



Revitalisasi Ekonomi Melalui Literasi Digital dalam Upaya Penguatan Religius Spiritual Pelaku UMKM pada Era Disrupsi

Ni`matuz Zuhroh^{1✉}, Indah Aminatuz Zuhriyah², Ninja Panju Purwita³,
Anisa Nurfadhilah⁴, Aji Wahyudin⁵

^{1,2,3,4}UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

⁵Institut Agama Islam Faqih Asy'ari Kediri

✉¹zuhroh@pips.uin-malang.ac.id, ²zuhriyah@pgmi.uin-malang.ac.id, ³panjupurwita11@gmail.com,
⁴anisanurfadhilah@gmail.com, ⁵ajiwahyudin39@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 8 Apr. 2026

Revised: 19 Jul. 2026

Accepted: 29 Jul. 2026

Published: 12 Agu. 2026

Kata Kunci:

Revitalisasi
Ekonomi,
Literasi Digital,
Religius Spiritual,
Pelaku UMKM

Keywords:

Economic
Revitalization,
Digital Literacy,
Spiritual Religious,
MSME Actors

Doi:

[10.35931/ak.v6i3.6606](https://doi.org/10.35931/ak.v6i3.6606)

ABSTRAK

Revitalisasi ekonomi bagi pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng, Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan era disrupsi. Upaya ini melibatkan peningkatan literasi digital sebagai strategi untuk memperkuat daya saing dan ketahanan bisnis pelaku UMKM. Selain itu, aspek religius dan spiritual juga dipertimbangkan sebagai elemen integral dalam pengembangan usaha, guna menciptakan keseimbangan antara kebutuhan ekonomi dan nilai-nilai spiritual. Program ini diinisiasi oleh rendahnya literasi digital dan minimnya penerapan nilai religius dalam praktik bisnis di wilayah tersebut. Tujuan program adalah untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM sekaligus memperkuat penerapan nilai-nilai religius dalam bisnis mereka. Pelatihan interaktif dan pendampingan berkelanjutan dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) menjadi metode yang diterapkan. Sebanyak 30 pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan mengenai pemasaran digital, pengelolaan keuangan berbasis teknologi, serta etika bisnis berbasis religius. Hasilnya, terdapat peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengadopsi nilai-nilai religius dalam usaha mereka. Sebanyak 85% peserta berhasil menguasai keterampilan digital dasar, dan 90% mengaplikasikan prinsip religius dalam bisnis. Program ini memberikan dampak positif dan berhasil meningkatkan perkembangan UMKM di Dusun Lo'andeng.

ABSTRACT

Economic revitalisation for MSME players in Lo'andeng Hamlet, Kalisongo Village, Dau Sub-district, Malang Regency is becoming increasingly important to meet the challenges of the disruption era. This effort includes improving digital literacy as a strategy to strengthen the competitiveness and business resilience of MSMEs. In addition, religious and spiritual aspects are considered as integral elements in business development to create a balance between economic needs and spiritual values. The programme was prompted by the low level of digital literacy and the lack of application of religious values in business practices in the region. The aim of the programme is to improve the digital literacy of MSME actors while strengthening the application of religious values in their businesses. Interactive training and ongoing mentoring with a participatory action research (PAR) approach were the methods used. A total of 30 MSME actors were trained in digital marketing, technology-based financial

management and religious-based business ethics. As a result, there was a significant increase in the participants' ability to use digital technology and adopt religious values in their businesses. As many as 85% of the participants successfully mastered basic digital skills and 90% applied religious principles in business. This programme had a positive impact and successfully improved the development of MSMEs in Lo'andeng Hamlet.

Work published below [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](#).

