

Literasi Digital: Pelatihan Intensif Menjadi Mitra di Platform E-Katalog bagi Komunitas Jakpreneur Pancoran

*Meranti
Universitas Nasional Indonesia

Dela Anjelawati
Universitas Nasional Indonesia

Isna Silviana
Universitas Nasional Indonesia

Submitted: December 26, 2025; **Revised:** May 24, 2026; **Accepted:** May 30, 2026

*Corresponding author: meranti@civitas.unas.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih menghadapi tantangan, khususnya bagi perempuan pengusaha yang menghadapi berbagai hambatan dalam mengadopsi teknologi digital. Penelitian terdahulu mengabaikan dimensi gender dan partisipasi perempuan dalam platform pengadaan pemerintah seperti E-Katalog. Kesenjangan ini kritis mengingat perempuan merupakan 65% dari komunitas Jakpreneur Pancoran, namun hanya 22% yang aktif menggunakan platform digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pelatihan intensif bagi pelaku UMKM perempuan untuk menjadi mitra aktif E-Katalog. Program menggunakan metodologi riset aksi partisipatif, dilaksanakan pada 21 Januari 2025 di Kantor Kecamatan Pancoran dengan 20 peserta perempuan. Metode mencakup: (1) pembukaan resmi oleh Camat Pancoran, (2) Focus Group Discussion dengan empat kelompok menganalisis hambatan adopsi digital menggunakan analisis SWOT, difasilitasi peneliti Universitas Nasional, dan (3) pelatihan platform E-Katalog oleh ahli Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP). Pendekatan responsif gender ini mengatasi beban ganda perempuan dan memberikan solusi kontekstual untuk meningkatkan literasi digital dan partisipasi dalam pengadaan pemerintah. Program berkontribusi pada kebijakan digital UMKM nasional dengan menawarkan model intervensi berbasis komunitas yang dapat direplikasi untuk mendukung transformasi digital inklusif dan pemberdayaan ekonomi perempuan.

Kata Kunci: Literasi Digital, E-Katalog, UMKM perempuan, Jakpreneur, Pemberdayaan Digital

ABSTRACT

The digital transformation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) remains challenging, particularly for women entrepreneurs who face multiple barriers in adopting digital technologies. Previous research has overlooked gender dimensions and women's participation in government procurement platforms like E-Katalog. This gap is critical as women constitute 65% of the Jakpreneur Pancoran community, yet only 22% actively use digital platforms. This community engagement program aims to provide intensive training for women MSME entrepreneurs to become active E-Katalog partners. The program employs participatory action research methodology, conducted on January 21, 2025, at Pancoran Sub-district Office with 20 women participants. Methods include: (1) official opening by the Pancoran Sub-district Head, (2) Focus Group Discussion with four groups analyzing digital adoption barriers using SWOT analysis, facilitated by Universitas Nasional researchers, and (3) E-Katalog platform training by Government Procurement Policy Agency (LKPP) experts. This gender-responsive approach addresses women's double burden and provides contextual solutions to enhance digital literacy and government procurement participation. The program contributes to national MSME digital policy by offering a replicable community-based intervention model supporting inclusive digital transformation and women's economic empowerment.

Keywords: Digital literacy, E-Katalog, women MSMEs, Jakpreneur, Digital empowerment.

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi telah menjadi pilar utama dalam pertumbuhan industri, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, digitalisasi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Menurut laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan pendapatan hingga 80% dibandingkan dengan mereka yang masih bergantung pada metode konvensional.

Namun, penelitian-penelitian terdahulu mengenai digitalisasi UMKM memiliki beberapa keterbatasan penting. Pertama, sebagian besar studi berfokus pada analisis adopsi teknologi secara umum tanpa mempertimbangkan dimensi gender yang memengaruhi aksesibilitas dan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital (Mastercard, 2021; ILO, 2020). Kedua, penelitian yang ada cenderung mengkaji platform e-commerce komersial, namun sangat terbatas dalam mengeksplorasi partisipasi UMKM, khususnya yang dipimpin perempuan, dalam sistem pengadaan barang/jasa pemerintah seperti E-Katalog (LKPP, 2023). Ketiga, pendekatan intervensi yang dikembangkan seringkali bersifat sektoral dan tidak terintegrasi dengan program pemberdayaan komunitas yang telah berjalan di tingkat lokal, seperti Jakpreneur.

Aspek krusial yang belum mendapat perhatian memadai dalam literatur adalah tantangan spesifik yang dihadapi oleh pelaku UMKM perempuan dalam mengakses dan memanfaatkan ekosistem bisnis digital. Data dari Dinas PPKUKM DKI Jakarta (2023) menunjukkan bahwa sekitar 65% anggota komunitas Jakpreneur Pasar Minggu adalah perempuan, namun hanya 22% di antara mereka yang aktif menggunakan platform digital untuk mengembangkan usaha. Kesenjangan ini mengindikasikan adanya hambatan struktural yang lebih kompleks, termasuk: (1) beban ganda (double burden) dalam mengelola usaha dan tanggung jawab domestik yang membatasi waktu untuk pembelajaran teknologi; (2) rendahnya kepercayaan diri (digital confidence) dalam mengoperasikan platform digital akibat minimnya paparan teknologi sejak dini; (3) terbatasnya akses terhadap jaringan bisnis dan mentor yang dapat memberikan pendampingan teknis secara berkelanjutan; dan (4) kesulitan memahami regulasi dan prosedur administratif yang kompleks dalam sistem pengadaan digital pemerintah.

