



Pemberdayaan UMKM Berbasis Literasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal di Kota Makassar

Empowerment of MSMEs Based on Digital Literacy to Increase Local Economic Competitiveness in Makassar City

Andi Rahman¹

Universitas Hasanuddin, Makassar¹

Nur Aisyah²

Universitas Hasanuddin, Makassar²

Muhammad Fikri³

Universitas Hasanuddin, Makassar³

Siti Nurlina⁴

Universitas Hasanuddin, Makassar⁴

Surel Penulis Koresponden: andi.rahman@unhas.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Diterima: 12 Januari 2026
Direvisi: 28 Januari 2026
Disetujui: 10 Februari 2026
Dipublikasikan: 28 Februari 2026

KATA-KAT KUNCI

literasi digital; UMKM; pemberdayaan ekonomi; daya saing lokal; Kota Makassar

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas literasi digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar sebagai strategi penguatan daya saing ekonomi lokal. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di wilayah ini adalah rendahnya pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, pengelolaan keuangan, dan perluasan jaringan pasar. Metode yang digunakan mencakup pelatihan berbasis workshop, pendampingan intensif, dan evaluasi berbasis pre-test dan post-test terhadap 45 pelaku UMKM yang dipilih secara purposif dari tiga kecamatan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada rata-rata kompetensi digital peserta dari 29,2% menjadi 76,8%, atau meningkat sebesar 47,7 poin persentase. Peserta mampu mengoperasikan marketplace digital, mengelola akun media sosial bisnis, dan menggunakan aplikasi keuangan sederhana secara mandiri. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi berbasis literasi digital yang dirancang secara kontekstual dapat menjadi katalisator

pemberdayaan ekonomi masyarakat urban. Program ini direkomendasikan untuk direplikasi secara berkelanjutan dengan melibatkan ekosistem pentahelix yang lebih luas.

ABSTRACT

KEYWORDS

digital literacy; MSMEs; economic empowerment; local competitiveness; Makassar City

This community service activity aims to strengthen the digital literacy capacity of Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) actors in Makassar City as a strategy for enhancing local economic competitiveness. The primary challenge faced by MSMEs in this region is their limited understanding and utilization of digital technology in marketing, financial management, and market network expansion. The methodology employed encompasses workshop-based training, intensive mentoring, and pre-test and post-test evaluations involving 45 MSME owners selected purposively from three sub-districts. Results indicate a significant improvement in participants' average digital competency, rising from 29.2% to 76.8%, representing an increase of 47.7 percentage points. Participants demonstrated independent ability to operate digital marketplaces, manage business social media accounts, and use basic financial applications. These findings affirm that contextually designed digital literacy interventions can serve as a catalyst for urban community economic empowerment. The program is recommended for sustainable replication through a broader pentahelix ecosystem approach.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah merambah seluruh sektor kehidupan masyarakat global, termasuk ranah ekonomi kerakyatan yang direpresentasikan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM memegang peranan strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional, menyumbang lebih dari 61 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97 persen tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023). Namun demikian, di balik kontribusi yang besar tersebut, terdapat kesenjangan yang signifikan antara potensi UMKM dan kapasitas aktual yang dimiliki pelakunya, terutama dalam hal penguasaan teknologi digital. Kesenjangan ini menjadi hambatan struktural yang membatasi kemampuan UMKM untuk bersaing di era ekonomi berbasis platform.

Kota Makassar sebagai pusat perekonomian Kawasan Timur Indonesia memiliki jumlah UMKM yang terus bertumbuh, namun masih menghadapi persoalan mendasar terkait rendahnya literasi digital para pelakunya. Data Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar (2023) mencatat bahwa dari sekitar 126.000 unit UMKM yang terdaftar, hanya sekitar 18,3 persen yang secara aktif memanfaatkan platform digital untuk aktivitas bisnisnya. Kondisi ini menunjukkan gap yang lebar antara aksesibilitas teknologi dan kemampuan pemanfaatannya secara produktif. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan transaksi konvensional, jaringan pemasaran tatap muka yang terbatas, serta pencatatan keuangan yang belum terstandarisasi.

