

Go Digital UMKM Perempuan: Penguatan Literasi Digital di Kabupaten Pesawaran

Yuniar Aviati Syarief¹, Sumaryo Gitosaputro¹, Muhammad Ibnu²,
Tyas Sekartiara Syafani^{1*}, Rara³, Aniza Putri³, Fadhilah Febyanti³

¹Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

²Program Studi Magister Ilmu Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat, Pascasarjana Multidisiplin, Universitas Lampung

³Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung
Email*: tyas.sekartiara@fp.unila.ac.id

Received	Accepted	Publish
10-March-2026	13-March-2026	15-March-2026

Abstrak– UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran memainkan peran strategis dalam perekonomian lokal, namun masih terus menghadapi tantangan signifikan seperti rendahnya literasi digital, pencatatan keuangan yang lemah, dan dinamika kelompok yang belum berkembang. Siger Jejama adalah salah satu komunitas pemasaran para pelaku UMKM Perempuan di Kabupaten Pesawaran yang masih menghadapi kendala tersebut. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kapasitas literasi digital para wirausaha perempuan. Hal ini akan dicapai melalui pelatihan dalam pemasaran digital, pencatatan keuangan digital, dan penguatan kolaborasi kelompok menggunakan pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA). Implementasi metode terdiri dari lima tahap: persiapan, pelatihan, pembimbingan, pemantauan, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup berbagai topik, termasuk penggunaan media sosial untuk tujuan promosi, pembuatan konten digital, pengelolaan *platform e-commerce*, dan penerapan pencatatan keuangan melalui penggunaan aplikasi yang disederhanakan. Proses evaluasi melibatkan *pretest* dan *posttest* pada fokus materi utama, yaitu pemasaran digital dan pembukuan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta sebesar 63,94%, dengan tingkat partisipasi aktif mencapai 83,33%. Diskusi interaktif mengungkap kebutuhan nyata para pelaku UMKM, seperti strategi konten, pengelolaan toko *online*, dan pencatatan keuangan yang akuntabel. Hasil kegiatan menyoroti pentingnya ekosistem digital yang inklusif, kolaboratif, dan berkelanjutan dalam mendorong kemandirian ekonomi perempuan. Kegiatan ini menjadi landasan proses transformasi digital UMKM perempuan, mendorong adaptabilitas, produktivitas, dan daya saing yang lebih besar dalam operasional bisnis.

Kata Kunci: dinamika kelompok, literasi digital, pemasaran digital, pemberdayaan ekonomi, UMKM, wirausaha perempuan

Abstract– *Women-owned Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pesawaran Regency play a strategic role in the local economy. However, they continue to face significant challenges, including limited digital literacy, inadequate financial record-keeping practices, and underdeveloped group dynamics. Siger Jejama, a marketing community for women MSME actors in Pesawaran Regency, is among the groups that still encounter these constraints. This program aims to enhance the knowledge and digital literacy capacity of women entrepreneurs. The program is implemented through training in digital marketing, digital financial record-keeping, and the strengthening of group collaboration using a Participatory Learning and Action (PLA) approach. The implementation method comprises five stages: preparation, training, mentoring, monitoring, and evaluation. The training materials encompass various topics, including the use of social media for promotional purposes, digital content creation, e-commerce platform management, and the application of financial record-keeping through simplified digital applications. The evaluation process involves pre-tests and post-tests focusing on the core materials, namely digital marketing and bookkeeping. The results indicate a 63.94% increase in participants' knowledge, with an active participation rate of 83.33%. Interactive discussions revealed the practical needs of MSME actors, such as content strategy development, online store management, and accountable financial record-keeping practices. Furthermore, the outcomes of the mentoring program underscore the importance of fostering an inclusive, collaborative, and sustainable digital ecosystem to support women's economic empowerment. Overall, this program serves as a foundation for the digital transformation of women-owned MSMEs, promoting enhanced adaptability, productivity, and competitiveness in business operations.*

1. PENDAHULUAN

Kondisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) selama beberapa tahun terakhir di Kabupaten Pesawaran (salah satu dari 15 kabupaten/kota di Provinsi Lampung) menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Puspitasari *et al.* (2024) menyatakan bahwa UMKM perempuan di Provinsi Lampung memiliki potensi besar dalam mendukung keberlanjutan ekonomi lokal melalui literasi keuangan dan inklusi digital. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2023, tercatat sebanyak 3.084 unit UMKM aktif, dengan mayoritas pelaku usaha merupakan perempuan. Perempuan di wilayah ini tidak hanya berperan sebagai pengelola usaha, tetapi juga sebagai penopang utama ekonomi keluarga, terutama di kawasan sub-urban dan pedesaan. Peran strategis ini menjadikan perempuan sebagai aktor penting dalam pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan (Afiane and Girsang, 2024).

Memasuki era digital, transformasi teknologi menjadi elemen krusial dalam pengembangan UMKM. Transformasi teknologi digital ini memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku UMKM perempuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat ketahanan usaha di tengah dinamika ekonomi. Penelitian oleh Rachmatsyah (2024) menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi secara partisipatif mampu meningkatkan literasi digital dan kapasitas bisnis UMKM secara signifikan, terutama jika didukung oleh kolaborasi lintas sektor. Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global, dengan biaya yang relatif rendah dan efektivitas tinggi. Sebagian pelaku UMKM di Kabupaten Pesawaran sudah memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta mengoptimalkan fitur Google Business Profile untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka secara online. Namun, pemanfaatan teknologi ini belum merata dan masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan teknis (Suhaeli *et al.*, 2024).

