



PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI LITERASI DIGITAL: STUDI KASUS PROGRAM PEMBERDAYAAN DI KOTA SEMARANG

Risa Mayasari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Anwar

SUBMISSION TRACK

Submitted : 24 July 2025
Accepted : 03 August 2025
Published : 04 August 2025

KEYWORDS

Pengabdian kepada
Masyarakat, Pemberdayaan
UMKM, Literasi Digital,
Daya Saing, Ekonomi Digital,
Model Kolaborasi Tripartit

CORRESPONDENCE

Phone: -

E-mail: Risamayasari@stie-alanwar.ac.id

A B S T R A K

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental bagi perekonomian Kota Semarang, namun daya saingnya terhambat oleh kesenjangan literasi digital yang signifikan dalam menghadapi persaingan pasar modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam dampak dari sebuah program pengabdian kepada masyarakat yang dirancang secara kolaboratif untuk meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif, dengan melibatkan 25 UMKM dari sektor kuliner dan fesyen di Kota Semarang yang memiliki tingkat adopsi digital awal yang rendah. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode, mencakup survei pra- dan pasca-intervensi, wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis artefak digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program ini berhasil secara signifikan meningkatkan kapasitas teknis peserta dalam adopsi alat digital, seperti penggunaan media sosial untuk pemasaran strategis dan manajemen toko di *marketplace*. Lebih jauh, analisis tematik mengungkap adanya transformasi kualitatif, di mana peserta berevolusi dari pengguna pasif menjadi kreator konten aktif, berhasil membuka kanal pasar baru, dan membangun kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi. Temuan kritis menunjukkan bahwa peningkatan adopsi teknologi semata tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan kinerja usaha tanpa diimbangi dengan integrasi strategis ke dalam seluruh aspek bisnis dan dukungan ekosistem yang memadai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa model pemberdayaan yang efektif dan berkelanjutan memerlukan kolaborasi tripartit yang sinergis antara perguruan tinggi, pemerintah, dan komunitas UMKM.

2024 All right reserved

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license 

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai tulang punggung dan katalisator utama perekonomian nasional Indonesia. Peran strategis sektor ini tidak dapat diremehkan; berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, atau setara dengan nilai Rp 8.573,89 triliun, dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, yang berarti menopang kehidupan sekitar 117 juta pekerja. Dominasi ini menegaskan bahwa penguatan dan pemberdayaan



UMKM bukan sekadar program ekonomi, melainkan sebuah investasi strategis untuk mencapai stabilitas sosial, pemerataan kesejahteraan, dan ketahanan ekonomi nasional.

Dalam konteks urban seperti Kota Semarang, peran UMKM menjadi semakin krusial. Sebagai pusat ekonomi dan pemerintahan di Jawa Tengah, Semarang menjadi rumah bagi ratusan ribu unit usaha yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), penciptaan lapangan kerja, dan distribusi pendapatan masyarakat. Data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, terdapat 663.977 unit UMKM di Kota Semarang, yang menegaskan dominasi sektor ini dalam lanskap ekonomi lokal. Sub-sektor kuliner, khususnya, memberikan kontribusi signifikan sebesar 22% terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota. Keberadaan UMKM tidak hanya dilihat dari angka, tetapi juga dari fungsinya sebagai jaring pengaman sosial dan motor penggerak ekonomi inklusif yang menjaga vitalitas ekonomi di tingkat akar rumput.

