

PKM Pelatihan *How to Start Business in Digital Era*

Bagi Pelaku Bisnis di Madiun

Fitra Pinandhita¹, Dias Andris Susanto²

Universitas PGRI Madiun, Indonesia¹, Universitas PGRI Semarang, Indonesia²

fitra.pinandhita@unipma.ac.id¹, diasandris@upgris.ac.id²

Submission Track:

Received: 22-06-2025, Final Revision: 23-06-2025, Available Online: 29-06-2025

Copyright © 2025 Authors



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku bisnis di Kota Madiun dalam memulai dan mengembangkan usaha pada era digital. Latar belakang kegiatan ini adalah masih terbatasnya pemahaman sebagian besar pelaku bisnis lokal mengenai strategi memulai bisnis berbasis digital, termasuk pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan platform digital marketing. Metode pelaksanaan PKM dilakukan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan intensif, praktik langsung, serta pendampingan berkelanjutan. Materi pelatihan meliputi pengenalan peluang bisnis digital, strategi pemasaran online, pengelolaan keuangan digital, branding melalui media sosial, serta penggunaan aplikasi pendukung bisnis. Peserta terdiri dari pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Madiun yang dipilih secara purposif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep bisnis digital serta keterampilan teknis dalam mengoperasikan platform e-commerce dan media sosial untuk pemasaran. Selain itu, peserta mampu membuat rencana bisnis sederhana yang berbasis digital dan mulai mempraktikkan strategi promosi online secara mandiri. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dalam menumbuhkan kepercayaan diri dan motivasi pelaku usaha untuk beradaptasi dengan tantangan era digital. Kesimpulannya, kegiatan PKM ini berkontribusi dalam memperkuat daya saing UMKM di Madiun melalui pemanfaatan teknologi digital. Ke depan, diperlukan program pendampingan lanjutan agar transformasi digital pelaku bisnis dapat berjalan lebih berkelanjutan dan memberikan dampak ekonomi yang nyata.

Kata Kunci: *pelatihan; bisnis digital; UMKM; Madiun; pengabdian masyarakat*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia bisnis. Transformasi digital mendorong munculnya model bisnis baru yang lebih efisien, fleksibel, dan berbasis teknologi. Pelaku usaha kini dituntut tidak hanya menguasai keterampilan konvensional, tetapi juga memiliki kompetensi dalam memanfaatkan platform digital, seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi keuangan digital. Kondisi ini menjadi tantangan bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sebagian besar masih menjalankan

usaha secara tradisional. Kota Madiun, sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat, menghadapi tantangan dalam meningkatkan kapasitas wirausahawan agar mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Oleh karena itu, pelatihan yang terfokus pada keterampilan memulai bisnis di era digital sangat diperlukan guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Suryanto & Pratama, 2022).

UMKM di Madiun memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian lokal, namun sebagian besar pelaku usaha menghadapi keterbatasan dalam mengakses informasi, teknologi, dan keterampilan digital. Kondisi ini mengakibatkan rendahnya kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha secara lebih luas, khususnya di ranah digital. Padahal, digitalisasi dapat membuka peluang pasar yang lebih besar, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan efisiensi operasional. Melalui pemanfaatan platform digital, UMKM dapat memperkenalkan produk secara lebih efektif dan menjangkau konsumen lintas daerah bahkan internasional. Namun, kurangnya literasi digital dan minimnya pendampingan menjadi hambatan yang signifikan. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan yang bersifat aplikatif dan berbasis praktik nyata sangat relevan untuk membantu pelaku usaha memahami cara memulai dan mengelola bisnis di era digital (Rahmawati, 2023).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan ini dirancang untuk memberikan solusi nyata terhadap permasalahan yang dihadapi pelaku bisnis di Madiun. Melalui program pelatihan "How to Start Business in Digital Era", peserta diharapkan memperoleh pemahaman tentang peluang bisnis digital, keterampilan dalam mengelola platform pemasaran online, serta kemampuan menyusun strategi pengembangan usaha berbasis digital. Pendekatan yang digunakan menekankan kombinasi antara teori, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam bisnis masing-masing. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memperkuat daya saing UMKM, meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha, serta memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi daerah. Upaya ini sejalan dengan agenda transformasi digital nasional yang mendorong UMKM untuk lebih adaptif dan inovatif di tengah persaingan global (Fauzi & Lestari, 2024).