Penelitian terdahulu belum secara memadai mengeksplorasi bagaimana hambatan-hambatan ini saling berinteraksi dan memengaruhi partisipasi perempuan pelaku UMKM dalam platform strategis seperti E-Katalog. Menurut laporan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP, 2023), jumlah UMKM yang tergabung dalam E-Katalog masih jauh dari target yang diharapkan, dengan partisipasi UMKM perempuan bahkan lebih rendah lagi yakni hanya mencapai 15% dari total mitra E-Katalog. Hal ini disebabkan oleh proses administrasi yang dianggap kompleks, kurangnya sosialisasi yang responsif gender, serta minimnya dukungan teknis yang mempertimbangkan konteks sosial-ekonomi perempuan pelaku usaha.

Kegagalan dalam mengatasi hambatan digital yang dihadapi UMKM perempuan akan menimbulkan konsekuensi serius pada berbagai tingkatan. Pada tingkat individu, perempuan pelaku usaha akan terus terperangkap dalam pola bisnis tradisional dengan jangkauan pasar terbatas, margin keuntungan rendah, dan ketergantungan pada intermediari yang menggerus pendapatan mereka. Kondisi ini memperburuk kerentanan ekonomi perempuan dan menghambat upaya peningkatan kesejahteraan keluarga.

Pada tingkat komunitas, kesenjangan digital gender akan memperlebar disparitas ekonomi dan memperkuat stereotip bahwa perempuan kurang mampu beradaptasi dengan teknologi. Hal ini tidak hanya merugikan individu, tetapi juga mengurangi potensi kontribusi ekonomi komunitas secara keseluruhan. Lebih lanjut, pada tingkat nasional, ketidaksetaraan akses terhadap peluang ekonomi digital akan menghambat pencapaian target pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan yang menjadi prioritas dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024.

Dari perspektif kebijakan pengadaan publik, minimnya partisipasi UMKM perempuan dalam E-Katalog berarti hilangnya peluang untuk mendiversifikasi basis pemasok pemerintah dan mempromosikan praktik pengadaan yang lebih inklusif. Padahal, penelitian menunjukkan bahwa keberagaman pemasok tidak hanya meningkatkan kompetisi dan efisiensi, tetapi juga berkontribusi pada distribusi manfaat ekonomi yang lebih merata di masyarakat (World Bank, 2020).

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengisi kekosongan pengetahuan dan praktik yang telah diidentifikasi. Secara spesifik, program ini memberikan kontribusi pada desain kebijakan digital UMKM nasional melalui beberapa aspek:

Pertama, program ini menghasilkan model pelatihan responsif gender yang dapat menjadi rujukan dalam pengembangan program digitalisasi UMKM di berbagai wilayah. Model ini tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga mempertimbangkan konteks sosial-budaya dan keterbatasan yang dihadapi perempuan pelaku usaha, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi aktif mereka.

Kedua, program ini menyediakan data empiris mengenai efektivitas pendekatan pendampingan berbasis komunitas (community-based approach) dalam meningkatkan literasi digital dan partisipasi UMKM perempuan di E-Katalog. Temuan ini dapat menjadi masukan bagi LKPP dan kementerian terkait dalam merevisi strategi sosialisasi dan onboarding yang lebih inklusif.

Ketiga, melalui kolaborasi dengan program Jakpreneur yang merupakan inisiatif pemerintah daerah, pengabdian ini mendemonstrasikan model kemitraan

antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas dalam mendorong transformasi digital yang berkelanjutan. Model kolaborasi ini sejalan dengan prinsip Pentahelix dalam ekosistem inovasi nasional.

Keempat, program ini berkontribusi pada pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi dan implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), di mana mahasiswa dan dosen terlibat langsung dalam menyelesaikan permasalahan nyata di masyarakat. Pengalaman ini memperkuat relevansi pendidikan tinggi dengan kebutuhan pembangunan ekonomi inklusif.

Berdasarkan analisis gap dan urgensi di atas, program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan intensif dan pendampingan berkelanjutan kepada pelaku UMKM perempuan di komunitas Jakpreneur Pasar Minggu agar mereka dapat menjadi mitra yang aktif dan kompetitif di platform E-Katalog. Program ini mencakup: (1) penguatan literasi digital melalui pelatihan berbasis praktik; (2) pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital dan optimalisasi platform marketplace; (3) pendampingan teknis dalam proses registrasi dan pengelolaan produk di E-Katalog; serta (4) pembangunan jaringan dukungan (support network) antar pelaku usaha untuk keberlanjutan pembelajaran.

Dengan pendekatan yang berbasis pada kebutuhan nyata di lapangan dan responsif terhadap tantangan spesifik yang dihadapi perempuan, diharapkan program ini dapat memberikan solusi konkret dan berkelanjutan. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model replikabel yang dapat diadaptasi di berbagai komunitas UMKM lainnya, sehingga akselerasi digitalisasi inklusif dalam sektor usaha kecil dan menengah dapat semakin luas dan berdampak signifikan bagi perekonomian nasional.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang mengintegrasikan metode kualitatif dengan pelatihan terstruktur. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada produksi pengetahuan, tetapi juga pada upaya menciptakan perubahan sosial yang relevan dengan kebutuhan peserta melalui proses kolaboratif dan partisipatif (Cornish et al., 2023; Mallory, 2024). PAR dipilih karena menempatkan anggota komunitas sebagai mitra aktif dalam proses identifikasi masalah, pengambilan keputusan, pelaksanaan tindakan, hingga evaluasi hasil kegiatan yang dituangkan dalam format kegiatan Focus Group Discussion (FGD).

Kegiatan dilaksanakan pada 21 Januari 2025 di Aula Lantai 4 Kantor Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, dengan tema “Literasi Digital dan Kemitraan E-Katalog bagi UMKM.” Mitra kegiatan adalah Komunitas Jakpreneur Kecamatan Pancoran yang berada di bawah naungan Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Selatan. Sebanyak 20 pelaku UMKM perempuan berpartisipasi dalam program ini. Jumlah peserta tersebut dipilih agar memungkinkan pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) secara efektif melalui pembagian ke dalam empat kelompok kecil yang masing-masing terdiri atas lima peserta.