Di balik peran strategisnya, UMKM di Kota Semarang menghadapi serangkaian tantangan kompleks yang menghambat potensi pertumbuhan dan daya saing mereka. Tantangan ini bersifat multidimensional, mencakup aspek operasional, pemasaran, finansial, hingga kompetensi sumber daya manusia. Salah satu tantangan paling mendesak di era ekonomi digital adalah kesenjangan kemampuan dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital. Secara nasional, tantangan adopsi *e-commerce* oleh UMKM meliputi keterbatasan sumber daya finansial untuk investasi teknologi dan kurangnya keahlian sumber daya manusia untuk mengelola platform digital secara efektif. Fenomena ini juga terjadi di Semarang, di mana hanya 18% UMKM kuliner yang telah memanfaatkan pemasaran digital secara optimal, meskipun 63% transaksi makanan di Jawa Tengah kini dilakukan melalui platform daring. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut, sebuah strategi yang tidak lagi memadai untuk menjangkau pasar yang lebih luas di tengah sengitnya persaingan.

Kesenjangan digital (*digital divide*) ini menciptakan sebuah paradoks: meskipun teknologi menawarkan peluang pasar yang tak terbatas, banyak UMKM justru terancam termarginalkan karena tidak mampu memanfaatkannya. Tingkat literasi digital di kalangan UMKM cenderung terbatas pada penggunaan media sosial untuk komunikasi personal, bukan untuk pemasaran strategis. Banyak pelaku usaha belum sepenuhnya mengadopsi platform *e-commerce* atau *marketplace* populer seperti Shopee dan Tokopedia, dan kepemilikan situs web profesional masih sangat minim. Tabel 1 berikut menyintesis berbagai tantangan utama yang dihadapi UMKM di Kota Semarang.

Tabel 1. Sintesis Tantangan Utama UMKM di Kota Semarang

Kategori Tantangan	Deskripsi	Sumber Referensi
Operasional & Produksi	Kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang konsisten dan berkualitas, serta keterbatasan kapasitas produksi yang seringkali hanya berbasis pesanan (<i>made-to-order</i>).	



Finansial & Permodalan	Keterbatasan akses terhadap modal kerja untuk ekspansi, menyebabkan kesulitan dalam bersaing dengan pengusaha bermodal lebih besar.	
Pemasaran & Persaingan	Ketergantungan pada metode pemasaran tradisional (dari mulut ke mulut) dan ketidakmampuan bersaing di pasar lokal yang semakin intensif.	
Kompetensi & SDM	Rendahnya pengetahuan mengenai strategi bisnis modern, manajemen keuangan, dan inovasi produk.	
Kesenjangan Digital	Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital, termasuk pemasaran media sosial, <i>e-commerce</i> , dan pembuatan konten promosi yang efektif.	

Menyadari urgensi tantangan tersebut, berbagai institusi telah meluncurkan program pemberdayaan. Pemerintah Kota Semarang, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, secara aktif menyelenggarakan program pembinaan dan mengembangkan platform digital "GULOASEM" (*Gerai Usaha Mikro Lokal Online Asli Semarang*). Di sisi lain, perguruan tinggi di Semarang juga gencar melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang menyasar UMKM. Namun, sebuah analisis lebih dalam menunjukkan adanya fragmentasi dalam ekosistem pemberdayaan ini. Upaya pemerintah yang bersifat *top-down* seringkali tidak diimbangi dengan kesiapan pengguna di tingkat akar rumput. Sebaliknya, program pengabdian dari perguruan tinggi yang bersifat *bottom-up* seringkali berjalan secara parsial, insidental, dan tidak terhubung secara sistematis dengan program pemerintah yang lebih besar. Akibatnya, terjadi duplikasi upaya dan potensi sinergi yang hilang, menciptakan sebuah siklus pemberdayaan yang kurang berkelanjutan. Kegagalan dalam menciptakan "simfoni" antara penyedia solusi (pemerintah) dan pembangun kapasitas (perguruan tinggi) ini menjadi justifikasi utama bagi penelitian ini, yang tidak hanya mengevaluasi sebuah program, tetapi juga mengusulkan model untuk memperbaiki sistem dukungan yang terfragmentasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami secara mendalam (*in-depth understanding*) proses, konteks, dan dampak dari sebuah intervensi sosial yang kompleks, yaitu program pemberdayaan UMKM. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran hubungan kausal antar variabel, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi "bagaimana" dan "mengapa" sebuah program berhasil atau menghadapi tantangan. Metode ini juga efektif dalam menangkap nuansa pengalaman dan persepsi partisipan yang tidak dapat diukur dengan angka. Desain studi kasus memungkinkan analisis yang intensif dan holistik terhadap fenomena pemberdayaan digital dalam batas-batas konteks yang spesifik, yaitu kelompok UMKM di Kota Semarang yang mengikuti program intervensi.



