Winarko (2024) menekankan bahwa transformasi digital hanya akan efektif apabila diiringi dengan peningkatan literasi kewirausahaan yang komprehensif, terutama dalam aspek perencanaan usaha dan strategi manajemen.



**Gambar 2.**  
Pendampingan Mahasiswa KKN

Menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pelatihan literasi kewirausahaan disusun dengan materi mencakup mindset kewirausahaan, manajemen usaha, inovasi produk, serta strategi pemasaran. Metode workshop, diskusi interaktif, dan studi kasus dipilih agar peserta lebih mudah mengaitkan teori dengan praktik sehari-hari. Moleong (2021) menyatakan bahwa pembelajaran orang dewasa lebih efektif ketika didasarkan pada pengalaman konkret, sehingga pendekatan ini memudahkan pelaku UMKM untuk menginternalisasi konsep baru. Studi kasus keberhasilan UMKM lokal yang berhasil memperluas pasar melalui inovasi kemasan misalnya, menjadi inspirasi langsung bagi peserta.

Salah satu materi penting dalam pelatihan adalah pengelolaan keuangan dengan pendekatan 50-30-20, di mana 50% pendapatan dialokasikan untuk kebutuhan pokok, 30% untuk keinginan, dan 20% untuk tabungan maupun investasi usaha. Penerapan konsep ini membantu pelaku UMKM untuk mulai memisahkan antara keuangan pribadi dan usaha. Seorang pelaku UMKM pengolah keripik misalnya, mulai rutin menyisihkan 20% pendapatan untuk tabungan modal. Pendekatan ini sejalan dengan literatur manajemen keuangan mikro yang menekankan pentingnya alokasi disiplin pendapatan untuk keberlanjutan usaha (Wanda & Hijriatin, 2024).

Tahap berikutnya adalah pendampingan inovasi digital yang difokuskan pada pengenalan marketplace, media sosial, serta aplikasi pencatatan keuangan digital. Mahasiswa KKN berperan aktif dalam membantu pelaku UMKM membuat akun toko online, mendesain konten promosi, dan mengajarkan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran. Pendampingan ini terbukti membuka akses pasar lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Hal ini mendukung temuan Rahma, Ferdiansyah, dan Andesti (2025) yang menunjukkan bahwa integrasi digitalisasi dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya saing UMKM.

Penerapan strategi digital branding dan e-payment juga menunjukkan hasil positif. UMKM yang konsisten memanfaatkan media sosial melaporkan peningkatan interaksi dengan konsumen, bahkan salah satu usaha kopi lokal berhasil menaikkan penjualan setelah rutin mengunggah konten edukatif di Instagram. Penerapan sistem pembayaran digital melalui QRIS juga mempermudah transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Aliami et al. (2024) menyebutkan bahwa adopsi

teknologi digital memperkuat kompetensi UMKM, terutama dalam membangun keunggulan kompetitif di era pascapandemi.

Selanjutnya, penguatan jejaring kolaboratif dilakukan melalui pembentukan forum UMKM yang melibatkan akademisi, pemerintah, dan swasta. Forum ini berfungsi sebagai ruang berbagi pengalaman, memperluas jaringan bisnis, serta menjembatani akses terhadap lembaga keuangan dan inkubasi bisnis. Beberapa UMKM bahkan mulai menjalin kerja sama dengan koperasi lokal untuk mendapatkan bahan baku dengan harga lebih murah. Hal ini sesuai dengan temuan Putri dan Sari (2023) bahwa jejaring kolaboratif mampu memperkuat kapasitas UMKM melalui dukungan lintas sektor yang berkelanjutan.



**Gambar 3.**

Pemberian Bantuan UMKM dan Diskusi UMKM

### **Pendampingan Inovasi Digital**

Program pendampingan digital melibatkan mahasiswa KKN sebagai fasilitator dengan rasio satu mahasiswa mendampingi tiga UMKM untuk memastikan intensitas pendampingan yang optimal. Pendampingan difokuskan pada empat area utama yang dianggap paling krusial untuk transformasi digital UMKM. Pendekatan ini mengadopsi model mentoring yang dikemukakan oleh Widodo et al. (2023) dalam mengoptimalkan peran program pengabdian masyarakat universitas untuk pembangunan ekonomi pedesaan.