Kondisi masyarakat sasaran yang menjadi fokus kegiatan ini adalah pelaku UMKM di tiga kecamatan di Kota Makassar, yaitu Kecamatan Tamalate, Rappocini, dan Manggala. Observasi awal tim pelaksana menemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini bergerak di sektor kuliner, fashion, dan kerajinan tangan dengan skala usaha rumahan. Mereka umumnya memiliki latar belakang pendidikan menengah ke bawah, belum terpapar dengan ekosistem digital secara terstruktur, serta memiliki keterbatasan waktu dan modal untuk mengikuti pelatihan formal. Akibatnya, produk yang dihasilkan sulit menjangkau pasar yang lebih luas, omzet cenderung stagnan, dan daya saing terhadap produk luar daerah maupun produk impor semakin melemah (Hamzah & Syahrir, 2022).

Urgensi pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diperkuat oleh beberapa pertimbangan kritis. Pertama, percepatan adopsi teknologi digital pasca pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap persaingan bisnis secara fundamental, sehingga UMKM yang tidak mampu beradaptasi akan terancam termarginalisasi dari rantai nilai ekonomi digital (Rachman et al., 2022). Kedua, Program Strategis Nasional terkait ekonomi digital Indonesia 2025 menargetkan onboarding 30 juta UMKM ke platform digital, sehingga peningkatan literasi digital di akar rumput menjadi prasyarat mutlak (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Ketiga, riset menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital mengalami peningkatan pendapatan rata-rata 23 hingga 35 persen dibandingkan yang belum mengadopsinya (Purwanto et al., 2023) dan (Muhsyanur, Erny Rachmawati, Hardhani Widhiastuti, n.d.), sehingga intervensi pelatihan yang tepat sasaran memiliki dampak ekonomi yang terukur.

Berdasarkan landasan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dharma pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini merupakan manifestasi tanggung jawab institusi akademik dalam menjawab persoalan nyata yang dihadapi masyarakat (Muhsyanur, 2024; Muhsyanur et.al, 2025b). Program ini didesain dengan mengintegrasikan hasil riset terkini tentang model pelatihan literasi digital yang efektif untuk kelompok dewasa non-akademis (Sukamto & Wijayanti, 2023) dan (Muhsyanur et.al, 2025a), serta mentransformasikannya menjadi kurikulum pelatihan yang kontekstual dan aplikatif. Kegiatan ini juga merupakan wujud sinergi antara dunia akademik dan komunitas UMKM lokal dalam kerangka pemberdayaan ekonomi berbasis pengetahuan.

Relevansi kegiatan ini dengan pengembangan sumber daya manusia (SDM) terletak pada orientasinya yang bukan hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kapasitas individu secara berkelanjutan. Teori pemberdayaan yang dikemukakan oleh Freire (1970) menekankan bahwa transformasi manusia sejati terjadi ketika subjek memperoleh kesadaran kritis terhadap realitasnya dan memiliki kapasitas untuk mengubahnya. Dalam konteks ini, literasi digital bukan sekadar keterampilan operasional, melainkan instrumen pembebasan ekonomi yang memungkinkan pelaku UMKM keluar dari lingkaran keterbatasan akses pasar dan informasi. Dengan demikian, tujuan akhir dari pengabdian ini adalah terbentuknya SDM UMKM yang berdaya saing, adaptif

terhadap perubahan teknologi, dan mampu berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal Kota Makassar secara inklusif.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama empat bulan, mulai Maret hingga Juni 2024, berlokasi di tiga kelurahan di Kota Makassar, yakni Kelurahan Parang Tambung (Kec. Tamalate), Kelurahan Rappocini (Kec. Rappocini), dan Kelurahan Bangkala (Kec. Manggala). Desain kegiatan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif, bukan objek pasif pelatihan. Sasaran kegiatan adalah 45 pelaku UMKM yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria: memiliki usaha aktif minimal satu tahun, belum memiliki akun platform digital, bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, dan berdomisili di wilayah sasaran. Tahapan pelaksanaan terdiri atas empat fase: (1) Fase Asesmen Kebutuhan, meliputi survei baseline dan focus group discussion (FGD) untuk memetakan kondisi awal literasi digital peserta; (2) Fase Perancangan Kurikulum, yakni penyusunan modul pelatihan berbasis temuan asesmen yang mencakup enam topik utama: dasar-dasar internet bisnis, pemasaran media sosial, penggunaan marketplace (Tokopedia, Shopee, GoFood), pembuatan konten kreatif, pencatatan keuangan digital, dan strategi branding online; (3) Fase Pelatihan dan Pendampingan, berupa workshop tatap muka dua hari per topik dikombinasikan dengan sesi pendampingan mingguan secara daring melalui grup WhatsApp dan Zoom; serta (4) Fase Evaluasi dan Tindak Lanjut, yang menghasilkan laporan perkembangan individual dan rencana aksi bisnis digital.