Copyright © 2024 Author(s)



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, perlu mendapat perhatian pelaku usaha. Keadaan tersebut tidak lagi menjadi sebuah halangan, namun perlu disikapi sebagai sebuah peluang yang harus diambil. Praktik usaha tidak lagi menggunakan cara-cara lama dan konvensional, namun perlu mempertimbangkan cara lainnya. Demikian juga, perkembangan transaksi secara online, merubah praktek dan perilaku budaya masyarakat.¹

Pelaku usaha, dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, secara bertahap namun pasti mulai mengadopsi berbagai strategi untuk mengoptimalkan portal digital mereka. Langkah-langkah ini mencakup peningkatan pengalaman pengguna (user experience) melalui desain yang lebih responsif, integrasi sistem pembayaran yang lebih aman dan mudah, serta pengembangan fitur personalisasi yang memungkinkan pengguna mendapatkan rekomendasi produk atau layanan yang lebih relevan. Para pelaku usaha berharap dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang semakin dinamis. Pembuatan konten, narasi produk serta pengambilan foto produk menjadi strategi baru yang terus dimaksimalkan.² Pelaku usaha yang mampu mengambil peluang dari perkembangan teknologi informasi akan mendapatkan hasil positif bagi perkembangan usahanya. Di sisi lain, pelaku usaha yang menganggap teknologi digital merupakan hal yang merepotkan, akan semakin tertinggal.³ Kemampuan penguasaan dan pemanfaatan teknologi digital memang tidak instan dan perlu proses dalam implementasinya. Dusun Lo'andeng di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, memiliki potensi ekonomi yang besar, namun

¹ Luthfiana Izzaturrahmah et al., "Optimalisasi Ekonomi Kreatif Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Pada Revolusi Industri 4.0: E-Commerce Model Approach," *In Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1, no. 2 (2021); Anindya Khrisna Wardhani and Arina Nuraliza Romas, "Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19," *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 4, no. 1 (2021); Agung Haryono et al., "An Analysis of Literacy in Cooperative Economics and the Pancasila Economy in Malang," *KnE Social Sciences: International Research Conference on Economics and Business*, 2021.

² Rizki Muslim Hidayat et al., "Pelatihan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terintegrasi Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin," *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora* 2, no. 1 (2024); Wardhani and Romas, "Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19."

³ Dina Anike Lumendek et al., "Pendampingan Masyarakat Dalam Meningkatkan UMKM Dan Pembenahan Sarana Adminstratif Rumah Dataku Di Kampung Keluarga Berkualitas (KB)'Melati' Kelurahan Blotongan Kota Salatiga," *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2021); Bahrul Ulum Ilham et al., "Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 1, no. 10 (2024).

pemanfaatan teknologi digital masih terbatas. Dusun ini, dengan keindahan alam dan sumber daya yang menjanjikan, sebagian besar penduduknya bergantung pada sektor pertanian dan usaha kecil menengah.

Perkembangan ekonomi pada era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi. Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap infrastruktur, minimnya keterampilan teknis, serta ketergantungan pada metode pemasaran konvensional yang membatasi daya saing dan jangkauan pasar. Kondisi tersebut mendorong UIN Maulana Malik Ibrahim Malang melalui program UIN Mengabdi untuk melaksanakan kegiatan bertema *Revitalisasi Ekonomi Melalui Literasi Digital dalam Upaya Penguatan Religius Spiritual Pelaku UMKM pada Era Disrupsi*. Program ini bertujuan meningkatkan kemampuan digital sekaligus memperkuat nilai-nilai religius spiritual dalam praktik bisnis agar pelaku UMKM lebih adaptif, berdaya saing, dan beretika. Mitra kegiatan adalah pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng, Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, yang mayoritas bergerak di bidang pertanian, kerajinan, dan perdagangan skala kecil, namun masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam pengembangan usahanya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng adalah rendahnya tingkat literasi digital, yang berdampak langsung pada kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar. Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan, lebih dari 70% pelaku UMKM di wilayah ini masih mengandalkan pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di toko fisik dan metode pemasaran dari mulut ke mulut. Hanya sekitar 20% yang telah menggunakan media sosial secara terbatas, sementara pemanfaatan platform e-commerce atau pembayaran digital masih sangat minim. Hal ini diperparah dengan rendahnya akses terhadap pelatihan teknologi digital dan infrastruktur internet yang belum merata. Data ini menunjukkan pentingnya upaya peningkatan literasi digital, sehingga pelaku UMKM dapat lebih adaptif dalam menghadapi perubahan pasar yang semakin bergeser ke arah digitalisasi.⁴ Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin digital dan global. Banyak pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka, mengelola keuangan, atau memperluas jaringan bisnis.

