



**JRPM**

**Jurnal Riset dan Penalaran Mahasiswa**

Available online at:

<https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/rpm/index>



## Disrupsi Pelatihan UMKM Minim SDM: Strategi Kolaboratif Berbasis Blitz-Training Kedai Satu Pukul

Raden Rara Hanifa Nur Arifah<sup>1\*</sup>; Nathania Alike Chiquitya<sup>2</sup>; Bella Arista Nuraini<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Universitas Sebelas Maret, Indonesia

\*Corresponding Author: [radenrara.2024@student.uny.ac.id](mailto:radenrara.2024@student.uny.ac.id)

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history

Received : 11-06-2025

Revised : 26-12-2025

Accepted : 29-12-2025

#### Keywords

*External*

*Collaboration,*

*Human Resource*

*(HR) Competency,*

*Rapid Training,*

*Collaborative*

*Networking Strategy,*

*MSMEs*

#### Kata Kunci

*Kolaborasi*

*Eksternal,*

*Kompetensi Sumber*

*Daya Manusia*

*(SDM), Pelatihan*

*Kilat, Strategi*

*Jejaring Kolaboratif,*

*UMKM*

Rapid training has become a strategic solution in dealing with limited Human Resources (HR) in new Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). This research aims to analyze the three-day rapid course as a strategy to optimize collaborative networking with foodgrams, influencers, and running and photography communities. A descriptive qualitative approach was used with interviews and observations, then analyzed through the help of the ATLAS.ti method as a data collection technique. The results of the analysis showed that the rapid training was successful in significantly improving HR competencies and optimizing collaborative networking strategies in a short period of time. This study provides insights for academics, business actors, and policy makers for the development of collaboration-based rapid training for MSMEs that have limited HR.

#### ABSTRAK

Pelatihan kilat menjadi solusi strategis dalam menghadapi keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelatihan kilat selama tiga hari sebagai strategi mengoptimalkan jejaring kolaboratif dengan *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography*. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dengan wawancara dan observasi, kemudian dianalisis melalui bantuan metode ATLAS.ti sebagai teknik pengumpulan data. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelatihan kilat berhasil meningkatkan kompetensi SDM secara signifikan dan optimalisasi strategi jejaring kolaboratif dalam waktu singkat. Studi ini memberikan wawasan bagi akademisi, pelaku usaha, dan pemangku kebijakan untuk pengembangan pelatihan kilat berbasis kolaborasi pada UMKM yang memiliki keterbatasan SDM.

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



## PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan Pembangunan ekonomi berkelanjutan, manusia tidak lagi dipandang hanya sebagai pelaku produksi, melainkan sebagai aktor kunci yang menentukan arah dan kualitas pertumbuhan (Harahap *et al.*, 2021). Konsep ini melampaui pendekatan ekonomi konvensional yang cenderung berfokus pada aspek modal dan teknologi. Saat ini, kualitas SDM semakin dipertanyakan sebagai penentu utama keberhasilan perekonomian nasional terutama di negara berkembang, seperti Indonesia. Kesenjangan dalam pengelolaan dan pengembangan SDM menjadi akar dari permasalahan keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terutama pada fase awal pendirian usaha. UMKM telah diakui sebagai pilar ekonomi nasional Indonesia yang berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan peluang kerja sekitar 97% (Indriani *et al.*, 2025). Namun, kontribusi tersebut menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM karena keterbatasan SDM.

Mayoritas UMKM di Indonesia masih menghadapi tantangan serius dalam hal keterbatasan SDM yang masih dilihat berdasarkan kualitas dan kompetensinya. Hal ini menyebabkan lemahnya inovasi yang dihasilkan, rendahnya kolaborasi, dan keterbatasan dalam membangun jejaring kolaboratif terhadap perubahan pasar. Memahami pentingnya peran SDM dapat membentuk daya saing UMKM yang berfokus pada strategi peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan kilat yang terarah (Suhrowardi *et al.*, 2024). Salah satu studi kasus menarik adalah Kedai Satu Pukul. Sebuah UMKM baru yang mampu mengatasi keterbatasan SDM hanya melalui pelatihan kilat selama tiga hari, namun berhasil menjalin jejaring kolaboratif baik dengan *foodgram*, *influencer*, maupun komunitas lari dan *photography*. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi pengelolaan SDM dapat menjadi kunci peningkatan daya saing bagi pelaku usaha kecil sekalipun. Selain itu, juga menantang anggapan bahwa pelatihan harus bersifat panjang agar efektif.