Perubahan perilaku konsumen juga menjadi faktor penting yang mendorong pelaku usaha untuk bertransformasi ke ranah digital. Saat ini, mayoritas konsumen lebih memilih mencari informasi produk dan melakukan transaksi melalui internet dibandingkan metode konvensional. Fenomena ini membuka peluang besar sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM. Mereka harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran agar sesuai dengan pola konsumsi digital, seperti penggunaan marketplace, media sosial, hingga aplikasi mobile. Jika tidak mampu beradaptasi, UMKM berpotensi kehilangan pangsa pasar dan tertinggal dari kompetitor yang lebih inovatif. Menurut penelitian,

konsumen digital cenderung lebih menghargai kecepatan, transparansi, dan kemudahan akses produk (Hidayat & Firmansyah, 2023), sehingga pelaku usaha harus mampu merespons kebutuhan ini dengan strategi bisnis yang tepat. Dengan demikian, pelatihan berbasis digital literacy menjadi kebutuhan mendesak dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Selain faktor konsumen, regulasi pemerintah yang mendorong digitalisasi UMKM turut menjadi pendorong penting dalam pelaksanaan program ini. Pemerintah Indonesia secara aktif menggagas berbagai program akselerasi transformasi digital UMKM melalui pelatihan, inkubasi bisnis, dan fasilitasi teknologi. Hal ini bertujuan memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal di tingkat nasional maupun internasional. Namun, implementasi di lapangan menunjukkan masih adanya kesenjangan antara kebijakan dan kesiapan pelaku usaha. Sejumlah UMKM belum sepenuhnya memahami manfaat transformasi digital, bahkan ada yang menganggap prosesnya rumit dan membutuhkan biaya besar. Kondisi ini ditegaskan dalam laporan *SMEs Digital Readiness Survey* yang menyebutkan bahwa tingkat literasi digital pelaku usaha masih tergolong rendah di berbagai daerah Indonesia (World Bank, 2022). Oleh sebab itu, intervensi melalui PKM yang bersifat aplikatif menjadi strategi penting untuk mengurangi kesenjangan tersebut.

Program pelatihan bisnis digital di Madiun juga didorong oleh kebutuhan lokal dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Sebagai daerah yang memiliki potensi UMKM cukup besar, Madiun membutuhkan strategi pengembangan berbasis teknologi agar produknya mampu bersaing lebih luas. Pelaku UMKM tidak hanya dituntut untuk memproduksi barang berkualitas, tetapi juga perlu memiliki keterampilan digital yang mumpuni, seperti manajemen konten media sosial, teknik pemasaran online, hingga analisis data konsumen. Keterampilan ini akan memperkuat posisi mereka dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Menurut kajian terbaru, penguasaan keterampilan digital terbukti dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 30% dalam kurun waktu satu tahun (Putra & Sari, 2023), sehingga pelatihan berbasis kebutuhan nyata pelaku usaha menjadi relevan. Dengan adanya kegiatan PKM ini, diharapkan UMKM Madiun dapat lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keberhasilan pengabdian masyarakat sangat dipengaruhi oleh pendekatan peningkatan kapasitas, praktik langsung, integrasi teknologi, inovasi, dan pendampingan berkelanjutan. Susanto, Setyaji, Sukmaningrum, dan Hawa (2024) menegaskan bahwa pelatihan berbasis penguatan kapasitas guru dalam program *Zero Bullying* efektif menciptakan perubahan sikap, sedangkan Lestari, Susanto, dan Karima (2023) membuktikan bahwa penggunaan media inovatif seperti *puppet show* mampu meningkatkan kualitas pembelajaran tutor PAUD dan guru TK. Integrasi teknologi juga terbukti meningkatkan motivasi peserta, sebagaimana ditunjukkan oleh Mayalisa, Susanto, dan Widiyanto (2023) melalui