Salah satu inisiatif lokal yang menonjol adalah pembentukan kelompok usaha bersama "Siger Jejama", sebuah pojok digital yang dibentuk pada April 2024 atas inisiasi BRI Research Institute (BRIRINS) Jakarta, Dinas UMKM dan Koperasi Kabupaten Pesawaran, dan Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Kelompok ini terdiri dari 30 pelaku UMKM perempuan yang bergerak di sektor makanan dan non-makanan. Sebagai organisasi ekonomi berbasis komunitas, Siger Jejama dibentuk atas dasar kesamaan usaha, lokasi, dan kepentingan ekonomi, serta dikelola secara partisipatif. Studi oleh Lestari, Maulida dan Suryani (2023) menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pembentukan kelompok usaha perempuan mampu meningkatkan rasa kepemilikan, solidaritas ekonomi, dan keberlanjutan program digitalisasi di tingkat komunitas. Meskipun masih tergolong baru, kelompok ini memiliki potensi besar untuk menjadi katalisator transformasi digital UMKM perempuan di daerah tersebut (Rahayu and Pratiwi, 2023).

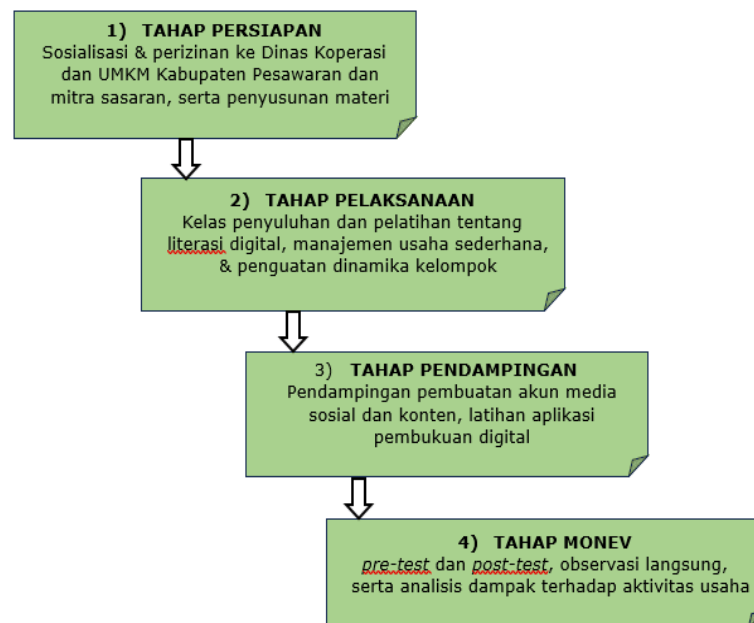
Dalam perkembangannya, terdapat sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasi digitalisasi UMKM tersebut. Studi oleh Anwar *et al.* (2024) mengungkap bahwa rendahnya pemahaman tentang pembukuan dan pemasaran digital merupakan hambatan utama yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan penggunaan media sosial untuk pemasaran dan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik, minimnya pencatatan keuangan yang akuntabel, serta dinamika kelompok yang belum stabil. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional karena keterbatasan akses terhadap pelatihan dan teknologi. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi strategis yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sosial dan kelembagaan (Sari and Nugroho, 2022).

Digitalisasi pemasaran menawarkan peluang besar bagi UMKM di Pesawaran untuk meningkatkan daya saing dan memperluas cakupan pasar. Jika didukung dengan pelatihan yang tepat, pendampingan berkelanjutan, dan akses teknologi yang memadai, maka UMKM perempuan berpotensi menjadi kekuatan ekonomi baru dalam ekosistem bisnis digital. Pendampingan teknis juga terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha (Anwar *et al.*, 2024). Penelitian oleh Hidayati dan Ramli (2023) menegaskan bahwa pelatihan *digital marketing* berbasis lokal dapat meningkatkan visibilitas produk UMKM hingga 70 persen, terutama jika dikombinasikan dengan pencatatan keuangan digital yang akuntabel.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM perempuan, memperkuat kapasitas manajerial, dan membangun ekosistem usaha berbasis teknologi informasi. Tujuan utamanya adalah mendorong keberlanjutan bisnis melalui pemanfaatan media sosial, pencatatan keuangan digital, penguatan dinamika kelompok.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung, dengan fokus pada pemberdayaan pelaku UMKM perempuan melalui peningkatan literasi digital dan penguatan kapasitas. Metode yang digunakan adalah *Participatory Learning and Action* (PLA), yaitu pendekatan partisipatif yang memungkinkan masyarakat terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan solusi, dan evaluasi dampak. PLA dipilih karena relevan dengan konteks lokal dan mampu mengakomodasi dinamika sosial serta kebutuhan spesifik komunitas sasaran (Mardikanto, 2012). Kegiatan dilaksanakan pada bulan April-September 2025 yang dilakukan secara bertahap. Tahapan kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa tahapan kegiatan pengabdian ini dimulai dari tahap persiapan yang mencakup sosialisasi dan perizinan ke Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran dan mitra sasaran, serta penyusunan materi pelatihan. Tahap pelaksanaan terdiri dari kelas penyuluhan dan pelatihan tentang literasi digital (penggunaan media sosial, *e-commerce*, dan aplikasi konten), manajemen usaha sederhana (pencatatan keuangan, strategi harga, promosi), serta penguatan dinamika kelompok melalui simulasi kerja tim (komunikasi dan kerjasama). Selanjutnya, dilakukan pendampingan individu dan kelompok untuk memastikan penerapan keterampilan secara berkelanjutan. Hal ini berkenaan dengan pembuatan akun media sosial dan konten, pelatihan aplikasi pembukuan digital. Kemudian dilakukan monitoring dan evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi langsung, serta analisis dampak terhadap aktivitas usaha. Evaluasi pelaksanaan akan mengidentifikasi hasil / dampak dari pemanfaatan teknologi digital yang sudah diadopsi oleh mitra sasaran serta beberapa kendala yang ditemui oleh mitra sasaran pasca kelas penyuluhan dan pendampingan. Lebih lanjut, akan diberikan pelatihan tambahan, pendampingan intensif, dan penyediaan materi lanjutan jika teridentifikasi kendala. Untuk mendukung keberlanjutan program, dibentuk komunitas digital melalui grup *WhatsApp* dan forum online sebagai ruang berbagi informasi,