Istilah pelatihan kilat dalam penelitian ini mengacu pada proses pembelajaran singkat dan intensif yang difokuskan pada penguasaan keterampilan praktis dalam waktu terbatas. Studi ini bertujuan untuk melihat seberapa efektif pelatihan kilat sebagai metode untuk meningkatkan kompetensi SDM dan memperluas jejaring kolaboratif pada UMKM baru yang memiliki keterbatasan SDM. Berbagai kajian terdahulu menegaskan bahwa peningkatan kemampuan SDM sangat penting bagi UMKM melalui pertumbuhan dan kemajuan (Irhamuddin *et al.*, 2025). UMKM dapat memberikan karyawannya keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang diperlukan untuk mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan mengatasi kompleksitas lingkungan bisnis dengan berinvestasi dalam pengembangan kapasitas tenaga kerja. UMKM dapat memaksimalkan potensi mereka untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dengan memprioritaskan pengembangan modal manusia melalui program pelatihan, bimbingan, dan kesempatan belajar yang berkelanjutan. Sering kali, UMKM menghadapi kendala untuk mengembangkan bisnis mereka, terutama dalam hal pemasaran, inovasi produk, dan pengelolaan usaha secara profesional.

Pelatihan kilat yang merupakan metode pelatihan intensif berdurasi selama tiga hari, telah mendapat perhatian sebagai alternatif yang efektif untuk meningkatkan kapasitas SDM di Kedai Satu Pukul. Menurut (Sutikno & Rostiani, 2022), menyatakan bahwa pelatihan kilat

mampu meningkatkan *hard skills* dan *soft skills* SDM meskipun dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, ide tentang jejaring kolaboratif menunjukkan bahwa kerja sama dengan berbagai pihak, seperti *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography* sangat penting untuk memperluas pasar dan memperkuat brand UMKM (Wandi *et al.*, 2023). Interaksi dan pertukaran informasi melalui jejaring kolaboratif ini memungkinkan UMKM dalam mengakses sumber daya yang tidak mereka miliki sendiri sehingga dapat meningkatkan daya saing. Model kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan teori pengembangan kompetensi SDM dengan teori strategi jejaring kolaboratif. Kerangka konseptual ini menjelaskan bagaimana pelatihan secara langsung dapat menjadi cara untuk meningkatkan keterampilan SDM dan sekaligus memperluas jejaring kolaboratif dengan pihak eksternal. Namun demikian, studi empiris secara spesifik meneliti efektivitas pelatihan kilat dalam membangun jejaring kolaboratif pada UMKM baru dengan keterbatasan SDM masih sangat terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menelaah kasus Kedai Satu Pukul sebagai contoh UMKM baru yang berhasil memanfaatkan pelatihan kilat untuk menjalin strategi jejaring kolaboratif di tengah keterbatasan SDM.

Keterbatasan SDM pada UMKM baru tidak hanya berkaitan dengan jumlah tenaga kerja, tetapi juga dengan rendahnya kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar yang terus berubah. UMKM yang baru berdiri kerap dihadapkan pada beban peran kerja yang beragam sehingga satu individu harus menjalankan berbagai fungsi sekaligus, mulai dari produksi hingga pengelolaan hubungan eksternal. Kondisi tersebut menuntut SDM yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi, jejaring, dan pemahaman strategis terhadap peluang kolaborasi. Tanpa intervensi pengembangan kompetensi yang tepat, UMKM berisiko mengalami perlambatan pertumbuhan usaha, bahkan kegagalan pada fase awal pertumbuhan. Urgensi pelatihan kilat muncul sebagai respons atas kebutuhan UMKM terhadap peningkatan kapasitas SDM yang cepat, terarah, dan kontekstual. Berbeda dengan pelatihan konvensional yang cenderung bersifat umum dan memerlukan waktu panjang, pelatihan kilat dirancang berdasarkan kebutuhan riil pelaku usaha, serta berfokus pada keterampilan aplikatif. Pendekatan ini memungkinkan SDM UMKM untuk segera menerapkan hasil penelitian ke praktik bisnis sehari-hari. Oleh karena itu, pelatihan kilat tidak hanya berperan sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai pemicu perubahan perilaku kerja dan pola pikir kewirausahaan.