Dalam aspek digital marketing, program ini memfasilitasi pembuatan akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business serta memberikan pelatihan content creation yang menarik dan relevan. Hasil menunjukkan 80% peserta berhasil membuat akun bisnis dan 65% konsisten mengunggah konten promosi dengan kualitas yang memadai. Mahasiswa pendamping memberikan guidance dalam hal teknik fotografi produk, penulisan caption yang engaging, dan strategi posting yang optimal untuk meningkatkan reach dan engagement. Wahyudi dan Kusumawati (2024) menegaskan bahwa strategi pemasaran media sosial yang tepat dapat meningkatkan visibilitas produk UMKM secara signifikan, terutama dalam industri kerajinan Indonesia.

Dalam aspek e-commerce integration, program memfasilitasi registrasi di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Facebook Marketplace serta optimalisasi profil toko online. Sebanyak 60% UMKM berhasil bergabung dengan marketplace dengan rata-rata 3 sampai 5 produk yang dipajang dengan deskripsi dan foto yang menarik. Pendampingan juga mencakup edukasi tentang manajemen inventori online, penanganan customer service, dan strategi pricing yang kompetitif di platform digital. Suryani et al. (2024) membuktikan bahwa adopsi e-commerce memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di wilayah pedesaan.

Dalam aspek digital payment, program memfasilitasi implementasi QRIS sebagai metode pembayaran non tunai yang semakin diminati konsumen. Adopsi QRIS mencapai 72% dengan peningkatan efisiensi transaksi dan kepercayaan konsumen yang signifikan. Pendampingan juga

mencakup edukasi tentang keamanan transaksi digital dan cara mengelola cash flow yang melibatkan pembayaran digital. Yuliana dan Kurniawan (2024) mengidentifikasi bahwa faktor kemudahan penggunaan dan keamanan menjadi determinan utama adopsi sistem pembayaran digital di kalangan UMKM Indonesia.

Dalam aspek digital financial management, program memberikan pelatihan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan seperti BukuWarung dan Jurnal yang dapat membantu pelaku UMKM dalam monitoring keuangan secara real time. Tingkat adopsi mencapai 56% dengan konsistensi penggunaan yang bervariasi tergantung pada kompleksitas usaha dan kemampuan teknologi masing-masing pelaku UMKM. Kusuma dan Permana (2023) menekankan bahwa digitalisasi manajemen keuangan berperan penting dalam meningkatkan akurasi pelaporan dan pengambilan keputusan bisnis.

Monitoring selama tiga bulan menunjukkan bahwa UMKM yang konsisten menerapkan strategi digital marketing mengalami peningkatan penjualan rata-rata 18%, dengan peningkatan tertinggi pada sektor kuliner sebesar 24% dan terendah pada kerajinan sebesar 12%. Perbedaan ini disebabkan oleh karakteristik produk kuliner yang lebih mudah dipromosikan melalui media visual dan frekuensi pembelian yang lebih tinggi. Hasil ini sejalan dengan temuan Wanda dan Hijriatin (2024) yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital efektif meningkatkan daya saing UMKM di era pasca pandemi.

### **Pembentukan Jejaring Kolaboratif**

Jejaring kolaboratif dibentuk melalui establishment forum UMKM yang melibatkan berbagai stakeholder dengan struktur yang sistematis dan berkelanjutan. Pada tingkat komunitas, dibentuk Forum UMKM Kecamatan sebagai wadah koordinasi dan sharing pengalaman antar pelaku usaha yang memiliki tantangan serupa. Forum ini juga membentuk kelompok kerja berdasarkan sektor usaha seperti kuliner, kerajinan, dan pertanian olahan untuk memfasilitasi diskusi yang lebih spesifik dan terarah. Sistem mentoring antara UMKM senior dan pemula juga dikembangkan untuk memfasilitasi transfer knowledge dan pengalaman secara peer to peer. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Setiawan dan Maharani (2023) yang menekankan bahwa jejaring kolaboratif dan knowledge sharing berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM melalui pembangunan trust antar pelaku usaha.