Teknik evaluasi yang diterapkan bersifat multi-level mengacu pada model Kirkpatrick (1994). Level pertama (Reaksi) diukur melalui kuesioner kepuasan peserta setelah setiap sesi pelatihan. Level kedua (Pembelajaran) diukur menggunakan instrumen pre-test dan post-test terstandar yang mencakup aspek pengetahuan dan keterampilan digital. Level ketiga (Perilaku) dievaluasi melalui observasi langsung dan checklist perubahan praktik usaha peserta pasca pelatihan, seperti keberadaan akun marketplace aktif, aktivitas unggahan konten, dan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi. Level keempat (Hasil) dipantau melalui data omzet bulanan yang dilaporkan peserta secara mandiri menggunakan formulir digital terstruktur. Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan uji beda berpasangan (paired t-test), sedangkan data kualitatif dari FGD dan wawancara mendalam dianalisis menggunakan pendekatan tematik interpretatif. Validitas instrumen dijaga melalui proses expert judgment oleh dua praktisi pendidikan vokasional dan satu akademisi bidang teknologi informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kompetensi Literasi Digital Peserta

Pengukuran komprehensif melalui instrumen pre-test dan post-test mengungkap peningkatan kapasitas literasi digital yang substansial pada seluruh

dimensi yang diukur. Pada kondisi awal, rata-rata skor kompetensi digital peserta hanya berada pada angka 29,2 persen, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar peserta berada pada level literasi digital dasar atau bahkan pradasar. Keterbatasan ini tercermin dari ketidakmampuan peserta dalam melakukan unggah foto produk secara mandiri, menggunakan fitur story pada Instagram untuk promosi, hingga kesulitan mengoperasikan aplikasi pembayaran digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan Rahayu et al. (2022) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital pada pelaku UMKM tradisional bukan semata-mata akibat ketiadaan perangkat, melainkan lebih disebabkan oleh absennya pendampingan kontekstual yang memadai.

Setelah menjalani rangkaian pelatihan dan pendampingan selama empat bulan, rata-rata skor kompetensi digital peserta meningkat secara signifikan menjadi 76,8 persen. Peningkatan terbesar terjadi pada indikator pengelolaan konten promosi online dengan lonjakan 54,4 poin persentase, disusul kemampuan penggunaan marketplace digital sebesar 50,2 poin. Hasil uji paired t-test menunjukkan nilai t-hitung sebesar 18,74 dengan signifikansi $p < 0,001$, yang membuktikan bahwa peningkatan ini tidak terjadi secara kebetulan melainkan merupakan dampak langsung dari intervensi yang dilakukan. Data lengkap perbandingan sebelum dan sesudah kegiatan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Perbandingan Kompetensi Literasi Digital Peserta UMKM Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No.	Indikator Kompetensi	Rata-rata Pre-test (%)	Rata-rata Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman konsep literasi digital	38,4	82,7	+44,3
2	Kemampuan pemasaran media sosial	29,6	78,5	+48,9
3	Penggunaan marketplace digital	24,1	74,3	+50,2
4	Pencatatan keuangan berbasis aplikasi	31,2	71,8	+40,6
5	Pengelolaan konten promosi online	22,5	76,9	+54,4
Rata-rata Keseluruhan		29,2	76,8	+47,7

Sumber: Data primer hasil pre-test dan post

Distribusi peningkatan antar peserta juga memperlihatkan pola yang menarik. Sebanyak 38 dari 45 peserta (84,4%) mencapai kategori kompeten (skor post-test > 70%), sementara 7 peserta lainnya berada pada kategori cukup kompeten (skor 50-70%). Tidak ada peserta yang berada di bawah kategori cukup setelah pelatihan.

Keberhasilan ini tidak terlepas dari pendekatan andragogi yang digunakan, di mana materi dirancang bertitik tolak dari pengalaman dan konteks usaha nyata masing-masing peserta, sehingga relevansi konten pelatihan dirasakan langsung oleh mereka (Knowles, 1980 dalam Hanafi & Suryadi, 2023).

Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa model pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on learning*) yang diintegrasikan dengan pendampingan berkelanjutan jauh lebih efektif dibandingkan pelatihan konvensional berbasis ceramah. Hasil ini juga konsisten dengan studi meta-analisis yang dilakukan oleh Indrawati et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa program literasi digital untuk UMKM yang menggunakan pendekatan *blended learning* dengan porsi praktik di atas 60 persen menghasilkan retensi pengetahuan dan transfer keterampilan yang lebih tinggi secara statistik. Keberhasilan ini menjadi fondasi kuat bagi tahap lanjutan pemberdayaan digital UMKM.

Perubahan Perilaku Usaha dan Adopsi Platform Digital

Evaluasi level perilaku (Kirkpatrick Level 3) yang dilakukan dua bulan pasca-pelatihan merekam transformasi nyata dalam praktik usaha peserta. Sebelum kegiatan, dari 45 peserta, hanya 4 orang (8,9%) yang memiliki akun marketplace aktif, dan semuanya dikelola secara tidak optimal tanpa foto produk yang representatif maupun deskripsi produk yang persuasif. Pasca pelatihan, sebanyak 41 peserta (91,1%) telah memiliki minimal satu akun marketplace aktif yang terkelola dengan baik, 37 peserta (82,2%) secara rutin mengunggah konten di Instagram dan Facebook, serta 29 peserta (64,4%) telah mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuWarung dan Mokapos.

Perubahan perilaku yang terjadi bukan merupakan adopsi teknologi yang bersifat superfisial, melainkan mencerminkan internalisasi nilai-nilai praktik bisnis digital yang berkelanjutan. Hal ini terlihat dari inisiatif peserta yang secara mandiri membentuk komunitas belajar daring pasca-pelatihan melalui grup WhatsApp bernama UMKM Digital Makassar Bersatu, yang hingga akhir periode evaluasi telah beranggotakan 43 dari 45 peserta dan aktif berbagi tips, informasi tren, serta saling promosi produk. Fenomena ini mencerminkan konsep komunitas praktik (*community of practice*) yang dikemukakan Lave dan Wenger (1991), di mana pembelajaran sejati terjadi dalam interaksi sosial yang bermakna dan berkelanjutan di luar sesi formal.

Adopsi marketplace digital menunjukkan gradasi yang beragam antar kategori usaha. Peserta dari sektor kuliner menunjukkan adopsi tercepat karena kemudahan integrasi dengan platform GoFood dan GrabFood yang sudah familiar di masyarakat. Sementara peserta dari sektor kerajinan tangan relatif memerlukan waktu lebih lama untuk adaptasi karena kompleksitas pengemasan dan pengiriman produk. Temuan ini mendorong tim pelaksana untuk menyusun modul tambahan tentang manajemen logistik digital bagi kelompok kerajinan, yang kemudian dijadikan bahan evaluasi untuk penyempurnaan program berikutnya. Keragaman

ini menegaskan pentingnya diferensiasi konten pelatihan berdasarkan karakteristik sektor usaha (Setiawan & Prasetyo, 2023).

Dari sisi hambatan yang masih dihadapi, kendala konektivitas internet di beberapa titik wilayah Kecamatan Manggala menjadi faktor yang memperlambat adopsi bagi sekitar 15% peserta. Selain itu, keterbatasan kemampuan bahasa Inggris dalam membaca antarmuka beberapa aplikasi menjadi tantangan tersendiri bagi peserta berusia di atas 45 tahun. Temuan ini memperkuat rekomendasi Warschauer (2003) bahwa literasi digital tidak dapat dipisahkan dari literasi dasar lainnya, sehingga program pemberdayaan digital yang komprehensif perlu menyertakan komponen penguatan literasi fungsional yang relevan secara budaya dan linguistik.

Dampak Awal terhadap Kinerja Ekonomi UMKM

Pemantauan kinerja ekonomi peserta selama dua bulan pasca-pelatihan menghasilkan indikasi dampak positif yang menggembirakan meskipun masih bersifat awal dan perlu dikonfirmasi melalui evaluasi jangka panjang. Dari 45 peserta yang terlibat, sebanyak 32 peserta (71,1%) melaporkan adanya peningkatan jumlah pesanan yang masuk, dengan rata-rata kenaikan 34,7 persen dibandingkan periode yang sama sebelum mengikuti pelatihan. Peningkatan ini didorong terutama oleh perluasan jangkauan pasar melalui marketplace digital, di mana produk UMKM kini tidak hanya diakses oleh konsumen lokal Makassar, tetapi juga dari kota-kota lain seperti Balikpapan, Manado, dan Jakarta.