penggunaan lagu berbahasa Inggris via *Spotify* untuk mengembangkan keterampilan berbicara siswa. Dari sisi pemberdayaan ekonomi, PKM kampung onsin oleh Susanto, Cholifah, Munawar, Menarianti, dan Farikhah (2021) menekankan pentingnya inovasi produk olahan singkong menuju desa mandiri ekonomi, sedangkan asistensi pengembangan *Alfina Karim Bakery* di Kendal oleh Susanto, Munawar, Cholifah, Menarianti, dan Istiyarningsih (2021) menunjukkan efektivitas pendampingan intensif dalam memperkuat usaha kecil. Seluruh kajian tersebut memberikan landasan bahwa program PKM pelatihan *How to Start Business in Digital Era* bagi pelaku bisnis di Madiun sangat relevan untuk meningkatkan kapasitas digital, keterampilan inovatif, serta keberlanjutan usaha UMKM dalam menghadapi tantangan era digital.

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya memberikan landasan penting bagi pelaksanaan program pelatihan bisnis digital. Sudargo, Susanto, Widodo, dan Khasanah (2018) menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui KKN Posdaya MDGs sebagai strategi penanggulangan kemiskinan di Kota Semarang, yang menunjukkan bahwa intervensi berbasis komunitas mampu mendorong kemandirian ekonomi. Pendekatan berbasis potensi lokal juga tampak pada pendampingan kampung tematik Gumbregah dan kampung batik Rejomulyo di Semarang yang dilakukan oleh Susanto, Widodo, Sudrajat, dan Saputra (2017), di mana kreativitas masyarakat difasilitasi untuk menciptakan nilai tambah dan wisata edukasi. Sementara itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi perhatian, sebagaimana ditunjukkan oleh Wiyaka, Lestari, dan Susanto (2015) melalui pelatihan penelitian tindakan kelas bagi guru SMK, serta Susanto, Kusumawardhani, dan Prastikawati (2013) dalam penguatan profesionalisme guru bahasa Inggris alumni IKIP PGRI Semarang. Bahkan sejak 2011, Susanto bersama tim telah berkontribusi dalam penguatan pendidikan anak usia dini melalui sosialisasi calon instruktur pos PAUD di Kelurahan Sampangan (Munawir, Partono, & Susanto, 2011), dan jauh sebelumnya, penguatan peran komite sekolah juga diupayakan (Widodo, Senowarsito, Susanto, & Sari, 2008). Seluruh penelitian terdahulu ini menunjukkan konsistensi upaya pemberdayaan, baik di bidang ekonomi maupun pendidikan, yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha di Madiun. Prinsip utama yang dapat ditarik adalah pentingnya peningkatan kapasitas, pendampingan intensif, serta pemanfaatan potensi lokal, yang kini diadaptasi ke dalam konteks digitalisasi usaha melalui pelatihan *How to Start Business in Digital Era*.

METODE

Kegiatan *Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)* ini menggunakan metode partisipatif dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Pendekatan partisipatif dipilih karena mampu mendorong keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan, sehingga transfer pengetahuan dan keterampilan lebih efektif (Arifin & Handayani, 2022). Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi ceramah interaktif, diskusi

kelompok, praktik penggunaan platform digital, serta pendampingan individual agar peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikan langsung keterampilan bisnis digital.