Seluruh kegiatan penelitian dan program intervensi dilaksanakan di Kota Semarang, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat ekonomi regional dengan jumlah UMKM yang sangat signifikan dan menghadapi tantangan digitalisasi yang nyata. Program intervensi berlangsung secara intensif selama tiga bulan, mencakup serangkaian lokakarya, sesi pendampingan, dan evaluasi praktik.

Partisipan dalam penelitian ini adalah 25 pelaku UMKM yang berdomisili di Kota Semarang. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposif (*purposive sampling*) dengan kriteria yang ditetapkan secara ketat untuk memastikan relevansi dan kedalaman data. Kriteria tersebut adalah: (1) bergerak di sektor kuliner atau fesyen, dua sektor dengan potensi digitalisasi tinggi; (2) memiliki tingkat adopsi digital awal yang rendah (misalnya, hanya memiliki akun media sosial personal atau belum aktif di *marketplace*); dan (3) menunjukkan motivasi dan komitmen yang tinggi untuk mengikuti seluruh rangkaian program. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa dampak program dapat diukur dari titik awal yang relatif seragam dan pada kelompok yang paling membutuhkan intervensi. Untuk menjamin validitas dan kekayaan data, penelitian ini menerapkan strategi triangulasi metode dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kekuatan metodologi ini terletak pada kemampuannya untuk memvalidasi temuan dengan membandingkan data dari sumber yang berbeda; tidak hanya mengandalkan apa yang dikatakan partisipan, tetapi juga apa yang mereka lakukan secara nyata. Teknik yang digunakan meliputi:

- Survei Pra- dan Pasca-Intervensi: Sebuah kuesioner terstruktur diberikan kepada seluruh partisipan di awal dan di akhir program untuk mengumpulkan data kuantitatif-deskriptif mengenai profil usaha, tingkat penggunaan alat digital, dan persepsi diri terhadap kompetensi digital.
- Wawancara Mendalam (*In-depth Interviews*): Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan seluruh 25 partisipan setelah program selesai. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif, persepsi perubahan, manfaat yang dirasakan, serta tantangan yang dihadapi selama dan setelah program.
- Observasi Partisipatif: Peneliti terlibat langsung dalam seluruh sesi lokakarya dan pendampingan. Observasi ini memungkinkan pengamatan langsung terhadap dinamika kelompok, interaksi antar peserta, proses belajar, serta hambatan-hambatan yang muncul di lapangan.
- Analisis Artefak Digital: Peneliti melakukan analisis terhadap aset digital milik partisipan, seperti akun media sosial (Instagram/Facebook) dan laman toko di *marketplace*. Analisis ini dilakukan sebelum program dimulai dan beberapa bulan setelah program berakhir untuk membandingkan secara konkret dan objektif perubahan dalam kualitas konten, frekuensi aktivitas, dan interaksi dengan pelanggan.