Pelaksanaan program mengikuti siklus PAR yang terdiri atas empat tahapan utama, yaitu perencanaan (planning), tindakan (action), observasi (observation), dan refleksi (reflection). Pada tahap perencanaan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak Kecamatan Pancoran dan pengelola komunitas Jakpreneur untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta terkait digitalisasi usaha dan

akses terhadap platform E-Katalog. Tahap ini juga mencakup penyusunan desain kegiatan, pengembangan instrumen diskusi, penentuan fasilitator, serta penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik pelaku UMKM perempuan.

Tahap tindakan diwujudkan melalui pelaksanaan FGD dan pelatihan teknis. Kegiatan diawali dengan pembukaan resmi oleh Camat Pancoran yang memberikan arahan mengenai pentingnya transformasi digital bagi UMKM. Selanjutnya, peserta mengikuti FGD yang difasilitasi oleh tim pengabdian Universitas Nasional yang dipimpin oleh Meranti serta didukung oleh empat mahasiswa sebagai fasilitator kelompok. Dalam sesi ini, peserta berdiskusi mengenai berbagai kendala yang mereka hadapi dalam mengadopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha. Setiap kelompok menggunakan analisis SWOT sederhana untuk memetakan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang memengaruhi proses digitalisasi usaha mereka.

Tahap observasi dilakukan selama proses diskusi dan pelatihan berlangsung. Fasilitator mencatat berbagai temuan penting yang muncul dari setiap kelompok, termasuk bentuk hambatan literasi digital, kendala operasional penggunaan marketplace, serta persoalan legalitas dan perizinan usaha. Data yang diperoleh kemudian disintesis untuk mengidentifikasi pola-pola umum, kebutuhan prioritas peserta, dan faktor-faktor yang memengaruhi rendahnya partisipasi UMKM perempuan dalam ekosistem bisnis digital. Temuan tersebut menjadi data dasar (baseline data) yang digunakan untuk menyesuaikan materi pelatihan dengan kondisi nyata yang dihadapi peserta.

Tahap refleksi dilaksanakan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai. Pada tahap ini, tim pengabdian bersama peserta mengevaluasi hasil diskusi dan pelatihan, mengidentifikasi pengetahuan baru yang diperoleh, serta mendiskusikan langkah-langkah lanjutan yang diperlukan untuk meningkatkan kesiapan peserta menjadi mitra E-Katalog. Refleksi juga digunakan untuk menilai relevansi materi yang diberikan dan merumuskan rekomendasi program pendampingan berkelanjutan yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM perempuan. Proses refleksi ini menjadi bagian penting dari PAR karena memungkinkan peserta berperan aktif dalam menghasilkan solusi yang kontekstual dan aplikatif bagi pengembangan usaha mereka (Cornish et al., 2023; Mallory, 2024).

Setelah tahapan FGD selesai, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi dan pelatihan platform E-Katalog yang disampaikan oleh Tim Ahli Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP), Ongky Abdi Nwari. Materi pelatihan meliputi pengenalan sistem E-Katalog, prosedur registrasi dan verifikasi mitra, strategi optimalisasi katalog produk, serta tata kelola transaksi dengan instansi pemerintah. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui demonstrasi langsung penggunaan platform dan sesi tanya jawab untuk memastikan peserta memahami prosedur teknis yang diperlukan. Secara keseluruhan, program ini menerapkan prinsip andragogi, kolaborasi multi-pemangku kepentingan, dan pendekatan responsif gender yang mempertimbangkan kondisi sosial-ekonomi serta keterbatasan waktu yang dihadapi oleh perempuan pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Pembukaan*

Tahapan pertama pada kegiatan ini diawali dengan agenda pembukaan.

Kegiatan secara formal dibuka oleh Camat Pancoran pada pukul 09.00 WIB di Aula lantai 4 Kantor Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan. Pada tahap ini, Camat memberikan sambutan sekaligus apresiasi terhadap program yang diinisiasi oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional untuk memberikan pelatihan kepada Komunitas Binaan UMKM Jakarta Entrepreneur (Jakpreneur). Lalu sambutan dilanjutkan oleh Ketua Tim Pengabdian Masyarakat, Meranti, S.I.Kom, M.Si. Dengan membahas tujuan dan kebermanfaat program, serta menyampaikan peserta yang akan terlibat dalam kegiatan, dan juga persiapan sarana dan prasana yang akan digunakan.

Gambar 1. Kata Sambutan dari Camat Pancoran Jakarta Selatan



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025

2. Focus Group Discussion (FGD)

Tahapan Kedua, dilanjutkan dengan Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan sebanyak 20 orang pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tergabung dalam komunitas Jakpreneur di wilayah Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan. Jakpreneur (Jakarta Entrepreneur) merupakan sebuah program yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta yang bertujuan demi mengembangkan serta mendukung para Usaha Mikro, Kecil, hingga Menengah (UMKM) di setiap wilayah Jakarta (Dini, 2022). Program yang ditawarkan Jakpreneur mulai dari fasilitas seperti pelatihan, pendampingan, akses permodalan, dan pemasaran guna membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan bisnis yang dijalani mereka baik secara penjualan lokal maupun penjualan internasional (Fadhila & Hanri, 2025).