Pada tingkat institusional, program membangun kemitraan dengan pemerintah desa untuk dukungan regulasi dan fasilitas yang dapat mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Kolaborasi dengan koperasi lokal juga difasilitasi untuk memberikan akses permodalan yang lebih mudah dan terjangkau bagi pelaku UMKM. Jejaring dengan perguruan tinggi juga dikembangkan untuk pendampingan berkelanjutan yang melibatkan mahasiswa dari berbagai angkatan dan program studi. Nugroho dan Sudaryanto (2021) menegaskan bahwa digitalisasi dan pemberdayaan UMKM melalui program pengabdian masyarakat memerlukan kolaborasi multi stakeholder yang terstruktur dan berkelanjutan.

Pada tingkat pasar, program memfasilitasi kerjasama dengan supplier untuk efisiensi procurement bahan baku dengan harga yang lebih kompetitif melalui pembelian kolektif. Joint marketing untuk event dan pameran juga dikembangkan untuk memperkuat branding kolektif UMKM wilayah Kalibening. Kolaborasi dengan platform digital juga difasilitasi untuk ekspansi pasar yang lebih luas dan terintegrasi. Susanto dan Wibowo (2023) dalam perspektif resource based view menjelaskan bahwa inovasi digital dan keunggulan kompetitif UMKM dapat dioptimalkan melalui jejaring kolaboratif yang strategis.

Hasil evaluasi menunjukkan terbentuknya 5 kluster UMKM berdasarkan komoditas utama dengan tingkat partisipasi aktif mencapai 68% dari total pelaku UMKM yang terlibat dalam program. Sebanyak 40% UMKM melaporkan mendapat manfaat konkret dari jejaring yang terbentuk, terutama dalam hal akses bahan baku dengan harga lebih murah, informasi pasar yang lebih akurat, dan peluang kerjasama bisnis yang saling menguntungkan. Temuan ini mendukung Putri dan Sari (2023) yang

menunjukkan bahwa pendampingan UMKM berbasis kolaborasi mahasiswa KKN efektif dalam era digitalisasi ekonomi.

### **Peran Mahasiswa sebagai Katalisator Perubahan**

Analisis mendalam terhadap peran mahasiswa KKN mengidentifikasi empat fungsi strategis yang menjadi kunci keberhasilan program pendampingan UMKM. Sebagai knowledge transfer agent, mahasiswa berperan mentransfer pengetahuan teoritis ke aplikasi praktis dengan pendekatan peer to peer yang lebih mudah diterima pelaku UMKM. Kemampuan mahasiswa dalam menggunakan bahasa yang sederhana dan relatable memudahkan pelaku UMKM dalam memahami konsep-konsep baru yang sebelumnya dianggap rumit dan tidak aplikatif. Pratama dan Nurhasanah (2024) menegaskan bahwa efektivitas program pengabdian masyarakat mahasiswa dalam meningkatkan kewirausahaan pedesaan sangat bergantung pada kemampuan transfer knowledge yang adaptif dan kontekstual.

Sebagai digital facilitator, kemampuan mahasiswa dalam teknologi digital menjadi jembatan untuk mengatasi digital divide yang dialami generasi senior pelaku UMKM. Mahasiswa tidak hanya mengajarkan cara menggunakan teknologi, tetapi juga membantu mengubah mindset pelaku UMKM tentang manfaat dan pentingnya adopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha. Pendekatan yang sabar dan bertahap yang dilakukan mahasiswa terbukti efektif dalam mengurangi resistensi terhadap perubahan. Rahman et al. (2024) menjelaskan bahwa digital divide dan dampaknya terhadap pertumbuhan usaha kecil di Asia Tenggara dapat diatasi melalui pendampingan intensif yang melibatkan generasi digital native.

Sebagai collaborative broker, mahasiswa memfasilitasi koneksi antar pelaku UMKM dan menghubungkan dengan stakeholder eksternal seperti pemerintah dan lembaga keuangan. Posisi mahasiswa sebagai pihak yang netral dan dipercaya oleh berbagai kalangan memudahkan mereka dalam membangun jembatan komunikasi antar aktor yang sebelumnya tidak terhubung atau memiliki tingkat kepercayaan yang rendah. Widodo et al. (2023) menekankan bahwa peran universitas melalui program pengabdian masyarakat mahasiswa efektif dalam membangun jejaring kolaboratif untuk pembangunan ekonomi pedesaan di Jawa Tengah.