peluang pasar, dan pembelajaran kolektif. Sasaran utama kegiatan ini adalah Komunitas UMKM Siger Jejama Kabupaten Pesawaran beranggotakan 30 orang pelaku UMKM perempuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama enam bulan, dengan fokus utama pada peningkatan kapasitas digital dan penguatan kelembagaan kelompok usaha perempuan di wilayah Kabupaten Pesawaran. Penelitian oleh Sari, Pratiwi dan Nugroho (2023) menunjukkan bahwa durasi pendampingan yang cukup dan pendekatan berbasis kebutuhan lokal mampu meningkatkan efektivitas program pengabdian, terutama dalam konteks pemberdayaan UMKM perempuan di wilayah rural. Sebagai bagian dari upaya pengabdian kepada masyarakat dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM perempuan, telah dilaksanakan kegiatan pra-survei dan sosialisasi kegiatan di Kabupaten Pesawaran. Kegiatan pra-survei dilakukan dengan mengunjungi langsung Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran. Pra-survei dan permohonan izin kegiatan yang dilakukan oleh tim adalah langkah awal yang krusial dalam perencanaan pengabdian masyarakat. Kunjungan ini bertujuan untuk menjalin komunikasi awal, menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan, serta memperoleh informasi dan rekomendasi terkait kondisi dan profil UMKM perempuan yang menjadi sasaran program.

Pra-survei ini berfungsi untuk memahami secara langsung kondisi sosial, ekonomi, dan kebutuhan spesifik masyarakat sasaran, sehingga materi dan pendekatan yang digunakan dalam sosialisasi dapat lebih tepat sasaran dan berdampak nyata. Studi oleh Nugraheni dan Wulandari (2022) menekankan pentingnya pra-survei sebagai alat diagnosis sosial yang dapat mengarahkan desain intervensi secara lebih tepat, terutama dalam program literasi digital berbasis komunitas. Pada pertemuan tersebut, tim berdiskusi dengan pihak dinas mengenai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM perempuan di era digital, termasuk keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, dan minimnya pemanfaatan platform online untuk pemasaran produk. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran menyambut baik inisiatif kegiatan ini dan memberikan dukungan penuh, serta menyarankan beberapa wilayah dan komunitas UMKM perempuan yang dinilai potensial untuk dilibatkan dalam program pemberdayaan ini. Kegiatan ini menjadi fondasi penting dalam merancang pendekatan yang tepat dan relevan bagi masyarakat sasaran, dengan memahami kebutuhan riil di lapangan dan menjalin sinergi dengan instansi terkait, program pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM perempuan di Pesawaran, khususnya dalam hal literasi digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi.

Setelah tahap pra-survei, dilakukan kegiatan penyuluhan dan diskusi forum bersama komunitas UMKM Perempuan Siger Jejama. Penelitian oleh Hapsari, Fitria dan Maulana (2023) menunjukkan bahwa forum diskusi partisipatif dalam kegiatan pengabdian mampu meningkatkan rasa kepemilikan dan partisipasi aktif pelaku UMKM, serta memperkuat jejaring sosial antar anggota komunitas. Penyuluhan ini dilaksanakan di Aula BMJ Kecamatan Gadingrejo, Pringsewu dan berlangsung dalam suasana yang hangat dan partisipatif, peserta yang hadir sebanyak 25 orang dari total 30 anggota UMKM Siger Jejama. Tujuan utama dari penyuluhan ini adalah untuk menyampaikan informasi secara jelas dan terstruktur mengenai rencana kegiatan pendampingan, termasuk waktu pelaksanaan lanjutan, lokasi, materi yang akan disampaikan, serta harapan terhadap keterlibatan aktif dari pelaku UMKM perempuan. Setelah dibuka secara resmi, sesi pertama adalah penyuluhan mengenai materi Dinamika Kelompok dan Penggunaan Media Digital. Materi ini menjadi bagian penting dalam membentuk fondasi sosial yang kuat bagi pelaku UMKM agar mampu berkembang secara berkelanjutan dan saling mendukung dalam komunitasnya. Materi kedua membahas pentingnya peran dinamika kelompok dalam membentuk solidaritas dan kepemimpinan yang inklusif. Keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan individu, tetapi juga pada sinergi dan kolaborasi antar anggota kelompok, termasuk juga kedalamnya materi tentang teknik membangun komunikasi yang efektif, pengelolaan konflik, serta strategi pengambilan keputusan bersama dalam kelompok usaha.

Pelatihan dilakukan untuk memperkuat kerja sama dan rasa memiliki dalam kelompok, pelatihan dinamika kelompok dilakukan melalui simulasi, diskusi, dan refleksi. Materi ini berhasil meningkatkan partisipasi aktif, membangun komunikasi yang lebih terbuka, dan menciptakan suasana kerja yang kondusif. Melalui berbagai simulasi, diskusi kelompok, dan studi kasus, peserta diajak untuk mengenali peran masing-masing dalam kelompok, memahami karakter anggota lain, serta mengembangkan sikap saling menghargai dan mendukung. Materi ini diharapkan dapat memperkuat struktur sosial UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran, sehingga mereka tidak hanya mampu bersaing secara individu, tetapi juga tumbuh bersama sebagai komunitas yang solid dan adaptif terhadap perubahan zaman. Studi oleh Ramadhani dan Yusuf (2024) membuktikan bahwa pelatihan dinamika kelompok berbasis simulasi dan refleksi efektif dalam membentuk solidaritas usaha dan meningkatkan kapasitas kepemimpinan perempuan pelaku UMKM. Dengan adanya dorongan dinamika kelompok yang diperkuat, Komunitas Siger Jejama ini dapat terarah dan berkembang. Selain dukungan pemerintah dan akses terhadap teknologi digital, dukungan komunitas usaha perempuan berupa jaringan informal maupun formal seperti komunitas UMKM dan forum wirausaha perempuan memberikan ruang untuk saling berbagi pengalaman, sumber daya, dan ide-ide inovatif. Komunitas ini dapat menjadi tempat penguatan kapasitas dan motivasi, serta membuka akses terhadap pasar dan mitra bisnis baru (Alansori and Listyaningsih, 2020); (Fitriyana *et al.*, 2024).