Mayoritas peserta adalah perempuan (sekitar 90%) dengan rentang usia antara 30–55 tahun, mencerminkan karakteristik umum pelaku usaha mikro di wilayah urban. Jenis usaha yang dijalankan bervariasi, meliputi sektor kuliner rumahan, fesyen, kerajinan tangan, serta jasa kecantikan dan perawatan tubuh. Seluruh peserta berdomisili di wilayah Jakarta Selatan, khususnya di Kecamatan Pancoran, dan merupakan pelaku usaha yang menjalankan kegiatan bisnisnya dari rumah atau lingkungan sekitar.

Adapun profil dan jenis usaha informan pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Profil Informan (Peserta Pengusaha UMKM)

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jenis Usaha
1	D.F.	30 tahun	Perempuan	Menjual produk affiliate
2	A.R.S.	50 tahun	Perempuan	Kuliner
3	M.	50 tahun	Perempuan	Kuliner
4	S.F.	46 tahun	Perempuan	Warung Sembako dan Herbal
5	A.	40 tahun	Perempuan	Kuliner
6	T.S.	-	Perempuan	Kuliner
7	I.A.I.D.	55 tahun	Perempuan	Bakery, Cake and Cookies
8	A.	25 tahun	Perempuan	Fahion
9	B.F.	-	Perempuan	Kuliner
10	M.	46 tahun	Perempuan	Kuliner
11	I.D.	48 tahun	Perempuan	Kuliner
12	N.Y.H.	49 tahun	Perempuan	Kuliner
13	J.A.	26 tahun	Perempuan	FnB (pemppek frozen)
14	F.A.	41 thn	Perempuan	Baju rumahan
15	H.D.	45 thn	Laki-laki	Kuliner (bawang goreng dan nasi tim ayam jamur)
16	S.	53 thn	Perempuan	Kuliner (kue basah)
17	T.P.	-	Perempuan	Kuliner
18	R.	54 thn	Perempuan	Bawang hitam
19	M.K.	48 thn	Perempuan	Fashion
20	M.R	40 thn	Laki-laki	Catering

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025



Gambar 1 Diskusi Kendala pelaku UMKM

Sumber: Dokumentasi peneliti, 2025

Dalam sesi diskusi kelompok, peserta dibagi menjadi 4 kelompok kecil yang terdiri dari 5 orang. Dari masing-masing kelompok, peserta diminta untuk menceritakan kendala-kendala yang mereka hadapi selama menjadi pelaku UMKM

di era digital, khususnya dalam hal mengadopsi teknologi untuk menjangkau konsumen di pasar online. Adapun kendala-kendala tersebut terdiri dari beberapa kategori yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

Gambar 2 Focus Group Discussion Kelompok 3



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

A. Kesenjangan Digital

Berdasarkan rentang usia informan, rata-rata usia peserta lebih dari 40 tahun ke atas dan hanya terdapat tiga peserta yang berusia di bawah 30 tahun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM perempuan masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Ina Ayu Irastina (55 tahun, *Bakery, Cake & Cookies*) menyatakan, *“Keterbatasan usia membuat saya susah dalam memahami fitur-fitur yang ada di dalam marketplace. Saya menggunakan e-katalog, Shopee, dan Tokopedia, tapi sulit untuk memahami semua fiturnya.”* Berdasarkan analisis peneliti, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa marketplace masih dipersepsikan sulit digunakan karena kompleksitas fitur dan rendahnya kemampuan adaptasi digital pada peserta usia lanjut. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan rendahnya *perceived ease of use* sehingga pengguna merasa teknologi digital belum mudah dipahami maupun dioperasikan secara optimal.

Kendala serupa juga dihadapi oleh peserta lain yang masih kesulitan mengikuti perkembangan teknologi digital. Richard Jonson (*Pastry*) mengungkapkan, *“Saya hanya bergantung pada penjualan di toko dan promosi dari mulut ke mulut karena tidak memahami digitalisasi dan pemasaran online.”* Hal yang sama juga dialami oleh Siti Fitroh (46 tahun, *Warung Sembako & Herbal*) yang menyatakan, *“Saya butuh literasi marketing karena hanya bisa menjual dari mulut ke mulut. Ingin menjual melalui TikTok Shop pun sulit karena ada syarat minimal followers.”* Berdasarkan analisis peneliti, penggunaan metode pemasaran tradisional seperti *word of mouth* masih dipilih karena peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai manfaat dan strategi pemasaran digital. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* terhadap teknologi digital belum terbentuk secara maksimal karena peserta belum

sepenuhnya merasakan manfaat praktis marketplace dan media sosial dalam mendukung peningkatan penjualan usaha mereka.

Selain faktor literasi digital, hambatan lain yang ditemukan adalah kurangnya konsistensi dalam membuat konten promosi digital akibat kesibukan dan rendahnya kreativitas digital. Henru Dianika (45 tahun, *Kuliner*) menyatakan, “*Saya bingung membuat konten menarik dan juga malas serta tidak konsisten mengunggah postingan karena kesibukan.*” Berdasarkan ungkapan tersebut, hambatan ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh motivasi, rasa percaya diri, dan kesiapan psikologis pengguna dalam mengelola media digital. Dalam perspektif TAM, kondisi ini berkaitan dengan sikap terhadap penggunaan teknologi (*attitude toward using*), di mana rasa bingung dan kurang percaya diri menyebabkan penggunaan media digital menjadi tidak konsisten.

Temuan FGD juga menunjukkan bahwa pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan penggunaan e-commerce masih menjadi tantangan besar bagi peserta UMKM perempuan berusia di atas 40 tahun. Mutiara Kurniawati (48 tahun, *Fashion*) menyatakan, “*Saya masih kurang memahami beberapa fitur dan strategi pemasaran yang menarik, sehingga penggunaan e-commerce belum maksimal.*” Berdasarkan analisis peneliti, kondisi ini memperlihatkan bahwa kesenjangan digital tidak hanya berkaitan dengan akses teknologi, tetapi juga kemampuan pengguna dalam memahami dan memanfaatkan teknologi secara efektif untuk mendukung usaha mereka. Dalam perspektif TAM, rendahnya pemahaman tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi masih rendah sehingga penggunaan e-commerce belum dilakukan secara optimal.