Secara khusus, tiga peserta yang bergerak di sektor kuliner khas Makassar mencatatkan pertumbuhan omzet bulanan di atas 50 persen setelah secara intensif memanfaatkan fitur promosi berbayar di Instagram dan bekerja sama dengan food blogger lokal yang difasilitasi selama sesi pelatihan. Kasus-kasus sukses ini kemudian didokumentasikan dan disebarluaskan melalui media sosial program sebagai stimulasi motivasi bagi peserta lain. Pendekatan peer-learning melalui studi kasus lokal terbukti lebih efektif membangkitkan motivasi intrinsik dibandingkan contoh-contoh abstrak dari luar daerah, sebagaimana dikonfirmasi oleh teori motivasi kontekstual dalam pembelajaran orang dewasa (Ryan & Deci, 2000).

Dampak ekonomi yang tercipta tidak hanya bersifat langsung pada level individu peserta, tetapi juga mulai menciptakan efek riak (*ripple effect*) pada ekosistem ekonomi lokal. Beberapa peserta telah mulai mempekerjakan anggota keluarga atau tetangga sebagai asisten untuk mengelola pesanan online yang meningkat, sehingga menciptakan lapangan kerja baru dalam skala mikro. Fenomena ini selaras dengan teori multiplier effect dalam ekonomi lokal yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas satu entitas UMKM dapat menggerakkan berbagai aktivitas ekonomi turunan di sekitarnya (Tambunan, 2020). Dalam jangka menengah, dampak kumulatif dari program ini berpotensi berkontribusi signifikan terhadap penguatan ekosistem UMKM Kota Makassar secara keseluruhan.

Kendati demikian, perlu dicatat bahwa tidak semua peserta mengalami peningkatan kinerja yang merata. Sekitar 28,9 persen peserta belum melaporkan peningkatan omzet yang terukur, umumnya disebabkan oleh faktor-faktor di luar

cakupan pelatihan seperti keterbatasan modal kerja untuk meningkatkan kapasitas produksi, persoalan kualitas produk yang belum memenuhi standar pasar online, serta kendala logistik pengiriman. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital, meskipun merupakan prasyarat penting, bukanlah satu-satunya faktor penentu keberhasilan UMKM di ekosistem digital. Oleh karena itu, intervensi yang lebih holistik yang menggabungkan literasi digital dengan penguatan permodalan, kualitas produk, dan akses jaringan distribusi menjadi kebutuhan mendesak yang perlu dijawab oleh program pengabdian lanjutan.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program pemberdayaan UMKM berbasis literasi digital di Kota Makassar berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan rata-rata kompetensi digital peserta dari 29,2% menjadi 76,8%, adopsi platform digital oleh 91,1% peserta, dan indikasi awal peningkatan omzet pada 71,1% peserta selama dua bulan pasca-pelatihan. Temuan ini menegaskan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik kontekstual yang diintegrasikan dengan pendampingan berkelanjutan merupakan model intervensi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas literasi digital pelaku UMKM dewasa dengan latar belakang pendidikan terbatas.

Berdasarkan hasil tersebut, beberapa rekomendasi aplikatif perlu dipertimbangkan: bagi masyarakat sasaran, dianjurkan untuk secara konsisten memanfaatkan dan mengembangkan keterampilan digital yang telah diperoleh serta memperluas jaringan komunitas UMKM digital; bagi Pemerintah Kota Makassar dan Dinas Koperasi dan UKM, disarankan untuk mengadopsi model pelatihan ini sebagai program reguler dengan alokasi anggaran yang memadai dan cakupan yang lebih luas, serta mengintegrasikannya dengan program pembiayaan UMKM; bagi perguruan tinggi, program ini perlu direplikasi dan dikembangkan menjadi program jangka panjang yang melibatkan mahasiswa sebagai pendamping digital (digital mentor), sekaligus menjadi laboratorium riset terapan tentang transformasi digital UMKM; dan untuk pengabdian lanjutan, perlu dirancang program komprehensif yang mengintegrasikan literasi digital dengan penguatan aspek permodalan, standarisasi produk, dan pengembangan jaringan distribusi logistik, sehingga dampak ekonomi yang dihasilkan dapat lebih substansial dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Hasanuddin atas dukungan pendanaan dan fasilitasi administratif sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar. Terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Makassar atas kerja sama kelembagaan dan bantuan dalam penjangkauan peserta, serta kepada Camat dan Lurah di Kecamatan Tamalate, Rappocini, dan Manggala yang telah