Penguatan jejaring kolaboratif melalui pelatihan kilat memiliki dampak strategis terhadap keberlanjutan UMKM. Jejaring kolaboratif membuka akses UMKM terhadap pasar baru, meningkatkan visibilitas merek, serta memperkuat legitimasi melalui kerja sama dengan pihak eksternal yang memiliki pengaruh. Kasus Kedai Satu Pukul menunjukkan bahwa keterlibatan *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography* tidak hanya berdampak pada peningkatan promosi, tetapi juga membentuk identitas merek yang selaras dengan gaya hidup target pasar. Temuan ini menegaskan bahwa jejaring kolaboratif berfungsi sebagai strategi penguatan posisi UMKM dalam ekosistem bisnis lokal. Kontribusi penelitian terletak pada pengayaan literatur terkait efektivitas pelatihan SDM pada sektor UMKM sekaligus penyediaan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan dalam perancangan model pelatihan kilat

yang efektif dan replikatif bagi UMKM baru dengan keterbatasan SDM. Selain itu, penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi antara pengembangan kompetensi SDM dan strategi jejaring kolaboratif sebagai pendekatan holistik untuk meningkatkan daya saing, serta keberlanjutan UMKM di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana pelatihan kilat dilakukan dan dampaknya terhadap penguatan kapasitas SDM. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan proses sosial, dinamika interaksi, dan pandangan para pelaku UMKM terhadap pelatihan kilat dengan keterbatasan SDM. Data utama dikumpulkan melalui observasi partisipatif selama proses pelatihan berlangsung dan wawancara mendalam yang dilakukan dengan manajer Kedai Satu Pukul. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pedoman yang disusun berdasarkan teori jejaring kolaboratif dan pemberdayaan UMKM. Observasi difokuskan pada interaksi, pola kerja, dan respons karyawan terhadap materi pelatihan. Dokumentasi digunakan untuk memastikan validitas data, seperti dokumentasi kegiatan, materi pelatihan, dan unggahan media sosial pasca-kegiatan.

Penggunaan metode ATLAS.ti untuk menganalisis data secara tematik memudahkan proses pengodean, penyusunan kategori, dan identifikasi pola. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber (manajer, karyawan, jejaring kolaboratif) dan metode (observasi, wawancara, dokumentasi). Dua pakar kewirausahaan sosial telah memvalidasi isi instrumen wawancara untuk memastikan bahwa data tersebut akurat dan sesuai dengan pemberdayaan UMKM. Indikator pendekatan kualitatif yang ditetapkan, seperti karyawan memperoleh keterampilan praktis yang lebih baik, keterlibatan mereka dalam kerja sama setelah pelatihan kilat, dan pencapaian dalam melakukan strategi jejaring kolaboratif dibuat untuk mengukur variabel penelitian. Etika penelitian dilakukan dengan memperoleh persetujuan tertulis dari semua partisipan dan menjamin kerahasiaan data yang dikumpulkan. Pra-pelatihan, pelaksanaan, dan evaluasi dampak pasca-kegiatan adalah seluruh bagian dari proses yang berlangsung selama tiga hari. Penelitian kualitatif lebih mengutamakan pemahaman naratif, makna, serta penafsiran dari interaksi antara penulis dan informasi di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedai Satu Pukul merupakan salah satu UMKM yang berdiri pada Juni 2024 dan berlokasi di Jl. R. W. Monginsidi No. 11A, Cokrodingratan, Kecamatan Jetis, Yogyakarta. Kedai Satu Pukul, sebuah UMKM baru yang dikelola secara mandiri dengan keterbatasan SDM, namun menunjukkan pencapaian dalam waktu singkat melalui pelatihan kilat selama tiga hari. Pelatihan ini berhasil membangun jejaring kolaboratif dengan *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography*. Keberhasilan ini menjadikan Kedai Satu Pukul sebagai bentuk nyata dari semangat ekonomi kerakyatan yang mengedepankan keberlanjutan, keterlibatan sosial, dan hal yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat sekitar. Kajian observasi ini berfokus pada aspek SDM, khususnya dalam membangun strategi jejaring kolaboratif melalui pelatihan kilat selama tiga hari.