B. Operasional

Gambar 3 Focus Group Discussion Kelompok 4



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil penelitian, kendala operasional dalam penggunaan marketplace dan platform digital menunjukkan bahwa sistem digital belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan operasional pelaku UMKM perempuan.

Dalam perspektif TAM, kondisi ini berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi dalam mendukung aktivitas bisnis mereka.

Murniati (50 tahun, *Kuliner*) menjelaskan, "*Uang hasil penjualan di marketplace tidak langsung cair, tapi butuh customer review atau konfirmasi penerimaan paket terlebih dahulu.*" Berdasarkan analisis peneliti, sistem pencairan dana marketplace dianggap kurang fleksibel bagi UMKM yang membutuhkan perputaran modal secara cepat. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan rendahnya *perceived ease of use* karena prosedur pencairan dana dipersepsikan rumit dan kurang praktis sehingga memengaruhi kenyamanan pengguna dalam menggunakan marketplace secara berkelanjutan.

Selain itu, persyaratan teknis dalam penggunaan platform digital juga menjadi hambatan tersendiri bagi pelaku UMKM perempuan. Ade (40 tahun, *Kuliner*) menjelaskan, "*Live di TikTok cukup efektif, tapi syarat minimal followers 1000 cukup sulit dicapai jika tidak tahu cara mendapatkannya.*" Berdasarkan analisis peneliti, pelaku UMKM sebenarnya telah memahami bahwa fitur *live selling* dapat meningkatkan penjualan, tetapi keterbatasan pengetahuan mengenai strategi digital membuat mereka kesulitan memenuhi persyaratan platform. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* terhadap fitur digital sudah terbentuk, tetapi *perceived ease of use* masih rendah karena sistem platform dianggap kompleks dan sulit dijangkau oleh pengguna.

Di sisi lain, penggunaan marketplace dan media sosial juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan UMKM. Afifah (25 tahun, *Online Fashion Retail*) mengatakan, "*Kami belum memiliki karyawan, padahal sejak fokus live di media sosial dan marketplace, penjualan naik 200%.*" Berdasarkan analisis peneliti, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital mampu memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan performa bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan tingginya *perceived usefulness* karena pengguna telah merasakan dampak positif penggunaan teknologi terhadap peningkatan penjualan usaha. Namun demikian, peningkatan penjualan juga memunculkan tantangan operasional baru berupa keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola aktivitas *live selling* dan peningkatan pesanan.

Hambatan operasional lainnya juga terlihat pada penggunaan platform layanan antar makanan seperti ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood. Ana Rosma Sofia (50 tahun, *Kuliner*) mengatakan, "*Pajak aplikasi terlalu tinggi di ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood. Banyak pelanggan lebih memilih membeli langsung karena harga jauh lebih murah.*" Berdasarkan analisis peneliti, tingginya biaya potongan aplikasi menyebabkan pelaku UMKM merasa keuntungan usaha menjadi berkurang sehingga penggunaan platform digital dianggap kurang menguntungkan. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan menurunnya *perceived usefulness* karena teknologi belum dipersepsikan memberikan efisiensi ekonomi yang maksimal bagi pengguna.

C. Legalitas dan Perizinan

Gambar 4 Focus Group Discussion Kelompok 3



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kendala legalitas dan perizinan juga memengaruhi penerimaan teknologi digital pada pelaku UMKM perempuan. Rosmailita (54 tahun, *Bawang Hitam*) mengatakan, “Saya sudah mendatangi beberapa tempat untuk mengurus legalitas seperti sertifikasi Halal, BPOM, dan HAKI, tetapi malah dipersulit.” Berdasarkan analisis peneliti, proses legalitas dipersepsikan rumit dan memakan waktu sehingga pelaku UMKM merasa kesulitan dalam memenuhi persyaratan administratif usaha. Dalam perspektif TAM, kondisi ini menunjukkan rendahnya *perceived ease of use* karena sistem legalitas belum dianggap mudah dipahami dan dijalankan oleh pelaku UMKM.

Kendala serupa juga dirasakan oleh Mohamad Rifqi (40 tahun, *Catering*) yang menyatakan, “Mengurus legalitas bisnis seperti sertifikasi Halal dan BPOM itu sulit dan sering dipersulit pihak berwenang.” Berdasarkan analisis peneliti, hambatan legalitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh lemahnya dukungan kelembagaan dan kompleksitas birokrasi. Dalam perspektif TAM, kondisi ini memengaruhi *perceived usefulness* karena meskipun legalitas usaha memiliki manfaat penting untuk memperluas akses pasar dan mendukung integrasi UMKM ke platform digital seperti E-Katalog, proses yang dianggap rumit membuat manfaat tersebut belum sepenuhnya dirasakan oleh pelaku usaha.