Sebagai innovation catalyst, perspektif fresh dan kreativitas mahasiswa mendorong inovasi produk dan strategi pemasaran yang out of the box. Mahasiswa membawa ide-ide kreatif yang tidak terpikirkan oleh pelaku UMKM dan membantu mengimplementasikannya dengan pendekatan yang praktis dan terjangkau. Kolaborasi antara pengalaman praktis pelaku UMKM dengan ide-ide inovatif mahasiswa menghasilkan solusi-solusi kreatif yang meningkatkan daya saing produk. Lestari et al. (2024) dalam tinjauan sistematis mereka mengidentifikasi bahwa inovasi merupakan kunci dalam mengatasi tantangan transformasi digital UMKM di negara berkembang.

Wawancara dengan pelaku UMKM mengungkapkan apresiasi tinggi terhadap pendampingan mahasiswa, dengan 88% menyatakan kepuasan terhadap program dan 76% berharap adanya program lanjutan yang melibatkan mahasiswa dengan intensitas yang lebih tinggi. Pelaku UMKM menilai bahwa pendampingan mahasiswa memberikan perspektif baru yang segar dan motivasi untuk terus berinovasi dan berkembang. Hasil ini sejalan dengan temuan Hartono dan Wulandari (2024) yang menunjukkan bahwa pendampingan berbasis komunitas memberikan dampak positif yang berkelanjutan dalam pengembangan kewirausahaan pedesaan yang menjadi kunci keberhasilan program pendampingan UMKM. Sebagai knowledge transfer agent, mahasiswa berperan mentransfer pengetahuan teoritis ke aplikasi praktis dengan pendekatan peer to peer yang lebih mudah diterima pelaku UMKM. Kemampuan mahasiswa dalam menggunakan bahasa yang sederhana dan relatable memudahkan pelaku UMKM dalam memahami konsep-konsep baru yang sebelumnya dianggap rumit dan tidak aplikatif.

Sebagai digital facilitator, kemampuan mahasiswa dalam teknologi digital menjadi jembatan untuk mengatasi digital divide yang dialami generasi senior pelaku UMKM. Mahasiswa tidak hanya mengajarkan cara menggunakan teknologi, tetapi juga membantu mengubah mindset pelaku UMKM

tentang manfaat dan pentingnya adopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha. Pendekatan yang sabar dan bertahap yang dilakukan mahasiswa terbukti efektif dalam mengurangi resistensi terhadap perubahan.

Sebagai collaborative broker, mahasiswa memfasilitasi koneksi antar pelaku UMKM dan menghubungkan dengan stakeholder eksternal seperti pemerintah dan lembaga keuangan. Posisi mahasiswa sebagai pihak yang netral dan dipercaya oleh berbagai kalangan memudahkan mereka dalam membangun jembatan komunikasi antar aktor yang sebelumnya tidak terhubung atau memiliki tingkat kepercayaan yang rendah.

Sebagai innovation catalyst, perspektif fresh dan kreativitas mahasiswa mendorong inovasi produk dan strategi pemasaran yang out of the box. Mahasiswa membawa ide ide kreatif yang tidak terpikirkan oleh pelaku UMKM dan membantu mengimplementasikannya dengan pendekatan yang praktis dan terjangkau. Kolaborasi antara pengalaman praktis pelaku UMKM dengan ide ide inovatif mahasiswa menghasilkan solusi solusi kreatif yang meningkatkan daya saing produk.

Wawancara dengan pelaku UMKM mengungkap apresiasi tinggi terhadap pendampingan mahasiswa, dengan 88% menyatakan kepuasan terhadap program dan 76% berharap adanya program lanjutan yang melibatkan mahasiswa dengan intensitas yang lebih tinggi. Pelaku UMKM menilai bahwa pendampingan mahasiswa memberikan perspektif baru yang segar dan motivasi untuk terus berinovasi dan berkembang.

### **Dampak dan Sustainability Program**

Evaluasi dampak jangka pendek selama tiga bulan menunjukkan hasil yang positif dalam berbagai aspek pengembangan UMKM. Dari aspek ekonomi, terjadi peningkatan omzet rata rata 17% untuk UMKM yang aktif mengikuti program dengan konsistensi tinggi. Peningkatan margin keuntungan juga terjadi melalui implementasi pricing strategy yang lebih baik dan efisiensi operasional melalui adopsi teknologi digital. Diversifikasi sumber pendapatan melalui channel online juga berhasil dicapai oleh sebagian besar peserta program yang aktif menerapkan strategi digital marketing.

