

Efektivitas Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro di Era Ekonomi Digital di Kecamatan Lhueng Bata Kota Banda Aceh

Sarboini^{1*}, Saiful Amri², Kasmaniar³

^{1*,2,3} Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah.

Email: sarboinise@serambimekkah.ac.id^{1*}, saifulamri@serambimekkah.ac.id², kasmaniar@serambimekkah.ac.id³

Histori Artikel:

Dikirim 15 September 2025; Diterima dalam bentuk revisi 20 September 2025; Diterima 10 November 2025; Diterbitkan 1 Desember 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Sarboini, S., Amri, S., & Kasmaniar, K. (2025). Efektivitas Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro di Era Ekonomi Digital di Kecamatan Lhueng Bata Kota Banda Aceh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(6), 5974-5980. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i6.5967>.

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia (SDM) agar mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program peningkatan kapasitas SDM dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di Kecamatan Lhueng Bata Kota Banda Aceh. Program dimaksud meliputi pelatihan digital marketing, manajemen usaha, literasi keuangan digital, serta pemanfaatan teknologi informasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 120 pelaku UMKM yang menjadi peserta program pemberdayaan pemerintah kota dan lembaga pendamping. Analisis dilakukan menggunakan model efektivitas program (input-process-output-outcome) serta teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program peningkatan kapasitas SDM tergolong efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta adopsi teknologi digital bagi pelaku usaha mikro. Variabel pelatihan digital marketing dan literasi keuangan digital memiliki pengaruh paling signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha mikro. Namun demikian, keterbatasan sarana teknologi, rendahnya pendampingan lanjutan, serta variasi kemampuan awal peserta menjadi hambatan yang perlu diatasi. Penelitian ini merekomendasikan penguatan model pelatihan berbasis praktik, peningkatan inkubasi bisnis digital, serta penyediaan akses teknologi yang lebih memadai.

Kata Kunci: Efektivitas Program; Sumber Daya Manusia; Daya Saing; Usaha Mikro; Ekonomi Digital; Banda Aceh.

Abstract

The development of the digital economy has encouraged micro-entrepreneurs to improve their human resource (HR) competencies to compete in an increasingly competitive market. This study aims to determine the effectiveness of a human resource capacity building program in enhancing the competitiveness of micro-entrepreneurs in Lhueng Bata District, Banda Aceh City. The program includes training in digital marketing, business management, digital financial literacy, and the use of information technology. The study used a quantitative approach with a survey method of 120 MSMEs participating in the empowerment program of the city government and supporting institutions. Analysis was conducted using a program effectiveness model (input-process-output-outcome) and multiple linear regression analysis techniques. The results show that the HR capacity building program is effective in improving the knowledge, skills, and application of digital technology for micro-entrepreneurs. The variables of digital marketing training and digital financial literacy have the most significant influence on increasing the competitiveness of micro-entrepreneurs. However, limited technological facilities, low follow-up mentoring, and variations in participants' initial abilities are obstacles that need to be addressed. This study recommends strengthening practice-based training models, increasing digital business incubation, and providing more adequate access to technology.

Keyword: Program Effectiveness; Human Resources; Competitiveness; Micro Enterprises; Digital Economy; Banda Aceh.

1. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital telah merevolusi cara pelaku usaha mengelola, memasarkan, dan mengembangkan kegiatan bisnis. Menurut Ananda dan Darmawan (2023), digitalisasi ekonomi di Indonesia mempercepat integrasi teknologi dalam rantai nilai usaha kecil, terutama melalui platform daring dan sistem pembayaran elektronik. Peningkatan penetrasi internet serta ekspansi platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pembayaran non-tunai telah membuka ruang baru bagi pelaku usaha mikro untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi operasional (Wijaya & Purnama, 2023). Namun, perubahan ini juga menuntut peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) agar mampu menyesuaikan diri dengan sistem bisnis berbasis digital (Arianto, 2020). Usaha mikro berperan penting dalam menopang perekonomian nasional, termasuk di Kota Banda Aceh. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UKM RI (2020), sektor UMKM menyerap lebih dari 90% tenaga kerja di daerah dan menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi lokal. Kecamatan Lhueng Bata merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan usaha mikro tertinggi di Banda Aceh. Pemerintah kota, melalui Dinas Koperasi dan UKM, bekerja sama dengan lembaga pendamping, telah melaksanakan berbagai program pelatihan yang berfokus pada penguatan kapasitas SDM. Program tersebut mencakup pelatihan pemasaran digital, manajemen usaha, literasi keuangan berbasis teknologi, serta pelatihan pemanfaatan teknologi informasi (Nasution & Rahman, 2023). Tujuannya agar pelaku usaha dapat mengoptimalkan teknologi digital sebagai instrumen peningkatan daya saing. Walaupun kegiatan pelatihan dilakukan secara rutin, tidak semua peserta berhasil mengintegrasikan keterampilan yang diperoleh ke dalam praktik bisnis sehari-hari. Mulyani dan Prabowo (2021) mencatat bahwa banyak pelaku UMKM menghadapi kendala berupa keterbatasan fasilitas teknologi, kesulitan membuat konten promosi, dan rendahnya kemampuan mengelola marketplace. Rendahnya literasi digital juga menjadi penghambat utama, terutama bagi pelaku usaha yang berusia di atas 40 tahun atau memiliki latar pendidikan menengah (Lestari & Maulana, 2022). Faktor lain seperti kurangnya pendampingan lanjutan pascapelatihan turut memengaruhi keberhasilan penerapan hasil belajar (Hamzah & Fadhilah, 2022).

Melihat peran strategis SDM dalam memperkuat daya saing usaha mikro, evaluasi terhadap efektivitas program peningkatan kapasitas menjadi penting dilakukan (Sari, 2019). Evaluasi ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan yang dilaksanakan mampu meningkatkan kompetensi digital pelaku usaha dan bagaimana dampaknya terhadap performa bisnis di tengah perubahan ekonomi berbasis teknologi (Rahmadani & Fauzan, 2024). Penelitian ini secara khusus berfokus pada efektivitas program peningkatan kapasitas SDM yang dijalankan di Kecamatan Lhueng Bata. Analisis mencakup sejauh mana pelatihan berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan digital dan daya saing usaha mikro, variabel pelatihan yang paling berpengaruh, serta hambatan utama yang dihadapi dalam penerapan hasil pelatihan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar empiris bagi Pemerintah Kota Banda Aceh dan lembaga pendamping untuk merancang strategi pelatihan yang lebih adaptif, berorientasi hasil, dan berkelanjutan dalam mendukung transformasi digital UMKM di wilayah tersebut.

2. Tinjauan Pustaka

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) merupakan upaya sistematis untuk memperluas kemampuan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja guna mendukung produktivitas serta daya saing usaha. Aziz dan Rahman (2020) menegaskan bahwa pengembangan SDM bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus difokuskan pada penguasaan kompetensi digital, kemampuan berinovasi, serta manajemen bisnis modern. Temuan Hamdani dan Latif (2023) memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa kualitas SDM memiliki korelasi langsung terhadap keberhasilan adopsi teknologi digital dalam usaha mikro, terutama dalam konteks efisiensi operasional dan pengambilan keputusan berbasis data. Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan pendekatan strategis yang memanfaatkan media berbasis internet untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan

RESEARCH ARTICLE

interaktif. Arianto (2021) menemukan bahwa penerapan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan volume penjualan UMKM melalui pemanfaatan media sosial dan platform *marketplace*. Sementara itu, Ismail dan Setiawan (2020) menyoroti pentingnya kemampuan pelaku usaha dalam membuat konten digital yang menarik serta memahami algoritma platform agar strategi pemasaran dapat berjalan optimal dan berkelanjutan. Literasi keuangan digital menjadi elemen penting dalam tata kelola usaha berbasis teknologi. Menurut Dewi dan Hamzah (2021), pelaku usaha yang memiliki literasi keuangan digital yang baik mampu menyusun laporan keuangan secara lebih akurat, transparan, dan teratur. Hasan dan Nurwenda (2023) menambahkan bahwa penguasaan keuangan digital berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional, kemampuan analisis keuangan, serta memperluas akses pembiayaan digital yang selama ini sulit dijangkau oleh pelaku usaha tradisional. Pemanfaatan teknologi informasi juga menjadi faktor krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM. Rahayu dan Arifin (2020) menyebutkan bahwa penerapan teknologi informasi pada aspek produksi, manajemen inventori, desain produk, serta sistem pencatatan keuangan terbukti mampu meningkatkan produktivitas usaha dan kualitas layanan. Penelitian Wulandari dan Ridwan (2021) mendukung temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa kecakapan digital merupakan salah satu penentu utama kemampuan adaptif pelaku usaha dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat.