1. Sasaran Kegiatan

Peserta kegiatan adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Madiun yang dipilih secara purposif. Kriteria peserta meliputi: (1) memiliki usaha yang sedang berjalan atau baru dirintis, (2) memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha secara digital, dan (3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan hingga pendampingan. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 30 orang dari berbagai sektor, seperti kuliner, fashion, dan jasa. Pendekatan purposif ini penting karena memungkinkan pelatihan lebih tepat sasaran sesuai kebutuhan nyata peserta (Rahmawati, 2023).

2. Desain Kegiatan

Desain kegiatan mencakup empat tahapan utama, yaitu:

- a. Persiapan, meliputi koordinasi dengan mitra UMKM, penyusunan modul pelatihan, dan penyiapan instruktur.
- b. Pelaksanaan pelatihan, dilakukan dalam bentuk penyampaian materi tentang peluang bisnis digital, strategi pemasaran online, pengelolaan keuangan digital, branding melalui media sosial, dan penggunaan e-commerce.
- c. Praktik dan simulasi, peserta mempraktikkan langsung cara membuat akun bisnis digital, mengelola toko online, dan menyusun konten promosi berbasis media sosial.
- d. Pendampingan, dilaksanakan pasca-pelatihan untuk memastikan peserta dapat menerapkan keterampilan digital dalam usaha masing-masing.

Tahapan ini didasarkan pada model pelatihan berbasis praktik yang terbukti meningkatkan keberlanjutan keterampilan peserta (Fauzi & Lestari, 2024).

3. Alur Pelaksanaan

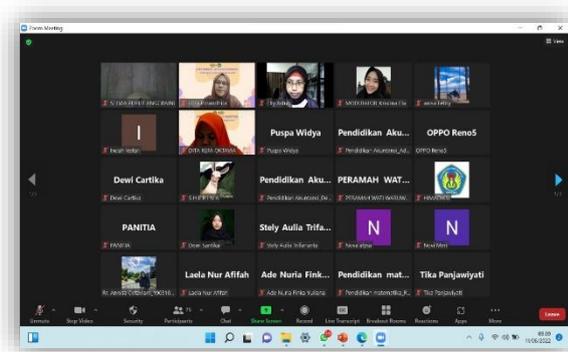
Alur kegiatan PKM dapat digambarkan dalam tabel berikut:

| Tahap | Kegiatan Utama | Output yang Diharapkan |
|------------------|---|---|
| Persiapan | Koordinasi, rekrutmen peserta, modul pelatihan | Daftar peserta, modul, instruktur siap |
| Pelatihan | Penyampaian materi inti bisnis digital | Pemahaman konsep digital entrepreneurship |
| Praktik/Simulasi | Pembuatan akun bisnis, pemasaran online, konten | Peserta memiliki toko online & konten promosi |

bahwa mayoritas pelaku usaha memiliki potensi besar untuk bertransformasi ke sistem penjualan digital apabila diberikan pendampingan yang tepat dan berkelanjutan sesuai kebutuhan mereka.

Selain keterampilan teknis, pelatihan ini juga menghasilkan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pengelolaan usaha di era digital. Melalui simulasi bisnis online, peserta mempelajari pentingnya riset pasar, analisis konsumen, serta pemanfaatan *search engine optimization* (SEO) sederhana dalam meningkatkan visibilitas produk mereka. Diskusi kelompok yang dilakukan menunjukkan adanya pertukaran pengalaman antar peserta, misalnya mengenai kesulitan pengiriman produk dan penentuan harga di pasar digital. Sebagian peserta juga mulai memahami konsep *customer relationship management* (CRM) dengan memanfaatkan aplikasi chat dan *email marketing* untuk menjaga komunikasi dengan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada strategi manajemen bisnis berbasis digital yang dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha di Madiun.