Sementara itu, materi tentang Penggunaan Media Digital dirancang untuk memperkenalkan berbagai platform digital yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran produk, komunikasi dengan pelanggan, serta pengelolaan usaha secara lebih efisien. Penelitian oleh Dewi, Sasmita dan Handayani (2023) menunjukkan bahwa pelatihan media digital yang berbasis praktik langsung dan studi kasus mampu meningkatkan keterampilan promosi digital UMKM hingga 65 persen, terutama pada *platform* berbasis visual seperti Instagram dan TikTok. Media digital bukan hanya alat promosi, tetapi juga sarana membangun identitas merek dan menjangkau pasar yang lebih luas. Peserta diajak untuk mengenali karakteristik berbagai *platform* seperti Instagram, WhatsApp Business, dan TikTok, serta bagaimana mengoptimalkan penggunaannya. Sasaran kegiatan ini mulai diperkenalkan dan diberi pemahaman cara membuat akun bisnis, mengatur katalog produk, dan menggunakan fitur-fitur promosi. Meskipun masih dalam tahap eksplorasi, peserta menunjukkan ketertarikan untuk mengembangkan usaha mereka secara digital. Peserta diperkenalkan dengan berbagai jenis media digital, seperti *smartphone*, laptop, dan aplikasi berbasis internet. Mereka belajar cara mengakses informasi, menggunakan email, dan memahami fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Melalui simulasi dan praktik langsung, peserta pelatihan belajar membuat akun bisnis, dan memahami algoritma media sosial. Materi ini tidak hanya memberikan wawasan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta untuk mulai memanfaatkan teknologi dalam pengembangan usaha mereka, dengan dukungan materi yang aplikatif dan pendekatan yang komunikatif dari narasumber. Sesuai dengan studi oleh Rahayu dan Sasmita (2023), yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung dalam pengenalan perangkat digital mampu meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi pelaku UMKM perempuan untuk mengadopsi teknologi dalam pengelolaan usaha mereka. Materi ini diharapkan mampu mendorong transformasi digital UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran secara berkelanjutan. Hasil penelitian Farida *et al.* (2025) menemukan bahwa adopsi teknologi secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM, namun kesenjangan masih ada, terutama di antara UMKM milik perempuan dan pedesaan, karena keterbatasan literasi dan infrastruktur digital. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing dan pendampingan intensif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan media digital.

Dalam rangka mendukung transformasi digital UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran, sesi materi dilanjutkan dengan penyampaian materi tentang Pembuatan Konten Digital dan Pengelolaan *Platform* Pemasaran Digital, yang difokuskan pada aspek pembukuan digital. Materi ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan digital yang aplikatif, agar mampu mengelola usaha secara lebih profesional dan efisien. Sesi materi dibuka dengan penjelasan mengenai pentingnya konten digital dalam membangun citra usaha dan menarik perhatian konsumen. Konten yang menarik, konsisten, dan sesuai dengan karakter produk dapat meningkatkan daya saing UMKM di *platform* digital. Pelatihan dasar diberikan

mengenai cara membuat konten promosi yang menarik. Peserta diajarkan teknik fotografi produk sederhana, penulisan caption yang efektif, serta penggunaan aplikasi desain grafis yang dapat diunduh melalui *smartphone*. Teknik pengambilan gambar produk secara profesional merupakan aspek penting untuk meningkatkan daya tarik visual produk. Beberapa hal penting dalam teknik pengambilan gambar, yaitu pengaturan pencahayaan, komposisi gambar, hingga pemilihan latar belakang yang menarik (Febrian *et al*, 2024). Peserta juga diajak untuk memahami prinsip dasar desain visual, *storytelling* produk, serta pemanfaatan aplikasi sederhana untuk membuat konten promosi seperti Canva, CapCut, dan InShot. Materi ini disampaikan secara interaktif, disertai contoh-contoh konten UMKM yang berhasil membangun engagement tinggi di media sosial.

Penelitian oleh Maulida, Fitria dan Kurniawan (2024) menekankan bahwa pelatihan konten digital yang menggabungkan teknik visual, *storytelling*, dan pemanfaatan aplikasi sederhana seperti Canva dan CapCut secara signifikan meningkatkan engagement produk UMKM di media sosial. Hasil awal menunjukkan antusiasme tinggi, dengan beberapa peserta mulai memposting produk mereka di media sosial. Hal ini sesuai dengan hasil pengabdian Wulandari, Hidayat dan Ramadhani (2021), yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta pelatihan UMKM berbasis digital adalah perempuan, dan mereka menunjukkan antusiasme tinggi dalam memahami strategi pemasaran digital, yang sebelumnya belum mereka kuasai. Sementara itu, materi pengelolaan *platform* pemasaran digital khususnya pembukuan digital sebagai bagian dari manajemen usaha modern. Pembukuan digital menjadi solusi praktis untuk membantu pelaku usaha mencatat transaksi, memantau arus kas, dan membuat laporan keuangan secara otomatis. Aplikasi seperti BukuWarung, Akuntansi UKM, dan Google Sheets diperkenalkan sebagai alat bantu yang mudah digunakan oleh UMKM dengan keterbatasan teknis. Pada sesi praktik, peserta diajak untuk *recall* untuk mencatat transaksi harian, mencoba membuat akun pembukuan digital, dan menyusun laporan sederhana. Studi oleh Hidayat dan Nuraini (2023) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pembukuan digital sederhana seperti BukuWarung dan Google Sheets dapat meningkatkan akuntabilitas keuangan UMKM, serta membantu pengambilan keputusan usaha secara lebih tepat.