Dalam era globalisasi saat ini, keterbatasan SDM menjadi tantangan signifikan yang menimbulkan kekhawatiran bagi manajer Kedai Satu Pukul terhadap prospek pertumbuhan dan daya saing UMKM yang sedang dibangun (Riswanto *et al.*, 2024). SDM yang tersedia belum sepenuhnya memiliki keterampilan manajerial ataupun digital yang memadai untuk menjawab tuntutan pasar yang semakin berkembang. Kondisi ini membuat pengelolaan operasional, pemasaran hingga inovasi produk berjalan kurang optimal. Manajer kedai menyadari bahwa tanpa adanya peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM, potensi membangun jejaring kolaboratif akan sulit untuk direalisasikan.

Dalam praktik, idealnya pelatihan untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi SDM berlangsung antara satu hingga tiga bulan. Waktu singkatnya hanya dua minggu. Tujuannya adalah untuk memberi ruang bagi karyawan dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja dan menyusun strategi jangka menengah. Namun, waktu pelatihan yang terlalu panjang justru berisiko menimbulkan kejenuhan dan penurunan kedisiplinan kerja. Beberapa UMKM mengalami *turnover* tinggi karena pelatihan yang terlalu berlarut-larut. Pelatihan kilat yang dipilih oleh Kedai Satu Pukul selama tiga hari ini menjadi strategi efektif yang perlu dianalisis secara kritis.

Hasil observasi dan wawancara dengan manajer kedai menunjukkan bahwa dari delapan kebutuhan tenaga kerja, hanya enam yang direkrut. Bukan karena keterbatasan pelamar, melainkan karena manajer meyakini bahwa efisiensi lebih penting daripada jumlah. Perekrutan SDM ini dilakukan secara selektif melalui pengecekan *Curriculum Vitae* (CV) dengan kriteria lulusan SMK/SMA usia maksimal dua puluh delapan tahun. Syarat lainnya adalah memiliki kesiapan untuk mengikuti pelatihan kilat selama tiga hari. Langkah ini menegaskan bahwa seleksi SDM membutuhkan kesiapan baik secara mental maupun fisik sehingga akan jauh lebih relevan daripada sekadar pemenuhan kuota tenaga kerja.

Pelatihan kilat dirancang untuk mengembangkan kemampuan dasar SDM dalam tiga aspek utama, yaitu manajemen *branding*, strategi komunikasi kolaboratif, dan pemanfaatan media sosial. Materi yang disampaikan secara praktis dan langsung diterapkan oleh karyawan, seperti membuat konten promosi, menjalin jejaring kolaboratif dengan *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography*. Hal ini mendukung studi (Respatiningsih, 2023), bahwa pelatihan kilat yang dirancang berdasarkan konteks lokal sehingga menghasilkan dampak yang nyata dan cepat dalam fase awal pertumbuhan UMKM.

Meskipun pelatihan ini sangat singkat, suasana pelatihan yang intensif dan terfokus berhasil meningkatkan kepercayaan diri setiap karyawan. Sebelum pelatihan, manajer kedai merasa tidak percaya diri untuk berkomunikasi membangun jejaring kolaboratif. Namun, pasca pelatihan, manajer berhasil menjalin kerja sama dengan *foodgram* dan *influencer*. Lalu dilanjutkan dengan bergabung di komunitas lari dan *photography*. Perubahan ini mencerminkan bukan hanya peningkatan keterampilan secara teknis, tetapi juga perubahan sikap yang bersifat strategis (Mutmainah *et al.*, 2024).

Dalam konteks jejaring kolaboratif, pelatihan kilat ini membangun strategi utama jejaring kolaboratif. Strategi ini bersifat mutualistik, di mana jejaring kolaboratif tidak hanya menjadi sarana pertukaran nilai, tetapi juga sebagai mekanisme untuk meningkatkan nilai tambah konten dan memperkuat kesempatan promosi melalui media sosial. Bagi jejaring kolaboratif, hal ini dapat menciptakan peluang peningkatan secara visibilitas dan

kredibilitas. Sementara, bagi Kedai Satu Pukul kerja sama tersebut mempermudah akses terhadap jangkauan pasar yang luas.