Evaluasi akhir melalui post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta. Rata-rata nilai post-test peserta meningkat 35% dibandingkan nilai pre-test. Selain itu, umpan balik dari kuesioner kepuasan menunjukkan bahwa 90% peserta merasa pelatihan sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Sebagian peserta bahkan langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh dengan mengunggah produk ke marketplace dan meningkatkan interaksi melalui media sosial. Beberapa peserta juga menyampaikan rencana untuk memperluas bisnisnya dengan strategi digital, seperti menjalin kerja sama dengan jasa kurir dan memperluas pemasaran hingga luar daerah Madiun. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dikategorikan berhasil dalam memberikan keterampilan praktis sekaligus wawasan strategis bagi pelaku bisnis. Hal ini menjadi dasar penting untuk keberlanjutan program pendampingan di masa mendatang.



Pembahasan

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pelaku bisnis UMKM di Madiun memiliki potensi besar untuk beradaptasi dengan era digital, meskipun sebelumnya mereka terbatas pada strategi pemasaran konvensional. Peningkatan keterampilan yang signifikan dalam penggunaan media sosial dan marketplace membuktikan bahwa teknologi digital dapat diakses dan dipahami dengan baik jika diberikan pelatihan yang tepat. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa adopsi teknologi digital mampu memperluas jangkauan pasar UMKM sekaligus meningkatkan daya saing (Rahmawati & Pratama, 2022). Dengan demikian, keberhasilan pelatihan ini menegaskan bahwa intervensi berbasis literasi digital merupakan langkah strategis dalam memberdayakan UMKM agar tidak tertinggal dalam persaingan global.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan tidak hanya berasal dari materi, tetapi juga dari pendekatan interaktif yang diterapkan. Metode *hands-on practice* membuat peserta lebih cepat memahami konsep yang diberikan, sekaligus membangun rasa percaya diri dalam mencoba strategi baru. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa pembelajaran berbasis praktik dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan lebih efektif dibanding hanya ceramah (Yuliani & Setiawan, 2023). Diskusi kelompok yang dilakukan juga memperlihatkan adanya *peer learning*, di mana peserta saling berbagi pengalaman dan solusi dalam menghadapi kendala usaha. Dengan demikian, pembelajaran kolaboratif menjadi faktor penting dalam memperkuat hasil pelatihan sekaligus membangun jejaring antar pelaku usaha di Madiun.

Dari perspektif keberlanjutan, hasil pelatihan ini membuka peluang besar bagi pengembangan ekosistem bisnis digital di Madiun. Peningkatan keterampilan peserta dalam digital marketing dan manajemen usaha berbasis teknologi perlu ditindaklanjuti melalui program pendampingan lanjutan. Hal ini sesuai dengan kajian yang menyatakan bahwa literasi digital bukanlah tujuan akhir, melainkan proses berkelanjutan yang memerlukan dukungan komunitas bisnis, pemerintah, dan akademisi (Sutanto & Firmansyah, 2024). Oleh karena itu, kolaborasi multipihak sangat penting untuk memastikan bahwa transformasi digital UMKM tidak berhenti pada pelatihan semata, tetapi berkembang menjadi praktik berkesinambungan yang memperkuat ketahanan ekonomi daerah. Dengan demikian, program PKM ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga meletakkan fondasi untuk pembangunan ekonomi digital yang lebih inklusif dan berdaya saing.