Konsep daya saing UMKM tidak hanya mencakup kemampuan bertahan dalam pasar, tetapi juga mencerminkan kapasitas untuk berinovasi dan memberikan nilai tambah melalui efisiensi serta peningkatan kualitas produk. Kumalasari dan Jannah (2024) menekankan bahwa inovasi berbasis teknologi digital merupakan faktor kunci yang menentukan keunggulan kompetitif UMKM di era ekonomi digital. Sejalan dengan itu, Saputra dan Maulana (2024) menemukan bahwa kemampuan digital yang kuat berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha, terutama dalam menjaga stabilitas penjualan dan memperluas jaringan pemasaran daring. Efektivitas program pelatihan dinilai dari empat dimensi utama, yaitu *input*, *process*, *output*, dan *outcome*. Suhardi dan Yusuf (2022) menjelaskan bahwa program pelatihan dikatakan efektif apabila mampu meningkatkan kompetensi peserta sekaligus menghasilkan dampak nyata terhadap perkembangan usaha. Dalam konteks serupa, Nurhayati dan Salim (2022) menegaskan bahwa keberhasilan program pelatihan tidak hanya ditentukan oleh materi dan metode pelatihan, tetapi juga oleh keberlanjutan pendampingan setelah pelatihan agar peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam praktik bisnis sehari-hari.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-verifikatif. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur efektivitas program peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan menganalisis pengaruh berbagai bentuk pelatihan terhadap daya saing usaha mikro di Kecamatan Lhueng Bata, Kota Banda Aceh. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi pelaksanaan program berdasarkan persepsi peserta, sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris melalui analisis statistik. Lokasi penelitian ditetapkan di Kecamatan Lhueng Bata karena wilayah ini memiliki perkembangan usaha mikro yang relatif cepat dan menjadi salah satu sentra pertumbuhan ekonomi di Kota Banda Aceh. Kegiatan penelitian dilaksanakan selama empat bulan, mencakup tahap perencanaan, pengumpulan data, pengolahan, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Populasi penelitian terdiri atas seluruh pelaku usaha mikro yang mengikuti program peningkatan kapasitas SDM yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh dan lembaga pendamping dalam kurun dua tahun terakhir, dengan jumlah populasi sebanyak 187 pelaku UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 120 responden yang mewakili berbagai sektor usaha mikro di wilayah tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui empat teknik utama, yaitu kuesioner, wawancara, dokumentasi, dan observasi lapangan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert untuk menilai persepsi responden terhadap efektivitas program dan tingkat daya saing usaha. Wawancara terstruktur