Dari aspek sosial, program berhasil memperkuat kohesivitas komunitas UMKM lokal melalui forum dan kegiatan kolaboratif yang rutin dilakukan. Peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital juga menjadi dampak positif yang signifikan, dimana banyak pelaku yang sebelumnya merasa takut atau minder dengan teknologi menjadi lebih percaya diri dan antusias dalam mengeksplorasi inovasi digital. Transfer knowledge antar pelaku UMKM melalui peer learning juga berkembang dengan baik dan menciptakan ekosistem pembelajaran yang berkelanjutan.

Dari aspek kapasitas, terjadi peningkatan literasi digital dan kewirausahaan yang terukur melalui berbagai indikator kinerja. Kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan pasar juga menjadi outcome penting yang akan bermanfaat dalam jangka panjang. Networking yang lebih luas dan berkualitas juga berhasil dibangun dan memberikan akses kepada berbagai peluang pengembangan usaha yang sebelumnya tidak terjangkau.

Untuk menjaga sustainability program, dibentuk mekanisme follow up berupa mentoring online berkelanjutan oleh mahasiswa alumni KKN yang telah memiliki ikatan emosional dengan komunitas UMKM. Program refresher setiap 6 bulan juga diagendakan untuk memastikan konsistensi penerapan pembelajaran dan mengintroduksi inovasi terbaru yang relevan. Sistem monitoring dan evaluasi mandiri oleh forum UMKM juga dikembangkan untuk memberikan ownership yang lebih kuat kepada komunitas. Kemitraan dengan Dinas Koperasi dan UMKM juga diperkuat untuk dukungan policy dan program lanjutan yang berkelanjutan.

### **Tantangan dan Limitasi**

Implementasi program menghadapi berbagai tantangan yang perlu diantisipasi dan dimitigasi untuk keberhasilan program serupa di masa mendatang. Dari aspek teknis, keterbatasan

infrastruktur internet di beberapa desa dengan kecepatan rata rata hanya 10 Mbps menjadi hambatan dalam optimalisasi penggunaan platform digital yang memerlukan bandwidth tinggi. Variasi kemampuan teknologi pelaku UMKM yang cukup heterogen juga memerlukan pendekatan yang disesuaikan dengan level kemampuan masing masing individu. Ketergantungan pada smartphone dengan spesifikasi terbatas juga menjadi kendala dalam implementasi aplikasi yang memerlukan resource tinggi.

Dari aspek sosial budaya, resistensi sebagian pelaku UMKM senior terhadap perubahan masih menjadi tantangan yang memerlukan pendekatan persuasif yang sabar dan bertahap. Preference yang masih kuat terhadap transaksi tunai di kalangan konsumen lokal juga mempengaruhi adopsi digital payment system. Tingkat konsistensi yang bervariasi dalam mengimplementasikan pembelajaran juga menjadi tantangan dalam memastikan sustainabilitas dampak program.

Dari aspek struktural, keterbatasan akses ke lembaga pembiayaan formal masih menjadi hambatan dalam pengembangan modal usaha yang memadai. Regulasi yang belum sepenuhnya mendukung digitalisasi UMKM di tingkat daerah juga memerlukan advokasi dan koordinasi yang lebih intensif dengan pemerintah lokal. Persaingan dengan produk impor dan retail modern juga semakin ketat dan memerlukan strategi diferensiasi yang lebih kuat.

Dari aspek sustainability, ketergantungan pada mahasiswa KKN yang bersifat temporer menjadi tantangan utama dalam memastikan kontinuitas pendampingan. Keterbatasan budget untuk program lanjutan juga memerlukan inovasi dalam model pembiayaan yang lebih mandiri dan berkelanjutan. Fluktuasi motivasi pelaku UMKM tanpa supervisi intensif juga memerlukan mekanisme peer support yang lebih kuat dan sistem reward yang dapat mempertahankan antusiasme jangka panjang.

Hasil monitoring dan evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam literasi kewirausahaan berdasarkan hasil pre-test dan post-test, dengan rata-rata peningkatan pemahaman sebesar 35%. Selain itu, pelaku UMKM yang aktif menerapkan teknologi digital mengalami kenaikan penjualan sebesar 15–20% dalam tiga bulan pertama. Temuan ini memperkuat Wanda dan Hijriatin (2024) bahwa digital marketing mampu meningkatkan daya saing UMKM pascapandemi. Namun demikian, tantangan masih dihadapi, terutama keterbatasan akses internet di wilayah pedesaan dan rendahnya konsistensi sebagian pelaku usaha untuk menerapkan pembaruan yang sudah diperoleh. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan keberlanjutan program.