Narasumber juga memberikan simulasi bagaimana data keuangan dapat digunakan untuk mengambil keputusan usaha, seperti menentukan harga jual, menghitung keuntungan, dan merencanakan ekspansi. Materi ini sangat diapresiasi oleh peserta, karena memberikan pemahaman baru tentang pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan usaha. Melalui materi ini, para pelaku UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam membuat konten dan mengelola platform digital, tetapi juga dibekali dengan kemampuan manajerial yang mendukung keberlanjutan usaha. Setelah sesi penyampaian materi selesai, maka dilanjutkan dengan sesi diskusi tanya jawab. Diskusi ini dipandu oleh tiga mahasiswa anggota Tim PKMU. Diskusi yang berlangsung juga menjadi wadah untuk menyerap masukan dari pelaku usaha perempuan terkait kebutuhan pelatihan, tantangan pemasaran yang dihadapi UMKM lokal, serta strategi kolaboratif yang dapat diterapkan agar kegiatan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat. Penelitian oleh Sulastri, Ramli dan Pramesti, (2024) menunjukkan bahwa diskusi terbuka dalam pelatihan digital UMKM berperan penting dalam mengidentifikasi kebutuhan lokal dan membangun strategi kolaboratif yang berkelanjutan. Dengan dilaksanakannya penyuluhan ini, diharapkan para pelaku UMKM perempuan di Pesawaran dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Kegiatan ini juga menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem digital yang inklusif, memberdayakan perempuan sebagai motor penggerak ekonomi desa, serta memperkuat peran perempuan sebagai fasilitator pembangunan ekonomi lokal.

Kegiatan pengabdian selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan pendampingan secara intensif. Studi oleh Wibowo dan Prasetya (2023) membuktikan bahwa pendampingan berbasis komunitas dengan pendekatan *peer-to-peer learning* efektif dalam meningkatkan keterampilan digital UMKM perempuan, terutama dalam penggunaan *e-commerce* dan fitur promosi media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan 2 kali, yaitu pada akhir bulan Agustus dan awal bulan September 2025. Pendampingan ini difokuskan pada keterampilan para pelaku UMKM perempuan yang tergabung dalam Komunitas Siger Jejama dengan materi pemasaran melalui *e-commerce*, pembukuan digital, dan pemanfaatan fitur konten di media sosial. Tim pelaksana juga membuka sesi sharing session yang menghadirkan anggota komunitas yang telah mahir

menggunakan Shopee dan ada di tahap *Star Seller*. Para peserta secara interaktif saling berdiskusi, berlatih, dan bertanya pada pendamping dan narasumber yang ada. Mereka berlatih secara langsung cara menambahkan produk, meningkatkan algoritma penjualan, dan menerima orderan pelanggan di Shopee. Peserta juga berlatih cara promosi di Instagram dan Tiktok melalui fitur siaran langsung untuk mempromosikan produknya, dan memanfaatkan WhatsApp Business pada fitur pesan otomatis dan profil akun.

3.2 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

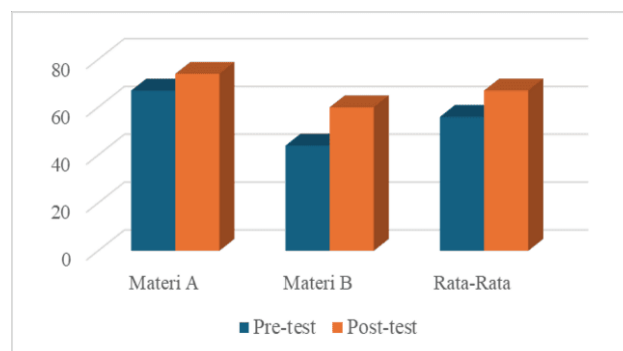
Kegiatan pemberdayaan UMKM perempuan melalui penyuluhan digital di Kabupaten Pesawaran, menunjukkan keberhasilan yang dapat dievaluasi dari tahap awal, proses pelaksanaan, hingga hasil akhir. Secara keseluruhan, kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respons positif dari para peserta, khususnya perempuan pelaku usaha yang tergabung dalam komunitas Siger Jejama. Antusiasme peserta terlihat sejak awal hingga akhir acara, terutama saat sesi diskusi berlangsung. Diskusi menjadi momen yang sangat interaktif, di mana peserta aktif berbagi pengalaman, mengungkapkan permasalahan usaha, dan mengajukan pertanyaan seputar strategi pemasaran digital serta pengelolaan usaha berbasis teknologi.

Pertanyaan yang diajukan selama pelatihan sangat beragam dan mencerminkan kebutuhan nyata pelaku UMKM perempuan dalam mengembangkan usaha mereka. Para peserta secara bergantian menyampaikan tantangan yang mereka hadapi, mulai dari kesulitan memasarkan produk secara online, membuat konten digital yang menarik, hingga memahami sistem pembukuan digital. Berbekal materi yang telah disiapkan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, berbagai permasalahan tersebut dijawab dengan pendekatan praktis dan solutif. Diharapkan, solusi yang diberikan dapat diimplementasikan secara bertahap oleh peserta dalam pengelolaan usaha mereka ke depan.

Evaluasi proses kegiatan dilakukan dengan memantau jumlah dan partisipasi peserta selama pelatihan berlangsung. Kegiatan ini dihadiri oleh 25 orang, yang mana jumlah total anggota komunitas adalah 30 orang. Dengan demikian, tingkat partisipasi mencapai 83,33 persen, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menarik minat dan keterlibatan mayoritas anggota Siger Jejama. Partisipasi yang tinggi menjadi indikator awal bahwa kegiatan ini relevan dan dibutuhkan oleh masyarakat sasaran. Metode *Participatory Learning and Action* (PLA) yang digunakan dalam pelatihan terbukti meningkatkan keterlibatan peserta secara aktif dalam diskusi dan studi kasus, serta mendorong mereka untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah usaha secara mandiri (Prayitno dkk., 2022).