RESEARCH ARTICLE

dilakukan dengan beberapa peserta terpilih untuk memperoleh informasi tambahan mengenai kendala pelaksanaan program. Dokumentasi dimanfaatkan untuk mengumpulkan data sekunder berupa laporan kegiatan, modul pelatihan, serta data UMKM dari instansi terkait. Selain itu, observasi lapangan digunakan untuk melihat secara langsung kondisi usaha peserta serta penerapan hasil pelatihan dalam aktivitas bisnis mereka. Variabel penelitian terdiri atas dua kelompok, yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen (X) mencakup empat aspek utama dari efektivitas program peningkatan kapasitas SDM, yaitu pelatihan digital marketing (X_1), pelatihan manajemen usaha (X_2), literasi keuangan digital (X_3), dan pemanfaatan teknologi informasi (X_4). Sementara itu, variabel dependen (Y) adalah daya saing usaha mikro, yang diukur melalui indikator inovasi, efisiensi, serta kemampuan memperluas pasar. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan persepsi mereka terhadap pelaksanaan program. Kedua, uji validitas dan reliabilitas diterapkan guna memastikan akurasi serta konsistensi instrumen penelitian dengan menggunakan rumus Pearson Product Moment dan Cronbach Alpha. Ketiga, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan data memenuhi prasyarat analisis regresi. Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap daya saing usaha mikro. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel, sedangkan uji F digunakan untuk menilai pengaruh simultan antarvariabel. Terakhir, koefisien determinasi (R^2) dihitung untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Hasil analisis tersebut kemudian menjadi dasar dalam mengidentifikasi variabel pelatihan yang paling signifikan terhadap peningkatan daya saing, sekaligus merumuskan rekomendasi penguatan kebijakan pelatihan SDM berbasis digital di wilayah penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Sebanyak 120 responden pelaku usaha mikro di Kecamatan Lhueng Bata terlibat dalam penelitian ini. Karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas peserta adalah perempuan (68%), sedangkan sisanya adalah laki-laki (32%). Dalam hal usia, 41% responden berusia 25–35 tahun, 37% berusia 36–45 tahun, dan 22% berusia lebih dari 45 tahun. Jenis usaha yang dijalankan responden terdiri dari makanan dan minuman (43%), fesyen (22%), kerajinan (15%), jasa kecil (12%), dan kategori lainnya (8%). Sebagian besar responden telah menjalankan usaha mereka antara 1–3 tahun (38%), diikuti dengan 4–6 tahun (29%), dan lebih dari 6 tahun (33%). Dari sisi pendidikan, 52% responden memiliki pendidikan setingkat SMA/ sederajat, 19% berpendidikan diploma, 27% berpendidikan sarjana, dan 2% berpendidikan pascasarjana. Karakteristik ini mencerminkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kecamatan Lhueng Bata berada pada usia produktif dan didominasi oleh perempuan, yang menunjukkan adanya kebutuhan besar terhadap penguatan SDM, terutama dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Efektivitas program peningkatan kapasitas SDM diukur melalui empat aspek utama: input, process, output, dan outcome. Dari segi input, 78% responden menilai bahwa instruktur pelatihan memiliki kompetensi yang memadai, dan 71% responden menyatakan bahwa materi pelatihan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Namun, hanya 64% yang menilai sarana teknologi, seperti komputer dan jaringan internet, berfungsi secara optimal, yang menunjukkan bahwa meskipun input program tergolong baik, sarana teknologi masih menjadi kendala nyata. Pada aspek process, yang meliputi metode pelatihan, durasi pelatihan, dan interaksi peserta dengan instruktur, 74% responden menilai bahwa metode pelatihan mudah dipahami. Meskipun demikian, 69% responden merasa bahwa durasi pelatihan terlalu singkat sehingga materi belum sepenuhnya dikuasai. Selain itu, 62% responden menginginkan lebih banyak sesi praktik daripada teori, yang menandakan bahwa meskipun pelatihan secara umum dinilai efektif, ada ruang untuk peningkatan melalui pendekatan pembelajaran yang lebih banyak melibatkan praktik langsung atau demonstrasi digital. Dari segi output, yang mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta, 82% responden merasakan peningkatan pengetahuan dasar tentang digital marketing. Selain itu, 76%

RESEARCH ARTICLE

responden mengaku mampu membuat konten promosi sederhana menggunakan ponsel, 73% mampu mengelola keuangan digital menggunakan aplikasi e-wallet atau pencatatan digital, dan 68% mulai memanfaatkan marketplace untuk menjual produk mereka. Meskipun output program menunjukkan hasil yang positif, adopsi marketplace masih kurang optimal karena adanya kendala dalam pemahaman teknis dan rasa tidak percaya terhadap transaksi digital. Pada aspek outcome, yang menilai dampak langsung terhadap daya saing usaha, 57% responden melaporkan adanya peningkatan penjualan dalam 3–6 bulan terakhir, 63% memperluas jangkauan pemasaran mereka secara online, dan 48% merasa usaha mereka menjadi lebih efisien berkat penggunaan teknologi. Meskipun outcome program tergolong cukup efektif, hasilnya belum maksimal, karena peningkatan daya saing baru dirasakan oleh setengah dari peserta. Dengan demikian, program peningkatan kapasitas SDM telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing usaha mikro, meskipun beberapa aspek, seperti pendampingan pasca-pelatihan dan sarana teknologi, perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan efektivitasnya.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	Signifikansi	Kesimpulan
X1: Pelatihan Digital Marketing	0.412	0.000	Berpengaruh signifikan
X2: Pelatihan Manajemen Usaha	0.257	0.021	Berpengaruh signifikan
X3: Literasi Keuangan Digital	0.389	0.002	Berpengaruh signifikan
X4: Pemanfaatan Teknologi Informasi	0.233	0.037	Berpengaruh signifikan