Data kualitatif yang terkumpul dari transkrip wawancara dan catatan observasi dianalisis menggunakan analisis tematik (*thematic analysis*). Proses ini dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan: pertama, pembacaan data secara berulang untuk familiarisasi; kedua, pengkodean awal (*initial coding*) untuk mengidentifikasi segmen data yang relevan; ketiga,



pengelompokan kode-kode serupa untuk membentuk tema-tema potensial; dan keempat, peninjauan, penyempurnaan, dan pendefinisian tema secara jelas. Proses ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, wawasan, dan narasi yang berulang di seluruh set data. Data kuantitatif-deskriptif dari survei digunakan sebagai data pendukung untuk mengontekstualisasikan dan memperkuat temuan kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian secara sistematis, dimulai dari potret kondisi awal partisipan, dilanjutkan dengan analisis dampak program secara kuantitatif-deskriptif dan kualitatif, serta diakhiri dengan diskusi kritis yang menghubungkan temuan dengan literatur dan teori yang lebih luas.

Profil Awal Literasi Digital Partisipan

Hasil survei pra-intervensi dan wawancara awal melukiskan gambaran yang jelas mengenai kondisi literasi digital peserta sebelum mengikuti program "Program Akselerasi Digital UMKM Semarang" (PADUS). Temuan ini mengonfirmasi tantangan yang telah diidentifikasi di bagian pendahuluan dan menjadi dasar pembandingan yang krusial untuk mengukur dampak program. Sebagian besar dari 25 partisipan menunjukkan tingkat adopsi digital yang sangat dasar dan cenderung pasif.

Dari sisi kehadiran daring (*online presence*), 100% peserta memang memiliki ponsel pintar dan akun media sosial pribadi (terutama Facebook dan WhatsApp). Namun, penggunaannya untuk tujuan bisnis sangat terbatas dan tidak strategis. Sekitar 80% (20 dari 25 peserta) menggunakan akun media sosial yang sama untuk keperluan pribadi dan bisnis, mengaburkan citra profesional usaha mereka. Aktivitas mereka lebih sering berupa konsumsi informasi daripada kreasi konten pemasaran. Hanya 5 dari 25 peserta (20%) yang secara rutin memposting foto produk mereka, itupun dengan kualitas visual dan deskripsi yang seadanya. Dalam hal pemanfaatan *e-commerce*, situasinya lebih memprihatinkan. Hanya 3 dari 25 peserta (12%) yang pernah mencoba membuka toko di *marketplace* seperti Shopee, dan ketiganya mengaku tidak aktif mengelolanya karena merasa bingung dan kewalahan dengan alur kerja platform tersebut. Kepemilikan situs web (WWW) nihil di antara semua peserta, mengonfirmasi bahwa UMKM masih jauh dari pemanfaatan web sebagai alat pemasaran strategis. Transaksi bisnis hampir seluruhnya dilakukan secara luring (*offline*) atau melalui percakapan langsung di WhatsApp, dengan pembayaran tunai atau transfer bank manual. Penggunaan pembayaran digital terstruktur seperti QRIS belum dikenal oleh mayoritas peserta. Kondisi awal ini menunjukkan adanya jurang besar antara ketersediaan teknologi dan kapabilitas untuk memanfaatkannya secara produktif.

Analisis Dampak Program: Peningkatan Kapasitas dan Transformasi Perilaku

Setelah tiga bulan intervensi melalui program PADUS, data pasca-intervensi menunjukkan perubahan signifikan dalam hal adopsi dan pemanfaatan alat-alat digital oleh para peserta. Dampak program dapat dianalisis dari dua sisi: peningkatan kapasitas teknis yang terukur dan transformasi kualitatif dalam perilaku dan pola pikir.



- Dampak Kuantitatif-Deskriptif

Dampak paling nyata terlihat pada peningkatan kapasitas teknis, yang dapat diukur secara deskriptif melalui perbandingan data pra- dan pasca-intervensi. Tabel 2 di bawah ini menyajikan bukti kuantitatif yang kuat mengenai efektivitas program dalam mendorong adopsi teknologi.