Pemetaan Kendala dan Hambatan yang dihadapi pelaku usaha

Berikut ini merupakan rangkuman hasil temuan penelitian yang dirangkum ke dalam tabel dan grafis. Informasi ini dikumpulkan berdasarkan testimoni peserta pada saat proses FGD, yang kemudian dicatat dan dianalisis oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 2 Rangkuman Testimoni Hambatan Adopsi Teknologi dari Peserta FGD

No	Data Peserta	Diri	Jenis Usaha	Kategori Kendala	Testimoni
1	I.A.I D P)	(55,	Bakery, Cake & Cookies	Kesenjangan Digital	“Keterbatasan usia membuat saya susah memahami fitur-fitur di marketplace seperti Shopee dan Tokopedia.”
2	R.J (-, L)		Pastry	Kesenjangan Digital	“Saya hanya bergantung pada penjualan di toko dan promosi

				dari mulut ke mulut karena tidak memahami digitalisasi.”
3	S.F (46, P)	Warung Sembako & Herbal	Kesenjangan Digital	“Saya butuh literasi marketing. TikTok Shop sulit karena ada syarat minimal followers.”
4	H.D (45, L)	Bawang goreng & Nasi tim	Literasi Digital	“Bingung membuat konten menarik, malas, dan tidak konsisten posting karena kesibukan.”
5	M.K (48, P)	Fashion	Literasi Digital	“Masih kurang memahami fitur dan strategi pemasaran, e-commerce belum maksimal.”
6	A. (40, P)	Kuliner	Operasional	“Live di TikTok efektif, tapi syarat minimal followers 1000 cukup sulit dicapai.”
7	A. (25, P)	Fashion	Operasional	“Tidak ada karyawan, padahal penjualan naik 200% setelah live di media sosial.”
8	M. (50, P)	Kuliner	Operasional	“Uang penjualan di marketplace tidak langsung cair, harus tunggu review pembeli.”
9	A.R.S (50, P)	Kuliner	Operasional	“Pajak aplikasi tinggi di ShopeeFood, GrabFood, GoFood. Pelanggan jadi pilih beli langsung.”
10	R. (54, P)	Bawang Hitam	Legalitas & Perizinan	“Mengurus sertifikasi Halal, BPOM, dan HAKI dipersulit, prosesnya berbelit-belit.”
11	M.R (40, L)	Catering	Legalitas & Perizinan	“Mengurus legalitas seperti Halal dan BPOM itu sulit, sering dipersulit pihak berwenang.”
12	J.A (26, P)	Pempek Frozen	Literasi Digital	“Saya tahu harus promosi digital, tapi bingung mulai dari mana.”
13	T. S (-, P)	Kuliner	Literasi Digital	“Lebih nyaman jual langsung. Online sering bingung klik ini itu, takut salah pencet.”

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari hasil *Focus Group Discussion* (FGD) bersama 20 pelaku UMKM komunitas Jakpreneur di Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, ditemukan bahwa mayoritas peserta mengalami berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha mereka. Masalah paling dominan adalah literasi digital, terutama dalam memahami dan mengoperasikan fitur marketplace dan media sosial. Selain itu, beberapa informan menyuarakan kesulitan operasional teknis, kendala legalitas, hingga rendahnya konsistensi dalam promosi digital. Berdasarkan analisis peneliti, berbagai hambatan tersebut menunjukkan bahwa penerimaan teknologi pada UMKM perempuan tidak hanya dipengaruhi oleh akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh kemampuan pengguna dalam memahami teknologi, kesiapan operasional usaha, serta

dukungan kelembagaan yang memadai. Dalam perspektif TAM, ketika teknologi dipersepsikan sulit digunakan dan belum memberikan manfaat yang optimal, maka penggunaan teknologi digital cenderung tidak maksimal. Oleh karena itu, pelatihan literasi digital, pendampingan teknis, dan dukungan kelembagaan menjadi penting untuk meningkatkan penerimaan teknologi pada UMKM perempuan sehingga transformasi digital dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

3. Pelatihan Kemitraan E-Katalog

Tahap ketiga, Sesi pelatihan kemitraan E-Katalog disampaikan oleh Ongky Abdi Nwari, M. selaku Tim Ahli dari Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP).



Gambar 5. Pemaparan materi Pelatihan Kemitraan E-Katalog oleh Ongky Abdi Nwari.
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2025

Pemaparan materi dimulai dengan pengenalan komprehensif mengenai fungsi E-Katalog sebagai platform resmi belanja pemerintah yang memfasilitasi pengadaan barang dan jasa secara elektronik. Narasumber menjelaskan bahwa E-Katalog merupakan sistem informasi yang memuat daftar produk dari berbagai penyedia yang telah terverifikasi, sehingga memungkinkan instansi pemerintah melakukan pembelian secara langsung, transparan, dan efisien. Platform ini tidak hanya menyediakan akses ke pasar pemerintah yang bernilai besar setiap tahunnya, tetapi juga memberikan jaminan pembayaran yang lebih pasti dan proses transaksi yang terstandarisasi bagi pelaku UMKM.

Materi pelatihan dilanjutkan dengan penjelasan rinci mengenai proses registrasi bagi UMKM yang ingin menjadi mitra E-Katalog. Narasumber memaparkan tahapan teknis yang harus dilalui, dimulai dari persyaratan administratif seperti kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikat standar produk, dan dokumen legalitas usaha lainnya. Peserta juga diberikan panduan langkah demi langkah dalam melakukan pendaftaran akun melalui portal E-Katalog, proses verifikasi identitas dan produk, serta cara mengunggah katalog produk dengan deskripsi dan spesifikasi yang memenuhi standar pemerintah. Selain aspek teknis, narasumber juga menekankan pentingnya strategi penetapan harga yang kompetitif, pengelolaan stok, dan responsivitas dalam menangani pesanan dari instansi pemerintah guna mempertahankan reputasi sebagai mitra yang terpercaya.

Sesi ini disampaikan secara interaktif melalui presentasi visual, demonstrasi langsung navigasi platform E-Katalog, serta studi kasus nyata dari UMKM yang telah berhasil memanfaatkan sistem tersebut untuk ekspansi bisnis mereka. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi mengenai kendala-

kendala spesifik yang mereka antisipasi, sehingga narasumber dapat memberikan solusi dan saran praktis yang relevan dengan kondisi masing-masing pelaku usaha. Di akhir sesi, peserta menerima modul pelatihan dan panduan teknis yang dapat dijadikan referensi dalam proses pendaftaran dan pengelolaan akun E-Katalog mereka di masa mendatang.