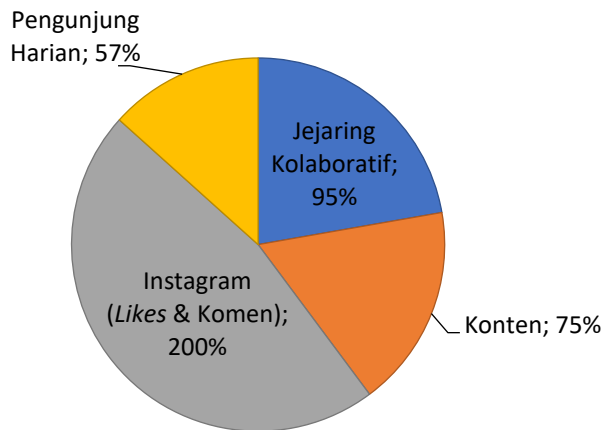
Salah satu strategi jejaring kolaborasi yang dijalankan adalah barter produk makanan dengan konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah mekanisme promosi rendah biaya namun berdampak tinggi. Manajer selalu memantau efektivitas pelanggan yang berkunjung ke kedai kian meningkat 57% dalam dua minggu pertama. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kolaboratif bukan hanya solusi kreatif, tetapi juga menjadi jawaban praktis terhadap keterbatasan anggaran promosi bagi UMKM pemula. Hasil observasi menunjukkan bahwa kolaborasi dengan komunitas eksternal memiliki hubungan langsung terhadap peningkatan visibilitas merek dan efektivitas strategi promosi digital di Kedai Satu Pukul. Peningkatan ini tercermin dalam lonjakan jumlah pelanggan, interaksi di media sosial, dan keterlibatan jejaring kolaboratif yang luas. Temuan ini diperoleh dalam kurun dua minggu pertama setelah dilakukan pelatihan kilat. Untuk memperkuat hasil penelitian, data dirangkum dalam tabel 1 sebagai berikut.

**Tabel 1. Persentase Performa Kedai Satu Pukul**

No.	Indikator	Sebelum Pelatihan Kilat	Setelah Pelatihan Kilat (2 Minggu)	Persentase Peningkatan
1.	Jumlah Pengunjung Harian	±35 orang	±55 orang	+57%
2.	Interaksi Instagram ( <i>Likes</i> dan Komen)	±90 per posting	±270 per posting	+200%
3.	Jumlah Konten	1 konten	3 konten	+75%
4.	Jumlah Jejaring Kolaboratif	1 jejaring kolaboratif (komunitas)	4 jejaring kolaboratif (1 <i>foodgram</i> , 1 <i>influencer</i> , dan 1 komunitas)	+95%

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara Kedai Satu Pukul 2025

Berdasarkan tabel 1 secara keseluruhan, empat indikator utama menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam dua minggu setelah dilakukan pelatihan kilat, mulai dari +57% hingga +200%, dengan efek paling kuat terlihat pada interaksi media sosial. Peningkatan ini mencerminkan akselerasi performa Kedai Satu Pukul dari sisi visibilitas digital, jejaring kolaboratif, dan potensi ekspansi pasar



**Gambar 1. Proporsi Peningkatan Performa Kedai Satu Pukul**

Pembahasan juga menunjukkan bahwa indikator keberhasilan pelatihan kilat bukan sekadar pertumbuhan pengikut media sosial atau volume penjualan sesaat. Indikator yang lebih relevan adalah keterlibatan jejaring kolaboratif, kesinambungan produksi konten, dan keberlanjutan kolaborasi. Ketiga indikator ini tercapai dalam dua minggu setelah dilakukan pelatihan kilat dan menunjukkan arah pertumbuhan jangka menengah yang positif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kedai Satu Pukul sebagai UMKM baru mampu menerapkan strategi jejaring kolaboratif secara efektif meskipun hanya memiliki SDM terbatas melalui pelatihan kilat. Pelatihan yang dilakukan selama tiga hari ini terjadi peningkatan yang signifikan pada kemampuan komunikasi, penyusunan konten promosi, dan keberanian untuk membangun jejaring kolaboratif dengan *foodgram*, *influencer*, serta komunitas lari dan *photography*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lonjakan jumlah pelanggan, interaksi di media sosial, dan keterlibatan jejaring kolaboratif yang luas. Persepsi positif dari manajer Kedai Satu Pukul menunjukkan bahwa untuk mencapai keberhasilan usaha, tidak harus bergantung pada jumlah SDM melainkan bagaimana SDM yang ada mampu menunjukkan kapasitasnya. Bahkan, UMKM ini dapat menyeimbangkan diri dengan pelaku usaha lain di level yang lebih tinggi.