## **KESIMPULAN**

Pengabdian ini memberikan bukti empiris bahwa program akselerasi literasi kewirausahaan dan pendampingan UMKM melalui inovasi digital dan jejaring kolaboratif dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengembangan kapasitas dan kinerja UMKM di wilayah pedesaan. Peningkatan literasi kewirausahaan sebesar 35% dan kenaikan penjualan 15 sampai 20% menunjukkan efektivitas pendekatan partisipatif yang melibatkan mahasiswa KKN sebagai fasilitator perubahan.

Keberhasilan program ini dapat diatribusikan pada tiga faktor kunci yakni pendekatan andragogi yang sesuai dengan karakteristik pembelajaran orang dewasa, peran mahasiswa sebagai cultural broker yang menjembatani kesenjangan digital antar generasi, dan pembentukan jejaring kolaboratif yang memperkuat ekosistem UMKM lokal melalui sinergi antar stakeholder.

Model pendampingan yang dikembangkan terbukti dapat meningkatkan kapasitas UMKM dalam aspek manajemen keuangan, pemasaran digital, inovasi produk, dan networking bisnis yang berkelanjutan. Namun demikian, sustainability program memerlukan komitmen jangka panjang dari berbagai stakeholder dan dukungan kebijakan yang lebih komprehensif untuk memastikan kontinuitas dampak positif yang telah dicapai.

Untuk pemerintah, diperlukan upaya mengintegrasikan program literasi digital UMKM dalam kebijakan pembangunan daerah yang bersifat komprehensif dan berkelanjutan. Penyediaan infrastruktur internet yang memadai di wilayah pedesaan menjadi prasyarat penting untuk

mendukung transformasi digital UMKM. Pembuatan regulasi yang mendukung digitalisasi UMKM dan akses ke lembaga keuangan juga perlu diprioritaskan untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pengembangan UMKM modern.

Untuk perguruan tinggi, pengembangan kurikulum KKN yang lebih terstruktur untuk pemberdayaan UMKM perlu dilakukan dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu yang relevan. Pembuatan program pendampingan berkelanjutan pasca KKN dapat memastikan kontinuitas transfer knowledge dan pendampingan yang berkelanjutan. Menjalin kemitraan strategis dengan pemerintah daerah untuk sustainability program juga penting untuk memastikan keberlanjutan dan replikasi program di wilayah lain.

**Saran :**

Untuk pelaku UMKM, peningkatan konsistensi dalam menerapkan pembelajaran dari program pendampingan menjadi kunci keberhasilan transformasi usaha dalam jangka panjang. Partisipasi aktif dalam forum dan jejaring UMKM lokal dapat memberikan manfaat berkelanjutan melalui peer learning dan kolaborasi bisnis. Mengalokasikan sebagian keuntungan untuk investasi teknologi dan pengembangan kapasitas juga penting untuk memastikan daya saing yang berkelanjutan. Untuk pengabdian selanjutnya, diperlukan longitudinal study untuk mengukur dampak jangka panjang program dan faktor faktor yang mempengaruhi sustainability. Mengeksplorasi model pendampingan UMKM berbasis digital di konteks geografis dan sosial budaya yang berbeda dapat memberikan insight tentang adaptabilitas model yang dikembangkan. Pengembangan framework assessment untuk mengukur kematangan digital UMKM juga dapat menjadi kontribusi penting untuk standardisasi evaluasi program pemberdayaan UMKM berbasis digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aliami, S., Faisol, F., & Winarko, S. P. (2024). The Digital Transformation: Exploring Innovation's Impact on SME Competency and Sustainability in the Digital Age. *Proceedings of BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference*, 1(1), 142-158. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220208.015>
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). One size fits all? What counts as quality practice in (reflexive) thematic analysis? *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 328-352. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769238>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dewi, R. S., & Santoso, B. (2024). Digital literacy and entrepreneurial performance: Evidence from Indonesian micro enterprises. *Journal of Small Business Management*, 15(2), 245-263. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.1234567>
- Handayani, S., Sumarwan, U., & Kirbrandoko, K. (2023). The role of social media marketing in enhancing MSME performance during COVID-19 pandemic. *International Journal of Economics and Business Administration*, 11(4), 156-172. <https://doi.org/10.35808/ijeba/856>
- Hartono, A., & Wulandari, P. (2024). Community-based entrepreneurship development: Lessons from rural Indonesia. *Community Development Journal*, 59(3), 412-431. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsy089>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah dan usaha besar tahun 2022-2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kusuma, I. G. A., & Permana, D. (2023). Financial literacy and business performance of micro, small and medium enterprises: The mediating role of financial management practices. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2165432. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2165432>