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi awal dan akhir melalui metode *pre-test* dan *post-test*. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan, baik sebelum maupun sesudah pelatihan. Materi ini dibagi menjadi dua, yaitu Materi A "*Digital Marketing*" dan Materi B "*Manajemen Pengelolaan Usaha melalui Pembukuan Sederhana dan Digital*". Materi A (*Digital Marketing*) mencakup pemahaman dasar mengenai konsep pemasaran digital, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta strategi pemasaran berbasis konten. Selain itu, materi ini juga mencakup pembuatan konten digital yang menarik dan konsisten, penjadwalan unggahan, serta pemanfaatan fitur promosi untuk meningkatkan jangkauan pasar. Sementara itu, Materi B (*Manajemen Pengelolaan Usaha melalui Pembukuan Sederhana dan Digital*) berfokus pada pencatatan transaksi harian, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pemanfaatan aplikasi digital untuk mempermudah proses pembukuan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang tertib guna mendukung keberlanjutan usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang *digital marketing* dan manajemen pengelolaan usaha melalui pembukuan sederhana dan digital sebesar 63,94 persen. Peningkatan ini menjadi bukti bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan memberikan dampak nyata terhadap kapasitas literasi digital peserta. Sejalan dengan pembahasan tersebut, pelatihan digital yang dilakukan kepada masyarakat pengrajin tapis di Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran, menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi produk (Prayitno et al., 2022).

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan UMKM perempuan ini tidak hanya berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga membangun semangat kolaborasi dan kemandirian dalam mengelola usaha. Evaluasi kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan dalam pelatihan mampu menjawab kebutuhan lokal secara tepat. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran, serta memperkuat peran perempuan sebagai motor penggerak ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan. Pemberdayaan UMKM perempuan melalui pelatihan digital tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat jejaring sosial dan semangat kolaboratif antar pelaku usaha lokal (Listiana, Prayitno and Bursan, 2022). Lebih lengkap, hasil evaluasi berdasarkan *pre-test* dan *post-test* disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik peningkatan pengetahuan peserta berdasarkan evaluasi nilai *pre-test* dan *post-test*

Hasil *post-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami dan menyerap materi dengan cukup baik. Hal ini tercermin dari nilai yang diperoleh peserta, di mana mayoritas menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan hasil *pre-test*. Peningkatan skor ujian peserta mencerminkan efektivitas metode penyampaian materi yang digunakan oleh tim pelatih, serta antusiasme peserta dalam mengikuti setiap sesi pelatihan. Materi yang disampaikan secara interaktif, disertai dengan studi kasus dan diskusi kelompok, terbukti mampu membantu peserta memahami konsep-konsep penting seperti manajemen usaha, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan sederhana. Secara kuantitatif, rata-rata peningkatan nilai peserta mencapai angka yang cukup tinggi karena lebih dari 50 persen peningkatan dan hal ini menandakan bahwa tujuan utama pelatihan yakni peningkatan kapasitas dan pengetahuan pelaku UMKM perempuan telah tercapai dengan baik. Dengan hasil ujian yang cukup baik ini, diharapkan peserta dapat mulai menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pengelolaan usaha mereka secara lebih mandiri dan profesional. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendorong transformasi UMKM perempuan menuju usaha yang lebih produktif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Evaluasi *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan rata-rata pengetahuan peserta sebesar 58 persen, terutama dalam aspek digital marketing dan pencatatan keuangan sederhana, membuktikan efektivitas pendekatan pelatihan berbasis studi kasus dan diskusi kelompok (Sari and Hidayat, 2023).

Pendampingan yang telah dilakukan pada Siger Jejama menunjukkan hasil yang positif. Seluruh responden kini telah tergabung dan mulai aktif berjualan di *platform e-commerce* Shopee. Melalui pendampingan yang berkelanjutan, para pelaku UMKM berhasil memahami cara membuat akun toko, mengunggah produk, serta mengelola transaksi secara mandiri. Produk-produk dari Lampung yang sebelumnya hanya dijual secara offline kini telah menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan lintas daerah. Selain meningkatkan potensi pendapatan, keberhasilan ini juga membangun rasa percaya diri dan semangat kolaborasi antar pelaku usaha. Siger Jejama telah menjadi katalisator penting dalam mendorong UMKM Lampung untuk naik kelas dan bersaing di era digital. Meskipun belum optimal, para pelaku usaha mulai menerapkan strategi digital seperti penggunaan *voucher*, promosi, dan optimasi pencarian agar produk mereka lebih mudah ditemukan oleh konsumen. Transformasi ini menjadi bukti bahwa pelaku usaha lokal mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi

ketika diberikan dukungan yang tepat meskipun memerlukan intensitas pendampingan yang tidak sebentar. Pendekatan yang diperlukan tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada penguatan praktik melalui penyederhanaan strategi konten, penggunaan template digital, serta penerapan sistem penjadwalan konten yang terorganisir. Hal ini menekankan bahwa pendampingan berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam mendorong perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas, sehingga pelaku UMKM mampu mengimplementasikan keterampilan digital secara konsisten dalam aktivitas bisnisnya.

Keterlibatan aktif para responden di Shopee telah membuka peluang kolaborasi yang lebih luas. Beberapa di antara mereka mulai menjalin kerja sama dengan sesama pelaku UMKM untuk membuat paket produk, berbagi strategi promosi, dan bahkan mengadakan kampanye bersama. Pendampingan yang semula bersifat teknis kini berkembang menjadi ruang pertukaran ide dan semangat gotong royong, memperkuat ekosistem usaha lokal yang saling mendukung. Kedepannya, mentor pendamping berkomitmen untuk terus mendampingi para pelaku usaha agar tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan di *platform* digital. Rencana penguatan kapasitas melalui pelatihan lanjutan, pemanfaatan fitur analitik Shopee, dan pengembangan branding produk lokal menjadi fokus utama. Dengan semangat kebersamaan dan adaptasi yang terus tumbuh, UMKM Lampung siap menatap masa depan yang lebih cerah di era ekonomi digital.