Tabel 2. Perbandingan Adopsi Alat Digital Pra- dan Pasca-Intervensi (N=25)

Indikator Adopsi Digital	Pra-Intervensi (% Peserta)	Pasca-Intervensi (% Peserta)	Peningkatan (%)
Memiliki akun media sosial khusus untuk bisnis	20%	92%	72%
Memposting konten promosi secara rutin (min. 3x/minggu)	16%	84%	68%
Memiliki dan mengelola toko aktif di <i>marketplace</i>	12%	76%	64%
Menggunakan sistem pembayaran digital (QRIS/e-wallet)	8%	68%	60%
Melakukan pencatatan keuangan sederhana secara digital	0%	52%	52%
Sumber: Data Primer Diolah dari Survei Pra- dan Pasca-Intervensi			

Data pada Tabel 2 secara jelas menunjukkan efektivitas program. Peningkatan paling dramatis terlihat pada pembuatan akun bisnis terpisah di media sosial (peningkatan 72%), yang menandakan tumbuhnya pemahaman baru tentang pentingnya profesionalisme citra daring. Aktivitas pembuatan konten promosi juga melonjak (peningkatan 68%), menunjukkan bahwa peserta tidak hanya belajar "apa" yang harus dilakukan, tetapi juga "bagaimana" melakukannya secara konsisten. Keberhasilan program juga tercermin dari lonjakan signifikan dalam pengelolaan toko di *marketplace* (peningkatan 64%). Ini membuktikan bahwa pendampingan praktis dan *hands-on* dalam program PADUS mampu mengatasi kebingungan dan hambatan teknis yang sebelumnya dialami peserta. Lebih lanjut, adopsi pembayaran digital (peningkatan 60%) dan pencatatan keuangan digital (peningkatan 52%) menandai langkah awal yang penting menuju manajemen bisnis yang lebih modern dan terukur. Hasil kuantitatif-deskriptif ini memberikan bukti kuat bahwa intervensi yang terstruktur dan intensif dapat secara efektif menjembatani kesenjangan keterampilan teknis di kalangan UMKM.

- Dampak Kualitatif (Analisis Tematik)

Di luar angka-angka peningkatan adopsi, dampak paling mendalam dari program PADUS terletak pada transformasi kualitatif yang dialami oleh para peserta. Analisis tematik terhadap data



wawancara dan observasi menghasilkan tiga tema utama yang menggambarkan perubahan pola pikir, perilaku, dan kepercayaan diri.

Tema 1: Dari Pengguna Pasif Menjadi Kreator Aktif Sebelum program, media sosial adalah alat untuk bersosialisasi atau mencari inspirasi. Setelah program, media sosial menjadi kanvas untuk berkreasi. Peserta tidak lagi hanya memposting foto produk seadanya, tetapi mulai berpikir tentang narasi, estetika, dan interaksi. Pergeseran ini sangat fundamental, dari sekadar pengguna pasif menjadi produsen konten aktif yang strategis. Seorang peserta dari sektor kuliner menyatakan, *"Dulu saya cuma upload foto kue, sudah. Sekarang saya belajar bikin video pendek prosesnya, cerita sedikit tentang resep warisan keluarga. Ternyata responsnya jauh lebih bagus, banyak yang tanya-tanya."* Pergeseran ini sejalan dengan pentingnya *content marketing* dalam membangun keterikatan emosional dengan pelanggan, di mana pemasaran digital bukan lagi sekadar berjualan, melainkan membangun hubungan melalui konten yang bernilai.

Tema 2: Terbukanya Kanal Pasar Baru Salah satu dampak yang paling sering disebut dan paling membahagiakan bagi peserta adalah terbukanya akses ke pasar yang sebelumnya tidak terjangkau. Ketergantungan pada pasar lokal dan promosi dari mulut ke mulut berhasil dipatahkan. Digitalisasi secara nyata telah memperluas jangkauan pasar mereka secara eksponensial. Seorang peserta di bidang fesyen (jilbab) menceritakan pengalamannya, *"Biasanya yang beli ya tetangga atau teman arisan saja. Setelah aktif di Shopee dan Instagram, tiba-tiba ada pesanan dari luar kota, bahkan luar Jawa. Saya sampai kaget dan senang sekali. Ternyata produk saya bisa laku di tempat jauh."* Pengalaman ini adalah bukti nyata bagaimana digitalisasi dapat menjadi jembatan yang menghubungkan produk lokal dengan permintaan nasional, sebuah tujuan yang juga ingin dicapai oleh program pemerintah seperti GULOASEM.