Berdasarkan hasil diskusi dan pelaksanaan pelatihan, ditemukan bahwa sebagian besar peserta UMKM perempuan yang berusia di atas 40 tahun masih mengalami kesulitan dalam memahami navigasi dan fitur-fitur teknis pada platform digital, termasuk E-Katalog. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya membutuhkan pelatihan literasi digital, tetapi juga dukungan sistem teknologi yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna. Oleh karena itu, diperlukan solusi kebijakan berupa simplifikasi antarmuka (*user interface*) E-Katalog agar lebih ramah, intuitif, dan mudah digunakan oleh pelaku UMKM usia 40 tahun ke atas, misalnya melalui penyederhanaan menu, penggunaan bahasa yang lebih komunikatif, panduan visual yang lebih jelas, serta fitur pendampingan digital yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna lanjut usia.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif berbasis riset aksi (*participatory action research*) yang mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan pelatihan terstruktur. Hasil kegiatan mengungkap bahwa adopsi teknologi digital di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya perempuan anggota komunitas Jakpreneur di Jakarta Selatan, masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan saling terkait. Hambatan-hambatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan persoalan struktural, sosial, dan kultural yang menghambat akselerasi digitalisasi sektor UMKM perempuan. Melalui Focus Group Discussion (FGD) dengan empat kelompok diskusi dan sesi pelatihan E-Katalog oleh Tim Ahli Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP), program ini berhasil mengidentifikasi akar permasalahan sekaligus membuka wawasan peserta mengenai peluang strategis dalam ekosistem pengadaan digital pemerintah.

Program ini berhasil mengidentifikasi bahwa rendahnya literasi digital, keterbatasan pemahaman terhadap marketplace dan media sosial, beban ganda perempuan, kendala operasional platform digital, serta kompleksitas birokrasi legalitas usaha menjadi penghalang utama partisipasi aktif UMKM perempuan dalam ekosistem bisnis digital. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM perempuan yang berusia di atas 40 tahun cenderung mengalami kesulitan dalam memahami fitur digital, strategi pemasaran online, dan prosedur administratif berbasis teknologi. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi UMKM perempuan tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan akses teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia, dukungan kelembagaan, dan kemampuan adaptasi terhadap transformasi digital.

Pelatihan E-Katalog memberikan pemahaman awal yang cukup baik mengenai peluang pasar pengadaan pemerintah, mekanisme registrasi, serta tata kelola transaksi digital. Namun, hasil FGD menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara potensi peluang digital dengan kesiapan teknis dan operasional pelaku UMKM perempuan. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM perempuan

memerlukan pendekatan yang responsif gender, kontekstual, partisipatif, dan berkelanjutan dengan mengintegrasikan pelatihan terstruktur, pendampingan teknis, serta dukungan operasional jangka panjang agar peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara nyata dalam aktivitas usaha mereka.

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan: (1) mengembangkan program pendampingan intensif pasca-pelatihan yang mencakup asistensi teknis registrasi E-Katalog hingga pelaku usaha berhasil aktif dan mampu bertransaksi secara mandiri di platform; (2) merancang modul pelatihan lanjutan yang fokus pada produksi konten digital sederhana, strategi media sosial, dan manajemen waktu bagi pelaku usaha dengan beban ganda; (3) memfasilitasi proses perizinan produk melalui kolaborasi dengan instansi terkait untuk menyederhanakan prosedur bagi UMKM berbasis rumah tangga; (4) membangun sistem mentoring berbasis komunitas (peer-to-peer) di mana pelaku UMKM yang lebih mahir dapat mendampingi rekan mereka; (5) melakukan monitoring dan evaluasi berkala untuk mengukur peningkatan partisipasi UMKM perempuan di platform digital dan E-Katalog sebagai indikator keberhasilan program; serta (6) mendorong simplifikasi antarmuka (user interface) E-Katalog agar lebih ramah, sederhana, dan mudah dipahami oleh pengguna usia 40 tahun ke atas melalui penyederhanaan navigasi, panduan visual, dan fitur bantuan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna lanjut usia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., & Mahanani, E. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan, teknologi informasi dan karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner Kelapa Gading, Jakarta Utara. *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, 5(3).
- Antarnews.com. (2023, December 28). Peneliti Indef: Baru 22 juta UMKM yang sudah "go digital". <https://www.antarnews.com/berita/3891396/peneliti-indef-baru-22-juta-umkm-yang-sudah-go-digital>
- Azizah, I., & Huda, M. (2022). Pengaruh content marketing of TikTok dan e-WOM terhadap brand awareness dan minat beli produk UMKM sektor kuliner di Kabupaten Pasuruan. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 6(2). <https://doi.org/10.29408/jpek.v6i2.6336>
- Cornish, F., Breton, N., Moreno-Tabarez, U., Delgado, J., Rua, M., de-Graft Aikins, A., & Hodgetts, D. (2023). Participatory action research. *Nature Reviews Methods Primers*, 3(1). <https://doi.org/10.1038/s43586-023-00214-1>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Dhyah, Davis, Winarko, Susanti, & Lasmery. (2024). Mengulik peran pelaku UMKM perempuan dalam adopsi inovasi digital: Studi literatur dan konfirmasi pakar. *Jurnal Wacana*, Universitas Moestopo.
- Dinas PPKUKM DKI Jakarta. (2023). Laporan data pelaku UMKM komunitas Jakpreneur Pasar Minggu. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
- Dini, A. H. (2022). Implementasi Program Jakpreneur pada UMKM Binaan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah di Kecamatan Tanjung Priok. *Jurnal Transformasi Administrasi*, 12(1), 97–107.
- Fadhila, F. K., & Hanri, M. (2025). Efek Program Pendampingan UMKM terhadap Performa Ketahanan Pendapatan dan Penyerapan Tenaga Kerja UMKM: Studi kasus Program JAKPRENEUR DKI Jakarta. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*,