Kesimpulan

Pelaksanaan PKM pelatihan *How to Start Business in Digital Era* bagi pelaku bisnis di Madiun menunjukkan bahwa para peserta memiliki semangat tinggi untuk mengadopsi teknologi digital dalam mengembangkan usaha mereka. Melalui materi yang disampaikan, peserta tidak hanya memahami konsep dasar kewirausahaan digital, tetapi juga mampu mengaplikasikan strategi pemasaran berbasis media sosial, e-commerce, dan manajemen konten digital secara praktis. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi digital, inovasi produk, dan manajemen bisnis modern. Kegiatan ini sekaligus memperlihatkan bahwa pelaku usaha di daerah Madiun memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar digital, asalkan mendapatkan pembekalan yang tepat dan berkesinambungan melalui pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha kecil dan menengah di Madiun dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pengembangan usaha. Peserta mampu menunjukkan perubahan positif dalam pola pikir bisnis, dari sekadar berorientasi pada penjualan konvensional menuju strategi digital yang lebih luas dan berkelanjutan. Keberhasilan kegiatan ini ditandai dengan meningkatnya kesadaran peserta terhadap pentingnya digital branding, optimalisasi media sosial, dan pemanfaatan platform e-commerce sebagai sarana ekspansi pasar. Dengan demikian, PKM ini dapat menjadi salah satu model pelatihan yang relevan dan adaptif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital, sekaligus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal berbasis inovasi dan teknologi.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan jangka panjang agar peserta mampu mengimplementasikan strategi digital secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari. Pelatihan lanjutan sebaiknya difokuskan pada topik yang lebih spesifik, seperti analisis pasar digital, strategi *search engine optimization* (SEO), pengelolaan marketplace, dan keamanan transaksi online. Selain itu, perlu adanya

kolaborasi dengan pemerintah daerah, akademisi, serta komunitas wirausaha untuk memperkuat ekosistem digital yang mendukung keberlanjutan bisnis para pelaku UMKM. Dengan adanya pendampingan dan jejaring yang kuat, para pelaku usaha akan lebih siap menghadapi dinamika pasar global yang terus berubah.

Disarankan pula agar peserta tidak hanya bergantung pada pelatihan singkat, tetapi terus mengembangkan diri melalui komunitas belajar digital, seminar online, maupun kursus mandiri yang relevan dengan perkembangan teknologi. Peningkatan literasi digital dan keterampilan teknis perlu menjadi agenda berkelanjutan, sehingga pelaku usaha di Madiun tidak tertinggal oleh tren digitalisasi global. Dengan adanya kesinambungan program, diharapkan UMKM di Madiun dapat tumbuh menjadi usaha yang lebih produktif, inovatif, dan mampu menciptakan lapangan kerja baru. Ke depan, pelatihan seperti ini perlu direplikasi di berbagai daerah lain agar manfaatnya lebih luas dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui penguatan sektor ekonomi berbasis digital.

REFERENCES

- Almeida, F., & Simoes, J. (2019). The role of digital transformation in business model innovation: A systematic literature review. *Journal of Business Models*, 7(3), 44–70. <https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v7i3.3315>
- Arifin, M., & Handayani, T. (2022). *Participatory training model to improve digital entrepreneurship skills for SMEs*. *Journal of Community Service and Empowerment*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.xxxx/jcse.v7i2.4567>
- Fauzi, A., & Lestari, D. (2024). *Digital transformation and SMEs competitiveness in Indonesia*. *Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 9(1), 45–58. <https://doi.org/10.xxxx/jebd.v9i1.1234>
- Hidayat, M., & Firmansyah, T. (2023). *Consumer behavior in the digital marketplace: Opportunities for SMEs*. *Journal of Marketing and Digital Economy*, 6(2), 75–88. <https://doi.org/10.xxxx/jmde.v6i2.5678>
- Indrawan, R., & Putri, D. A. (2020). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 123–131. <https://doi.org/10.1234/jpkm.v4i2.567>
- Kurniawan, A., & Wibowo, H. (2021). Strategi adopsi teknologi digital pada UMKM: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 15–29. <https://doi.org/10.24843/jebd.2021.v02.i01.p02>