Tema 3: Mengatasi Hambatan Psikologis dan Membangun Kepercayaan Diri Bagi banyak peserta, teknologi seringkali terasa mengintimidasi. Istilah seperti "algoritma," "SEO," atau *"engagement rate"* terdengar asing dan rumit. Program PADUS, dengan pendekatan pendampingan yang suportif dan lingkungan belajar berbasis komunitas, berhasil mengatasi hambatan psikologis ini. Para peserta merasa aman untuk bertanya, mencoba, dan bahkan gagal tanpa dihakimi. Seorang peserta mengungkapkan, *"Awalnya takut salah pencet, takut akunnya kena hack. Tapi karena belajarnya bareng-bareng, saling bantu, jadi lebih berani. Ternyata tidak sesulit yang dibayangkan."* Peningkatan kepercayaan diri ini adalah fondasi yang paling penting. Tanpanya, pengetahuan teknis yang diajarkan tidak akan pernah dipraktikkan secara mandiri dan berkelanjutan. Program ini berhasil menciptakan "jaring pengaman psikologis" melalui modal sosial, di mana proses belajar bersama menormalkan kegagalan dan mendorong eksperimen, sebuah elemen krusial yang sering terlewatkan dalam program pelatihan teknis konvensional.

3. Pembahasan (Diskusi Kritis)

Meskipun hasil program PADUS menunjukkan dampak positif yang signifikan, sebuah analisis kritis diperlukan untuk menempatkan temuan ini dalam perspektif yang lebih luas. Peningkatan adopsi teknologi dan transformasi perilaku awal adalah sebuah kesuksesan penting, namun ini belum tentu menjadi jaminan keberlanjutan kinerja usaha dalam jangka panjang.



Diskusi ini berpusat pada sebuah dilema fundamental: perbedaan antara adopsi teknologi dan integrasi strategis. Program PADUS terbukti sukses dalam mendorong adopsi; peserta kini memiliki alat dan keterampilan dasar untuk "go digital". Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM jika tidak diintegrasikan secara strategis. Beberapa studi menemukan bahwa literasi digital memang berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, namun dampaknya seringkali dimediasi oleh faktor lain seperti kapabilitas manajerial dan literasi keuangan. Dengan kata lain, memiliki toko yang menarik di Shopee tidak akan banyak membantu jika UMKM tersebut masih menghadapi masalah fundamental dalam manajemen stok atau kesulitan mendapatkan bahan baku. Mampu membuat konten Instagram yang viral tidak akan menjamin profitabilitas jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan untuk menghitung harga pokok produksi dan margin keuntungan secara benar.

Keberhasilan program PADUS dapat dianalisis melalui beberapa kerangka teori. Proses adopsi teknologi yang cepat di kalangan peserta dapat dijelaskan oleh teori Difusi Inovasi (DOI), di mana program ini bertindak sebagai agen perubahan (*change agent*) yang efektif dalam mempercepat penyebaran praktik-praktik baru melalui komunikasi intensif dan pembuktian manfaat langsung. Sementara itu, keberhasilan dalam mengatasi hambatan psikologis (Tema 3) sangat relevan dengan

Technology Acceptance Model (TAM). Pendekatan pendampingan *hands-on* dan lingkungan belajar yang suportif secara langsung meningkatkan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), dua prediktor utama niat untuk menggunakan teknologi.