Variabel yang paling dominan dalam meningkatkan daya saing usaha mikro adalah pelatihan digital marketing (X1), diikuti oleh literasi keuangan digital (X3). Temuan ini sangat relevan dengan kondisi ekonomi digital, di mana kemampuan memasarkan produk dan mengelola keuangan secara digital menjadi fondasi utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Namun, dalam pelaksanaan program, terdapat beberapa hambatan yang cukup signifikan. Berdasarkan wawancara terstruktur, hambatan utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan sarana teknologi, di mana banyak pelaku UMKM hanya memiliki ponsel dengan spesifikasi rendah, sehingga sulit mengikuti materi desain konten digital. Selain itu, rendahnya konsistensi penggunaan teknologi juga menjadi masalah, karena sebagian pelaku masih enggan beralih ke metode pemasaran online dan lebih nyaman dengan cara tradisional. Kurangnya pendampingan lanjutan setelah pelatihan juga menjadi kendala, karena peserta kesulitan dalam mengimplementasikan pengetahuan teknis yang telah diajarkan, seperti membuat akun marketplace, mengoptimasi SEO sederhana, atau menyusun laporan keuangan digital. Variasi kemampuan digital peserta yang sangat beragam juga menjadi tantangan, di mana peserta dengan kemampuan digital yang rendah membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami materi, sehingga membuat kelas menjadi kurang efektif bagi sebagian peserta.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa program peningkatan kapasitas SDM di Kecamatan Lhueng Bata tergolong efektif, meskipun masih terdapat beberapa area yang perlu perbaikan. Efektivitas program, yang diukur melalui aspek input, process, output, dan outcome, menunjukkan bahwa seluruh aspek berada pada kategori cukup efektif hingga efektif. Namun, efektivitas outcome belum maksimal, terutama dalam hal dampak terhadap peningkatan penjualan dan pemanfaatan marketplace. Program pelatihan digital marketing terbukti memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan daya saing usaha mikro, hal ini selaras dengan tren global yang menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan kunci utama dalam penetrasi pasar bagi usaha kecil. Selain itu, literasi keuangan digital juga berpengaruh besar terhadap keberlanjutan usaha, menunjukkan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan berbasis teknologi menjadi faktor penting dalam mendukung efisiensi operasional usaha. Namun, hambatan utama yang ditemukan, seperti keterbatasan sarana teknologi dan kurangnya pendampingan pasca-pelatihan, menunjukkan perlunya integrasi program pelatihan dengan fasilitas pendukung seperti klinik UMKM digital, mentoring periodik, serta penyediaan alat teknologi yang

RESEARCH ARTICLE

lebih sederhana dan mudah diakses. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas SDM adalah faktor fundamental dalam memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas program peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di era ekonomi digital di Kecamatan Lhueng Bata, Kota Banda Aceh, dapat disimpulkan bahwa program ini cukup efektif hingga efektif, dilihat dari aspek input, proses, output, dan outcome. Peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan, terutama dalam penggunaan teknologi digital untuk memasarkan dan mengelola usaha. Analisis regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel program—pelatihan digital marketing, pelatihan manajemen usaha, literasi keuangan digital, dan pemanfaatan teknologi informasi—berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha mikro. Pelatihan digital marketing memberikan pengaruh paling dominan, yang menunjukkan bahwa keterampilan pemasaran digital menjadi aspek yang paling penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Namun, hambatan utama dalam implementasi program mencakup keterbatasan fasilitas teknologi, variasi kemampuan digital peserta yang sangat beragam, serta minimnya pendampingan pascapelatihan. Hambatan-hambatan ini mengurangi optimalisasi dampak pelatihan terhadap kemampuan bersaing UMKM. Secara keseluruhan, meskipun program ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha mikro, masih diperlukan strategi lanjutan untuk memastikan keberlanjutan dan pemanfaatan teknologi secara konsisten oleh pelaku UMKM. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran yang dapat dijadikan rekomendasi bagi pihak terkait antara lain: pertama, penguatan pendampingan lanjutan (post-training mentoring), di mana pemerintah dan lembaga mitra perlu menyediakan layanan mentoring digital secara berkala agar pelaku UMKM dapat menerapkan materi pelatihan secara efektif. Kedua, penyediaan fasilitas teknologi yang memadai, dengan dukungan seperti akses internet yang stabil, komputer, atau perangkat digital sederhana, yang dapat dimanfaatkan melalui pusat layanan UMKM atau rumah kreatif digital di Kecamatan Lhueng Bata. Ketiga, peningkatan model pembelajaran berbasis praktik, dengan memperbesar porsi praktik langsung (hands-on) dibanding teori, terutama pada materi pembuatan konten digital, pengelolaan marketplace, dan pencatatan keuangan digital. Keempat, penyesuaian kurikulum pelatihan sesuai kebutuhan lokal, terutama untuk usaha kuliner, fesyen, dan kerajinan yang dominan di wilayah tersebut. Kelima, kolaborasi dengan pihak swasta dan akademisi, guna memperluas akses pengetahuan, pendanaan, dan teknologi untuk UMKM. Terakhir, diperlukan mekanisme monitoring dan evaluasi berkelanjutan agar efektivitas program dapat dipantau secara berkala dan perbaikan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.