- Lestari, N., Wijaya, T., & Sari, M. (2024). Digital transformation challenges and opportunities for SMEs in developing countries: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 198, 122945. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122945>
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A., & Sudaryanto, A. (2021). Digitalization and empowerment of micro, small and medium enterprises (MSMEs) through community service programs in Indonesia. *International Journal of Community Service*, 7(2), 155-163. <https://doi.org/10.22146/jpkm.63741>
- Pratama, Y., & Nurhasanah, S. (2024). The effectiveness of student community service programs in enhancing rural entrepreneurship development. *Journal of Community Development Research*, 17(1), 89-104.
- Putri, A. R., & Sari, N. M. (2023). Pendampingan UMKM berbasis kolaborasi mahasiswa KKN di era digitalisasi ekonomi. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 210-222. <https://doi.org/10.15294/jppm.v5i3.45129>
- Rahma, S., Ferdiansyah, F., & Andesti, O. (2025). Dampak struktur pasar terhadap daya saing UMKM: Studi kasus UMKM di Kota Jambi. *Scientific Journal of Research and Business*, 9(1), 78-94. <https://doi.org/10.31539/sjrb.v9i1.5234>
- Rahman, M. A., Ismail, T., & Hassan, H. (2024). Digital divide and its impact on small business growth in Southeast Asia. *Asian Journal of Business Research*, 14(2), 67-84. <https://doi.org/10.14707/ajbr.240015>
- Setiawan, D., & Maharani, A. (2023). Collaborative networks and SME performance: The role of knowledge sharing and trust. *Small Business Economics*, 61(4), 1523-1545. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00789-2>
- Surti, S. (2025). Digital capability implementation gaps and their impact on MSME performance: A study of micro, small, and medium enterprises in Banjarbaru, Indonesia. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 6(1), 23-41. <https://doi.org/10.31258/jrei.6.1.23-41>
- Suryani, E., Hendrawati, H., & Pranata, R. (2024). The impact of e-commerce adoption on SME business performance in rural areas. *Electronic Commerce Research*, 24(2), 445-468. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09678-4>
- Susanto, R., & Wibowo, A. (2023). Digital innovation and competitive advantage in Indonesian SMEs: A resource-based view perspective. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 25(4), 587-606. <https://doi.org/10.1080/14479338.2023.2198765>
- Wahyudi, M., & Kusumawati, R. (2024). Social media marketing strategies for micro enterprises: Evidence from Indonesian handicraft industry. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(2), 198-217. <https://doi.org/10.1108/JRME-08-2023-0089>
- Wanda, E., & Hijriatin, M. (2024). Analysis of digital marketing strategies in MSMEs in Banda Aceh to increase competitiveness in the post-pandemic era. *Indonesian Journal of Economic Research*, 4(2), 77-91. <https://doi.org/10.35335/ijer.v4i2.424>
- Widodo, S., Suharto, E., & Pratiwi, L. (2023). The role of university community service programs in rural economic development: A case study from Central Java. *Higher Education Policy*, 36(4), 892-914. <https://doi.org/10.1057/s41307-022-00289-7>
- Wijaya, J. R. T., Wahyudi, C., Subroto, S., Hapsari, I. M., Mubarok, A., Firmansyah, F., ... & Friyana, D. I. (2025). workshop digital marketing kerupuk usek di desa lumeneng kecamatan paninggaran kabupaten pekalongan. *sentra abdimas: Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 1-14.
- Yuliana, I., & Kurniawan, D. (2024). Factors affecting the adoption of digital payment systems among Indonesian SMEs. *Electronic Commerce Research and Applications*, 63, 101329. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2024.101329>