Oleh karena itu, keberhasilan program PADUS harus dilihat sebagai sebuah katalisator, bukan sebagai solusi akhir. Program ini telah berhasil membuka pintu dan memberikan dorongan awal yang krusial. Namun, untuk mengubah dorongan ini menjadi momentum pertumbuhan yang berkelanjutan, diperlukan dukungan yang melampaui sekadar pelatihan digital. Peserta memerlukan akses ke pendanaan, bimbingan manajemen bisnis yang lebih mendalam, dan integrasi ke dalam ekosistem yang lebih luas yang dibangun oleh pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya. Tanpa dukungan lanjutan ini, ada risiko bahwa semangat dan keterampilan baru yang diperoleh akan memudar seiring waktu ketika mereka dihadapkan pada tantangan bisnis struktural yang lebih besar. Diskusi ini menggarisbawahi bahwa pemberdayaan UMKM harus menjadi sebuah proses yang berkelanjutan dan holistik, bukan sekadar serangkaian proyek atau pelatihan yang terisolasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat yang dirancang secara terstruktur, kolaboratif, dan intensif merupakan mekanisme yang sangat efektif untuk memulai proses transformasi digital di kalangan UMKM. Intervensi yang dilakukan melalui program PADUS terbukti berhasil meningkatkan kapasitas teknis, mendorong adopsi alat-alat digital secara signifikan, dan memicu



perubahan perilaku positif dari pemasaran pasif menjadi kreasi konten yang aktif. Lebih dari itu, program ini berhasil mengatasi hambatan psikologis, membangun kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi, dan secara nyata membuka akses ke kanal-kanal pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau.

Namun, penelitian ini juga menegaskan bahwa adopsi teknologi hanyalah langkah awal. Keberhasilan dalam menggunakan alat digital tidak secara otomatis berbanding lurus dengan peningkatan kinerja usaha yang berkelanjutan. Keberlanjutan tersebut sangat bergantung pada kemampuan UMKM untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis yang lebih luas, serta adanya dukungan ekosistem yang mengatasi tantangan struktural seperti permodalan dan manajemen operasional. Fragmentasi upaya pemberdayaan yang ada saat ini, di mana program pemerintah dan inisiatif perguruan tinggi seringkali berjalan sendiri-sendiri, menjadi penghalang utama untuk menciptakan dampak yang sistemik dan jangka panjang.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan sebuah pergeseran paradigma dari model pemberdayaan yang bersifat parsial dan insidental menuju Model Kolaborasi Tripartit yang sinergis dan berkelanjutan. Model ini menempatkan tiga aktor utama—Perguruan Tinggi, Pemerintah, dan Komunitas UMKM—dalam sebuah kerangka kerja yang saling memperkuat:

1. Peran Perguruan Tinggi: Sebagai Pusat Pengetahuan dan Mentor Berkelanjutan. Perguruan tinggi harus berevolusi dari sekadar penyelenggara pelatihan satu kali menjadi fasilitator pengetahuan jangka panjang, misalnya melalui "Klinik UMKM Digital" yang memberikan konsultasi rutin dan pendampingan lanjutan bagi "alumni" program.
2. Peran Pemerintah (Dinas Terkait): Sebagai Fasilitator Kebijakan dan Akselerator Ekosistem. Pemerintah berperan menciptakan lingkungan kondusif dengan menyelaraskan platform digital pemerintah (seperti GULOASEM) dengan kurikulum pelatihan, menciptakan kebijakan afirmatif (akses permodalan, prioritas pengadaan), dan mengintegrasikan data UMKM binaan untuk intervensi yang lebih tepat sasaran.
3. Peran Komunitas UMKM: Sebagai Jaringan Dukungan Kolektif dan Wadah Inovasi. Program intervensi harus secara aktif mendorong terbentuknya komunitas UMKM yang solid untuk berbagi pengalaman (*peer support*), transfer pengetahuan praktis, dan kolaborasi pemasaran, dengan kepemilikan dan keberlanjutan berada di tangan para pelaku UMKM itu sendiri.