3.3 Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, diantaranya persiapan, pelaksanaan, pendampingan, dan monitoring evaluasi. Pada tahap awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pelaksanaan koordinasi dan sosialisasi program kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran sebagai bentuk komunikasi kelembagaan dan penguatan sinergi antarpemangku kepentingan. Kegiatan ini bertujuan untuk menyampaikan maksud, tujuan, serta ruang lingkup kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan kepada mitra sasaran. Selain sebagai bentuk pemberitahuan resmi, proses koordinasi ini juga menjadi sarana untuk memperoleh dukungan administratif dan rekomendasi pelaksanaan kegiatan dari instansi terkait. Dukungan dari pemerintah daerah sangat penting guna memastikan bahwa program pengabdian yang dilakukan sejalan dengan kebutuhan pengembangan UMKM di Kabupaten Pesawaran. Dokumentasi pelaksanaan tahap awal kegiatan disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi dan perizinan ke Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran

Setelah dilakukan sosialisasi dan perizinan, selanjutnya tahap pelaksanaan. Kegiatan ini terdiri dari sesi pembukaan, penyampaian materi, diskusi, dan pelatihan awal. Kegiatan pengabdian secara resmi dibuka oleh ketua pelaksana sebagai bentuk pengantar awal kepada seluruh peserta mengenai tujuan, manfaat, dan rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Pada sesi pembukaan ini disampaikan pula urgensi peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan transformasi digital pada era pemasaran modern. Ketua pelaksana menekankan bahwa kegiatan pengabdian ini dirancang tidak hanya sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai bentuk pendampingan praktis agar peserta mampu mengimplementasikan materi yang diperoleh secara langsung dalam kegiatan usahanya. Melalui

pembukaan kegiatan tersebut, peserta memperoleh gambaran menyeluruh mengenai agenda pelatihan serta target capaian yang ingin diraih.



Gambar 4. Pembukaan kegiatan oleh ketua pelaksana PkM

Setelah kegiatan dibuka, kemudian dilaksanakan sesi penyampaian materi oleh narasumber. Secara umum, materi yang disampaikan berkenaan dengan manajemen usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan strategi pemasaran digital. Pada aspek strategi pemasaran digital, materi difokuskan pada pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding produk, strategi komunikasi pemasaran digital, serta teknik dasar pembuatan konten promosi yang menarik dan relevan dengan target konsumen. Penyampaian materi ini menjadi tahap penting dalam memberikan landasan konseptual sebelum peserta memasuki sesi praktik.



Gambar 5. Penyampaian materi oleh narasumber



Gambar 6. Sesi diskusi dan tanya jawab peserta

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Pada sesi ini peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala dan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha maupun memasarkan produknya secara digital. Berbagai pertanyaan yang diajukan peserta menunjukkan tingginya minat dan keterlibatan aktif dalam kegiatan pelatihan. Topik diskusi yang berkembang meliputi teknik pengambilan foto produk yang menarik, cara membuat caption, membuat konten yang menarik, jenis pembukuan yang harus dimiliki UMKM, dan lain-lain. Melalui diskusi interaktif ini, narasumber dapat memberikan solusi yang lebih spesifik dan aplikatif sesuai dengan kondisi usaha peserta. Sesi ini juga menjadi sarana untuk membangun komunikasi dua arah yang konstruktif antara tim

pengabdian dan mitra sasaran. Antusiasme peserta pada sesi diskusi ini menunjukkan adanya kebutuhan yang tinggi terhadap peningkatan kompetensi *digital marketing* bagi pelaku UMKM mitra.

Sebagai bentuk implementasi materi yang telah disampaikan, peserta mengikuti sesi praktik pembuatan konten produk dan pembuatan akun media sosial usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi usaha. Peserta didampingi secara langsung oleh tim pengabdian dalam menyusun konsep konten promosi, mengambil foto produk, menulis caption pemasaran, serta membuat akun media sosial bisnis yang profesional. Pendekatan praktik langsung ini memungkinkan peserta memahami setiap tahapan secara aplikatif. Melalui kegiatan latihan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga menghasilkan output nyata berupa akun media sosial usaha dan konten promosi awal yang siap digunakan untuk kegiatan pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan telah memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas peserta.



Gambar 7. Latihan membuat konten produk dan membuat akun media sosial

Pendampingan lanjutan dilakukan untuk memastikan seluruh peserta mampu mengoptimalkan akun media sosial yang telah dibuat pada sesi sebelumnya. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan asistensi teknis secara lebih mendalam terkait pengelolaan akun, pengaturan profil bisnis, serta optimalisasi fitur-fitur media sosial. Pendampingan dilakukan secara individual maupun kelompok menyesuaikan tingkat kemampuan masing-masing peserta. Metode ini diterapkan agar setiap peserta memperoleh solusi yang sesuai dengan kendala teknis yang dihadapi selama proses implementasi. Melalui pendampingan lanjutan, peserta diharapkan mampu mengelola media sosial usahanya secara mandiri dan berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian selesai. Tahapan ini menjadi indikator penting bahwa program pengabdian tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong keberlanjutan implementasi di lapangan.



Gambar 8. Pendampingan pembuatan akun media sosial lanjutan



Gambar 9. Foto bersama tim PkM Agribisnis FP Universitas Lampung dan pelaku usaha UMKM Siger Jejama Pesawaran

4. KESIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan UMKM perempuan di Kabupaten Pesawaran melalui pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) terbukti mampu meningkatkan literasi digital, keterampilan manajerial, serta memperkuat dinamika kelompok, sehingga mendorong terciptanya ekosistem usaha yang lebih adaptif, kolaboratif, dan berkelanjutan sebagai fondasi transformasi digital UMKM perempuan menuju kemandirian dan daya saing ekonomi lokal. Pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) sebaiknya terus diterapkan dalam program pemberdayaan UMKM perempuan karena terbukti efektif meningkatkan literasi digital, keterampilan manajerial, dan kerja sama kelompok. Pemerintah daerah dan lembaga terkait sangat disarankan menyediakan pendampingan berkelanjutan serta membentuk komunitas usaha untuk memperkuat ekosistem UMKM yang adaptif dan berdaya saing.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini didukung oleh pendanaan yang bersumber dari DIPA Badan Layanan Umum (BLU) Universitas Lampung Tahun Anggaran 2025 melalui skema Program Pengabdian Kepada Masyarakat Unggul (PKMU). Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Lampung atas dukungan finansial yang telah diberikan, yang memungkinkan kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik. Terimakasih juga kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Pesawaran, serta para pelaku UMKM perempuan yang tergabung dalam Komunitas Siger Jejama di Kabupaten Pesawaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiane, P. and Girsang, L.R.M. (2024). Mengulik Peran Pelaku UMKM Perempuan dalam Adopsi Inovasi Digital, *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(2), pp. 291–304.
- Alansori, A. and Listyaningsih, E. (2020) *Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. Jakarta: Andi.
- Anwar, S. et al. (2024). Pemberdayaan UMKM: Pendampingan Pembukuan Akuntansi Sederhana dan Optimalisasi Digital Marketing, *Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(3), pp. 319–327.
- Dewi, L., Sasmita, R. and Handayani, T. (2023). Pelatihan Media Digital Berbasis Praktik untuk UMKM: Studi Kasus di Kabupaten Sleman, *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 2(2), pp. 45–59.