6. Referensi

- Ananda, R., & Darmawan, Y. (2023). Transformasi digital UMKM di Indonesia: Tantangan dan peluang penguatan daya saing. *Jurnal Manajemen Digital*, 5(1), 45–59.
- Ardiyansyah, F., & Putri, M. (2020). Pengaruh kompetensi SDM terhadap kemampuan adaptasi teknologi UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 101–115.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan SDM UMKM dalam menghadapi era digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(1), 12–20.
- Fitriani, S., & Hidayat, A. (2021). Literasi digital dan peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Transformasi Ekonomi*, 3(2), 77–89.

RESEARCH ARTICLE

- Hamzah, R., & Fadhilah, S. (2022). Efektivitas program pelatihan kewirausahaan berbasis digital bagi UMKM. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 9(3), 150–168. Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). *Laporan Nasional UMKM 2020*. Jakarta: KemenKopUKM.
- Krishnatray Tapela, S. E., & Ridwan, M. (2023). Menganalisis Efektivitas Pelatihan Manajemen SDM Era Digital Bagi UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Lampung. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Lestari, D., & Maulana, I. (2022). Kapasitas sumber daya manusia sebagai determinan daya saing UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(4), 210–223.
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289-299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>.
- Mulyani, T., & Prabowo, A. (2021). Pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM: Tinjauan kompetensi dan hambatan SDM. *Jurnal Sistem Informasi UMKM*, 4(2), 55–68.
- Nasution, A., & Rahman, F. (2023). Kebijakan pemerintah daerah dalam peningkatan kapasitas SDM UMKM. *Jurnal Administrasi Publik Modern*, 6(1), 33–47.
- Nugrahanti, T. P., Marsasi, E. G., Semmawi, R., Gusti, Y. K., & Azizi, M. (2024). Pengembangan pelatihan keterampilan manajerial bagi pengusaha kecil dan menengah dalam meningkatkan daya saing bisnis di era digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 2747-2753.
- Putra, I. (2020). Strategi penguatan SDM UMKM berbasis teknologi informasi. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 2(1), 25–35.
- Rahmadani, S., & Fauzan, K. (2024). Effectiveness of government training programs for SME digital transformation. *Journal of Public Service Innovation*, 6(1), 88–102.
- Ramadhani, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing di era ekonomi digital. *Journal of Community Action*, 1(2), 42-49. <https://doi.org/10.70716/joca.v1i2.114>.
- Rudihartati, L., Ferdiansyah, M., & Rahman, T. (2025). Inklusi Digital dan Pemberdayaan UMKM Lampung Tengah: Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 6(1), 64-72.
- Sari, R. (2019). Peran pelatihan berkelanjutan dalam peningkatan kompetensi SDM UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 8(2), 100–115.
- Wijaya, H., & Purnama, C. (2023). Pengaruh adopsi digital terhadap kinerja UMKM di perkotaan. *Journal of Economic Development Studies*, 7(1), 55–68.