Pelatihan kilat yang dirancang kontekstual dan praktis, terbukti menjadi katalis yang mendorong perubahan perilaku dan pola pikir pelaku usaha. Pendekatan ini bukan hanya teori pemasaran konvensional, tetapi juga mengajarkan pentingnya membangun komunikasi, kepekaan waktu *upload* konten, dan strategi promosi melalui jejaring kolaboratif. Penelitian ini juga membuka ruang untuk kajian lanjutan terhadap dinamika pengembangan kompetensi SDM yang terbatas pada UMKM lainnya dan mematahkan anggapan bahwa pelatihan kilat tidak mampu menghasilkan perubahan yang nyata. Namun, justru dalam konteks yang tepat, pelatihan kilat dapat menjadi titik tolak perkembangan. Oleh karena itu, pembahasan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM baru tidak dilihat dari seberapa banyak SDM yang ada. Meskipun SDM terbatas, tetapi UMKM ini mampu dan mau berproses untuk berkembang, maka akan terwujud tujuan akhirnya.

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan dalam studi ini, disarankan agar pelatihan kilat untuk UMKM tidak dipandang sebelah mata, melainkan dirancang secara kontekstual dan aplikatif sesuai dengan karakteristik lokal dan kebutuhan spesifik pelaku usaha. Pemerintah daerah, lembaga pendamping UMKM, dan komunitas kewirausahaan diharapkan dapat mereplikasi model pelatihan kilat, seperti yang dilakukan di Kedai Satu Pukul dengan durasi singkat, namun fokus pada jejaring, komunikasi strategis, dan penguatan narasi digital. Selain itu, penting untuk memberikan ruang lanjutan berupa *mentoring* pasca pelatihan guna menjaga keberlanjutan jejaring kolaboratif yang telah dibangun, terutama bagi UMKM dengan keterbatasan SDM dan memiliki motivasi kuat untuk bertumbuh.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, S. A. R., Azmi, M. U., & Syamsyuri. (2021). Pembangunan Ekonomi Islam melalui Peran Sumber Daya Manusia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*. DOI: 6, 1-10. <https://doi.org/10.24235/jm.v6i1.7305>
- Indriani, M. R., Kusuma, K. M., Rahma, S. S. A., Sulastri, I., & Al-Amin, A. H. (2025). Analisis Sistem Kompensasi menggunakan Metode Overlapping pada UKM Konveksi Y di Bogor serta Perbandingannya terhadap UMP dan UMK Bogor. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 4(2), 1–17.
- Irhmuuddin, Aryani, W. N., Umar, N. H., Sukaisih, & Sari, L. (2025). Strategi Digital Accounting untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 25(1), 17–26.
- Mutmainah, Armawati, & Tovan. (2024). Pengaruh Teknologi Digital, Strategi Pemasaran Online, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 7(2), 82–96.
- Respatiningsih, H. (2023). *Manajemen Usaha Mikro Kecil: Rahasia Sukses Mengelola Usaha Mikro Kecil*. UNISNU Press.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suhrowardi, Masriah, I., Hotimah, E., NI, D., & Sugiyanti, A. (2024). Tantangan dan Solusi Bisnis UMKM di Era Digital. *JPPI: Jurnal Pengabdian Pelita Insan*, 01(01), 12–20. <https://jurnal.stebisypii.com/index.php/jppi/article/view/13>
- Sutikno, B., & Rostiani, R. (2022). *Kasus Kasus Manajemen Perusahaan Indonesia Seri 5*. UGM Press.
- Wandi, J. I., Yanti, N., Ariani, F., Afnita, N., Amris, F. K., & Rahmadinur, W. (2023). Peningkatan UMKM Berbasis Digital sebagai Sarana Meningkatkan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*. DOI: 6, 297-304. <https://doi.org/10.36085/jpmbmr.v6i2.5648>