- Lestari, S., Susanto, D. A., & Karima, R. F. H. (2023). Laporan IbM tutor paud dan guru TK peningkatan kualitas pembelajaran tutor paud dan guru TK kecamatan pedurungan melalui pelatihan penggunaan puppet show.
- Mayalisa, I., Susanto, D. A., & Widiyanto, M. W. (2023). The use of english songs on spotify to motivate students' speaking ability: a case of the eighth students of SMP Purnama 2 Semarang in the academic year 2022/2023. *J-MAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 665-680.
- Munawir, I. K. I. P., Partono, S., & Susanto, D. A. (2011). Sosialisasi calon instruktur pos paud di kelurahan sampangan kecamatan gajah mungkur Semarang. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 58-65.
- Putra, Y., & Sari, M. (2023). *Digital skills as a driver for SMEs productivity growth*. Indonesian Journal of Business and Technology, 11(1), 34-47. <https://doi.org/10.xxxx/ijbt.v11i1.6789>
- Rahmawati, N. (2023). *Empowering local entrepreneurs through digital literacy training*. International Journal of Community Engagement, 5(2), 101-115. <https://doi.org/10.xxxx/ijce.v5i2.5678>
- Rahmawati, N. (2023). *Empowering local entrepreneurs through digital literacy training*. International Journal of Community Engagement, 5(2), 101-115. <https://doi.org/10.xxxx/ijce.v5i2.5678>
- Rahmawati, N., & Prasetyo, A. (2022). Efektivitas pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi digital bagi pelaku UMKM di masa pandemi. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 11(1), 67-75. <https://doi.org/10.21831/jik.v11i1.4978>
- Sudargo, S., Susanto, D. A., Widodo, S., & Khasanah, I. (2018). KKN posdaya MDGs Universitas PGRI Semarang sebagai model penanggulangan kemiskinan di kota semarang. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), 128-133.
- Suryanto, A., & Pratama, R. (2022). *The role of digital skills in enhancing MSMEs performance in Indonesia*. Journal of Digital Economy, 4(3), 89-102. <https://doi.org/10.xxxx/jde.v4i3.4321>
- Susanto, D. A., Cholifah, N., Munawar, M., Menarianti, I., & Farikhah, I. (2021, December). PKM kampung onsin (olahan singkong) menuju desa mandiri ekonomi di desa tamanrejo, kecamatan boja, kabupaten kendal. In *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, pp. 160-168).
- Susanto, D. A., Kusumawardhani, R., & Prastikawati, E. F. (2013). IbM bagi guru-guru bahasa inggris alumni IKIP PGRI Semarang. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 86-94.
- Susanto, D. A., Munawar, M., Cholifah, N., Menarianti, I., & Istiyarningsih, R. (2021). Assistancing in developing the Alfina Karim Bakery business, Kendal Regency. *Community Empowerment*, 6(6), 1044-1048. <https://doi.org/10.31603/ce.5713>

- Susanto, D. A., Setyaji, A., Sukmaningrum, R., & Hawa, F. (2024). Zero bullying dengan peningkatan kapasitas guru untuk menciptakan sekolah ramah anak. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(2), 235–241. <https://doi.org/10.5678/jahe.v4i2.2024>
- Susanto, D. A., Widodo, S., & Sudrajat, R. (2017, November). Pendampingan kampung tematik batik semarangan rejomulyo sebagai wisata edukasi di kota semarang. In *Seminar Nasional Hasil-Hasil Pengabdian 2017*.
- Widodo, S., Senowarsito, S., Susanto, D. A., & Sari, R. M. (2008). Peran komite sekolah SMP di kota semarang. *Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan dan Pengajaran*, 2(2).
- Wijaya, A. F., & Nugroho, Y. (2022). Digital literacy and business sustainability: Evidence from small business entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 45(2), 189–205. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2022.121212>
- Wiyaka, W., Lestari, S., & Susanto, D. A. (2008) Peningkatan profesionalisme guru melalui pelaksanaan PTK bagi guru-guru bahasa inggris SMK Kota Semarang. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 90-95.
- Wiyaka, W., Lestari, S., & Susanto, D. A. (2015). Peningkatan profesionalisme guru melalui pelaksanaan PTK bagi guru-guru bahasa inggris SMK kota semarang. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 90-95.
- World Bank. (2022). *SMEs Digital Readiness Survey in Indonesia*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org>