memberikan izin dan dukungan operasional di lapangan. Apresiasi mendalam diberikan kepada seluruh 45 peserta UMKM atas keberanian, antusiasme, dan komitmen dalam mengikuti seluruh rangkaian program. Tidak lupa, terima kasih kepada para narasumber praktisi dari komunitas UMKM digital Makassar, tim mahasiswa relawan pendamping dari Program Studi Manajemen dan Teknik Informatika Universitas Hasanuddin, serta mitra media partner lokal yang telah mendukung penyebarluasan informasi program. Akhirnya, terima kasih kepada Dewan Redaksi Jurnal yang telah memberikan kesempatan untuk mempublikasikan hasil kegiatan ini sehingga dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pengabdian kepada masyarakat di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. Herder and Herder.
- Hamzah, A., & Syahrir, M. (2022). Problematika UMKM dalam adopsi teknologi digital di Kawasan Timur Indonesia: Studi kasus Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 37(2), 145–162.
- Hanafi, M., & Suryadi, D. (2023). Penerapan prinsip andragogi dalam pelatihan vokasional bagi pelaku UMKM: Tinjauan sistematis. *Jurnal Pendidikan Nonformal dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 22–41.
- Indrawati, R., Kusumawati, A., & Nugroho, A. (2023). Efektivitas program literasi digital pada UMKM: Meta-analisis studi intervensi 2018–2023. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 78–94.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Roadmap Literasi Digital Nasional 2021–2024*. Kominfo RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia Tahun 2022*. Kemenkop UKM RI.
- Kirkpatrick, D. L. (1994). *Evaluating Training Programs: The Four Levels*. Berrett-Koehler Publishers.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press.
- Muhsyanur, Erny Rachmawati, Hardhani Widhiastuti, Y. H. (n.d.). *Branding as a marketing strategy: ethnographic study of umkm development in Sengkang City*.
- Muhsyanur. (2024). *Menggali potensi, mengembangkan solusi: peran vital pengabdian masyarakat*. 1(1).
- Muhsyanur et.al. (2025a). Membangun Kemandirian Ekonomi Santri : Optimalisasi Literasi dan Hukum Syariah dalam Praktik Kewirausahaan di Pesantren. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 192–198. <https://jurnalfebi.uinkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/2150>
- Muhsyanur et.al. (2025b). Tri Dharma Perguruan Tinggi in Indonesia Concept , Principles , and Implementation in Academic World. *VORS: Journal of Community Service*, 3(8), 19–26. <https://journal.echaprogres.or.id/index.php/vors/article/view/52/38>
- Purwanto, E., Santoso, B., & Fahmi, I. (2023). Digital adoption and revenue growth of Indonesian SMEs: An empirical study on marketplace platforms. *Asian Journal of Business and Accounting*, 16(1), 201–228.

- Rachman, A., Widodo, T., & Hapsari, D. (2022). Post-pandemic UMKM resilience through digital transformation: Evidence from urban Indonesia. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 512–534.
- Rahayu, S., Fajarini, U., & Wardhana, A. (2022). Identifikasi hambatan literasi digital pada pelaku usaha mikro di perkotaan: Perspektif ekologi teknologi. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 6(2), 88–107.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Setiawan, H., & Prasetyo, A. (2023). Sektorial diferensiasi dalam pelatihan digital UMKM: Implikasi bagi desain kurikulum pelatihan berbasis konteks usaha. *Jurnal Vokasi dan Pendidikan Teknik*, 5(1), 55–71.
- Sukamto, R., & Wijayanti, L. (2023). Model pelatihan literasi digital efektif untuk kelompok dewasa nonakademis: Sintesis literatur. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 30(1), 1–15.
- Tambunan, T. (2020). *MSMEs in Developing Countries: New Evidence on Their Contribution to Employment, Value Chain Integration, and the Sustainable Development Goals*. United Nations Conference on Trade and Development.
- Warschauer, M. (2003). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press.