- 19(2).
- Ferdiansyah, F. (2025, May 4). 401.738 warga Jakarta tergabung di Jakpreneur, fokus UMKM naik kelas. Poskota.co.id.
<https://www.poskota.co.id/2025/05/04/401738-warga-jakarta-tergabung-di-jakpreneur-fokus-umkm-naik-kelas>
- International Labour Organization (ILO). (2020). COVID-19 and the world of work: Impact and policy responses. ILO.
- Istanto, T., Pratama, A. R., & Hidayat, T. (2024). Analisis pola usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Karanganyar dalam keberhasilan penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dengan formal concept analysis (FCA). *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 23(1).
<https://doi.org/10.32409/jikstik.23.1.3534>
- Jasmine, T. F. (2021). Analisis hukum terhadap urgensi pendaftaran merek bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Studi putusan nomor 646 K/Pst. Sus-HKI/2021). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 2(3), 644–652.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Laporan perkembangan digitalisasi UMKM di Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kusumawardani, A. P., Sholawati, A., Rachmah, A. A., Adiputra, D. B., Lestari, F., Prasetyo, M. E., & Khairina, D. M. (2022). Analisis kemudahan pengguna aplikasi GO-JEK di Samarinda menggunakan metode Technology Acceptance Model 2. *Adopsi Teknologi dan Sistem Informasi (ATASI)*, 1(2), 122–128.
<https://doi.org/10.30872/atasi.v1i2.424>
- Laurencia, A. (2022). Implementasi difusi inovasi pemberdayaan UMKM perempuan oleh Femalepreneur melalui program Jakpreneur Champion Bootcamp. LSPR Communication & Business Institute.
- Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP). (2023). Laporan partisipasi UMKM dalam sistem E-Katalog. LKPP.
- Mallory, D. B. (2024). Participatory Action Research. In *Elgar Encyclopedia of Organizational Psychology*. <https://doi.org/10.4337/9781803921761.00093>
- Mansyur, A., Mustafa, Y., Umar Data, M., Sulfati, A., Djamali, H., & Bongaya Makassar, S. (2024). Pelatihan peningkatan kualitas sumber daya manusia di era digital pada UMKM. *Jurnal JPPMI*, 3(1). Universitas Gajah Putih.
- Manuel Barbosa Guerrero, L., Jamith Palacios Roza, J., & Castro Alfaro, A. (2023). Technology Acceptance Model (TAM) applied to microbusinesses: A bibliometric analysis. *Russian Law Journal*, 11(2). <https://orcid.org/0000-0002-0871-8637>
- Mastercard. (2021). The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2021. Mastercard.
- Muhammad, A. (2023). Rendahnya partisipasi perempuan dalam adopsi teknologi informasi pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Parlyna, A., & Girsang, L. R. (2024). Mengulik peran pelaku UMKM perempuan dalam adopsi inovasi digital. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 23(2), 219–304.
- Pramesti, M. (2024). Strategi respon atas digitalisasi bisnis pada perempuan pelaku usaha mikro dan kecil. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 17(2), 123–134.
- Rahman, A., Susanti, D. A., Sinaga, A., Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, S., Almuslim Aceh, I., Jami, S., & Mahmudiyah Tanjung Morawa. (2022). Analisis pengembangan UMKM di era new normal dengan prinsip syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2).

- Ramadhani, D. P., Rachmawati, I., Dudija, N., Ayuningtias, H. G., Gunawan, A. A., & Dennyra, D. S. (2022). Acceleration of digital innovation & technology towards Society 5.0: Proceedings of the International Conference on Sustainable Collaboration in Business, Information and Innovation (SCBTII 2021). Taylor & Francis.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). (2020). RPJMN 2020-2024. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas.
- Syamsuri, A. S., Ikbali, M., & Mustafa, S. W. (2024). Pengaruh UMKM berbasis digital terhadap penyerapan tenaga kerja di Kecamatan Masamba Kab. Luwu Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2249–2260.
- Triandini, E., Wijaya, I. G. N. S., Suniantara, I. K. P., & Setyohadi, D. B. (2022). Adoption technology at MSME: A conceptual model with TOE. In 2022 Seventh International Conference on Informatics and Computing (ICIC) (pp. 1–5). IEEE.
- Triandini, R., Wijaya, A., Suniantara, R., Sugiarto, S., & Setyohadi, D. (2023). Tantangan peningkatan keterampilan digital pada UMKM perempuan di Indonesia. *Jurnal Pengembangan UMKM*, 7(1), 12–25.
- UMKM.go.id. (2025, June 25). Perkuat UMKM perempuan, Kementerian UMKM luncurkan program LAKSMI. <https://share.google/QkYjHW7P9FVh81iPz>
- Widyassari, A. P., & Sirojunnafis, A. (2023). Pengembangan sistem informasi antrian pasien menggunakan Technology Acceptance Model. *JSITIK: Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Komputer*, 2(1), 54–67. <https://doi.org/10.53624/jsitik.v2i1.319>
- Wismiarsi, T., Harditya, A., Matahari, T., Pangaribuan, C. H., & Arsyadi, R. (2024). Pelatihan pemasaran dan komunikasi pemasaran digital bagi UMKM Jakpreneur di Duren Sawit. *Journal of Community Services: Sustainability & Empowerment*, 4(2).
- World Bank. (2020). Women, business and the law 2020. World Bank Publications.