- Farida, E.A. *et al.* (2025). Strategi Inklusif untuk Penguatan UMKM dan Optimalisasi Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital, *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance*, 3(2), pp. 695–709.
- Febrian, A., Husna, N., Ahmad, I., Ratuain, R.I.Q., AMRIZAL, N., Azmi, R.G. and Prabowo, Y.T., 2024. Peningkatan Keterampilan Pemasaran Konten Digital pada Kelompok UMKM CENTRAL 19 LAMPUNG. *JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES*, 5(2), p.460.
- Fitriyana, E.A. *et al.* (2024). Peran Kelompok Wanita Tani dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM melalui Digital Marketing di Bandung, *Jurnal Manajemen*, 11(2), pp. 145–157.
- Hapsari, R., Fitria, N. and Maulana, A. (2023). Forum Diskusi Partisipatif dalam Penguatan Komunitas UMKM Perempuan, *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, 5(3), pp. 112–125.
- Hidayat, R. and Nuraini, S. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Pembukuan Digital dalam Pengelolaan Keuangan UMKM, *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Digital*, 4(1), pp. 73–85.
- Hidayati, N. and Ramli, M. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM: Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Lokal, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), pp. 45–58.
- Lestari, D., Maulida, N. and Suryani, T. (2023). Pendekatan Partisipatif dalam Penguatan Kelompok Usaha Perempuan Berbasis Digital, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), pp. 87–96.
- Listiana, I., Prayitno, R.T. and Bursan, R. (2022) Pemberdayaan Masyarakat melalui Evaluasi Pelatihan UMKM Berbasis Digital, in *LPPM Universitas Lampung Institutional Repository*.
- Mardikanto, T. (2012) *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Maulida, N., Fitria, D. and Kurniawan, A. (2024). Strategi Konten Digital untuk UMKM: Pelatihan Visual Branding dan Storytelling Produk, *Jurnal Teknologi dan Bisnis Kreatif*, 3(2), pp. 88–102.
- Nugraheni, R. and Wulandari, S. (2022) 'Pra-survei sebagai Strategi Diagnosis Sosial dalam Program Literasi Digital UMKM', *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), pp. 88–102.
- Prayitno, R.T. *et al.* (2022). Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM Tapis melalui Pelatihan Digitalisasi Bisnis Desa Negeri Katon Kabupaten Pesawaran, *Open Community Service Journal*, 1(1), pp. 23–28.
- Puspitasari, A. *et al.* (2024). Keberlanjutan UMKM Perempuan: Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Fintech, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 25(2), pp. 121–142.
- Rachmatsyah, T.. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia, *Jurnal Abdimoestopo*, 8(1).
- Rahayu, D. and Pratiwi, N. (2023). Penguatan Kelompok Usaha Perempuan melalui Model Pojok Digital: Studi Kasus di Lampung, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 45–56.
- Rahayu, N. and Sasmita, R. (2023). Peningkatan Literasi Digital UMKM Perempuan Melalui Pelatihan Berbasis Praktik, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 5(1), pp. 45–58.
- Ramadhani, T. and Yusuf, M. (2024). Simulasi Dinamika Kelompok untuk Meningkatkan Kepemimpinan UMKM Perempuan, *Jurnal Kepemimpinan dan Pemberdayaan*, 6(1), pp. 73–85.
- Sari, M., Pratiwi, D. and Nugroho, A. (2023). Efektivitas Pendampingan UMKM Perempuan melalui Program Pengabdian Berbasis Kebutuhan Lokal, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), pp. 55–67.
- Sari, M.E. and Hidayat, T. (2023). Evaluasi Efektivitas Pelatihan Digitalisasi UMKM Perempuan melalui Pre-Test dan Post-Test, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 4(2), pp. 45–56.
- Sari, M.E. and Nugroho, A. (2022). Tantangan Digitalisasi UMKM di Wilayah Sub-Urban: Studi Kualitatif di Provinsi Lampung, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), pp. 112–124.
- Suhaeli, E. *et al.* (2024). Strategi Digitalisasi untuk Kemandirian UMKM dan Pemberdayaan Wanita: Pengabdian Masyarakat di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi, *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3).
- Sulastri, E., Ramli, M. and Pramesti, A. (2024). Peran Diskusi Terbuka dalam Pelatihan Digital UMKM Berbasis Komunitas, *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, 6(1), pp. 101–115.
- Wibowo, A. and Prasetya, D. (2023). Pendampingan Peer-to-Peer Learning dalam Transformasi Digital UMKM Perempuan, *Jurnal Inovasi Sosial dan Teknologi*, 2(3), pp. 59–72.

Wibowo, A., Prasetyo, D. and Kurniawan, R. (2024). Model Pentahelix dalam Pengembangan Ekosistem Inovasi UMKM di Wilayah Perdesaan, *Jurnal Inovasi dan Teknologi*, 6(1), pp. 101–115.

Wulandari, S., Hidayat, T. and Ramadhani, F. (2021). Model Pentahelix dalam Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Informasi, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi*, 3(1), pp. 78–89.