Dengan mengintegrasikan ketiga peran ini, sebuah ekosistem pemberdayaan yang holistik dapat terwujud, di mana UMKM tidak hanya dibekali keterampilan, tetapi juga didukung oleh kebijakan, akses pasar, permodalan, dan jaringan sosial yang kuat untuk mencapai daya saing yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

REFERENSI

Bidasari, Goso, Sahrir, & Hamid, R. S. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 2548–7507.



- Chandra, N., Halwi, M. D., Masdar, R., Tampang, Din, M., Mapparessa, N., & Meldawati, L. (2021). The Effect of Tax Payer Awareness, Taxation Knowledge and the Implementation of Modern Tax Administration System on Taxpayer Compliance. *Proceedings of the International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)*, 163 (ICoSIEBE 2020), 159–162.
- Darmayasa, I. N., & Hardika, N. S. (2024). Core tax administration system: the power and trust dimensions of slippery slope framework tax compliance model. *Cogent Business and Management*, 11(1).
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm. ... : *Akuntansi, Bisnis Dan ...*, 2(6), 35–48.
- Fajriyah, N. N. (2025). The Influence Of Core Tax Administrations System (CTAS) On Tax System. 3(1), 136–150.
- Indryani, A. P., & Setyawan, N. D. (2025). ANALYSIS OF UNESA STUDENTS' PERCEPTIONS OF THE IMPLEMENTATION OF THE CORE TAX ADMINISTRATION SYSTEM (CTAS) IN INDONESIA IN 2025. *COUNT: Journal of Accounting, Business and Management*, 2(2), 144–156.
- Jayawardane, T. G. D. S., & Low, K. (2017). Exploring Key Determinants of Tax Compliance Decision Among Individual Taxpayers in Sri Lanka. *European Journal of Business and Management*, 9(3), 125–135.
- Joselin, V. A., Setiawan, T., & Riswandari, E. (2024). Indonesia Core Tax System: Road Map to Implementation 2024. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 08(06), 46–56.
- Korat, C., & Munandar, A. (2025). Penerapan Core Tax Administration System (CTAS) Langkah Meningkatkan Kepatuhan Perpajakan Di Indonesia. 8(1), 17–30.
- Nurafiza, B., Kisnawati, B., & Rusdi, R. (2024). Analisis Pengaruh Digital Teknologi, Pengetahuan Pajak, Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Akuntabel: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 49–61.
- Purnomo, T., Sadiqin, A., & Arvita, R. (2025). Analisis Implementasi Aplikasi Pajak CoreTax dalam Meningkatkan Kepatuhan dan Efisiensi Pelaporan Pajak di Indonesia. 3(2), 114–118.
- Rofaida, R., Suryana, A., & Wibowo, L. A. (2020). UPGRADING KINERJA BISNIS MELALUI DIGITAL LITERACY : UPAYA UNTUK MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 211–225.



- Rosa, Y. Del, Idwar, I., & Abdilla, M. (2022). Literasi Keuangan dan Literasi Digital UMKM Kuliner Kota Padang Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi Masa Pandemi Global Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 242–258.
- Sahri, A. S. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16(2), 244–248.
- Suganda, D., & Fakhroni, Z. (2025). Open Access Core Tax Implementation : Ethical Considerations for MSME Tax Strategies. *02*, 137–142.
- Tambun, S., Sitorus, R. R., & Pramudya, T. A. (2019). Pengaruh Technology Acceptance Model Dan Digital taxation Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dengan Pemahaman Internet Sebagai Variabel. 1–12.
- Yosefin, Y., & Anjelika, M. (2022). Pengaruh Digitalisasi Pajak (Electronic System) Terhadap Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(2), 747–764.
- Zulfa, M., & Zulfikar, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Kemampuan Manajerial: Studi Kasus Kabupaten Mamuju Sulawesi Barat. *Al-Buhuts*, 20(1), 62–102.