Selain itu, pemahaman tentang pentingnya nilai-nilai religius dan spiritual dalam bisnis di kalangan pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng masih terbatas. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha, banyak yang belum menyadari bahwa prinsip-prinsip religius dan spiritual dapat mendorong integritas dan etika dalam menjalankan usaha. Misalnya, beberapa pelaku UMKM mengakui bahwa dalam situasi sulit, praktik bisnis yang tidak jujur seperti pengurangan kualitas produk tanpa pemberitahuan kepada pelanggan sering dilakukan sebagai upaya bertahan. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya etika bisnis yang didasari nilai-nilai spiritual ini dapat berpotensi merusak reputasi usaha dan kepercayaan pelanggan.

⁴ Anis Dwiastanti et al., "Pelatihan Penyusunan Anggaran Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Kalisongo Kabupaten Malang," *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2023).

Kondisi ini menyebabkan adanya penurunan kepercayaan antara pelanggan dan pelaku usaha, yang pada akhirnya mengurangi loyalitas pelanggan dan merugikan keberlangsungan bisnis jangka panjang. Selain itu, tanpa landasan etika yang kuat, pelaku UMKM cenderung kesulitan membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan dengan mitra atau pemasok, yang pada akhirnya membatasi pertumbuhan usaha mereka. Situasi ini menunjukkan perlunya penanaman nilai-nilai religius dan spiritual yang kuat dalam rangka menciptakan usaha yang beretika dan berkelanjutan. Mengingat UMKM yang ada di dusun tersebut sangatlah bervariasi yang terdiri dari berbagai macam yang akan disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Profil UMKM Dusun Loadeng Desa Kalisongo Malang

No	Jenis UMKM	Jumlah
1	Industri Kerajinan	3 Unit
2	Industri Makanan	1 Unit
3	Industri Rumah Tangga	1 Unit
4	Industri Bangunan	2 Unit
5	Toko	12 Unit
6	Warung Klontong	10 Unit
7	Pedagang Pengepul/tengkulak	3 Unit
8	Peternakan	2 Unit
9	Perikanan	1 Unit
10	Perkebunan	1 Unit

Pengabdian ini menawarkan solusi dengan merancang program pelatihan dan pendampingan yang fokus pada dua aspek utama: literasi digital dan penguatan religius spiritual.⁵ Program ini dirancang untuk memberikan keterampilan digital yang praktis dan dapat langsung diterapkan oleh pelaku UMKM, seperti pembuatan konten digital, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan pengelolaan keuangan digital. Selain itu, program ini juga mencakup sesi-sesi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan penerapan nilai-nilai religius spiritual dalam bisnis sehari-hari, sehingga tercipta etika bisnis yang kuat dan berkelanjutan.

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan memperkuat nilai-nilai religius spiritual di kalangan pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng, desa kalisongo Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Melalui peningkatan literasi digital, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih kompetitif

⁵ Muhammad Rafi, Zheng JianMing, and Khurshid Ahmad, "Technology Integration for Students' Information and Digital Literacy Education in Academic Libraries," *Information Discovery and Delivery* 47, no. 4 (2019); Yulian Purnama and Asdlori Asdlori, "The Role of Social Media in Students' Social Perception and Interaction: Implications for Learning and Education," *Technology and Society Perspectives (TACIT)* 1, no. 2 (October 2023), <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.50>; Joseph H. Astrachan et al., "Values, Spirituality and Religion: Family Business and the Roots of Sustainable Ethical Behavior," *Journal of Business Ethics* 163, no. 4 (2020).

di era disrupsi, sementara penguatan nilai-nilai religius spiritual akan mendorong terciptanya etika bisnis yang lebih kuat, sehingga usaha mereka dapat berkembang secara berkelanjutan dan berintegritas.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Dusun Lo'andeng, Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, pada 1 Juni-30 Juli 2023. Lokasi dipilih berdasarkan hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa sekitar 70% pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan usahanya, sedangkan sekitar 60% belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai penerapan etika bisnis berlandaskan nilai-nilai religius-spiritual.

Mitra kegiatan terdiri atas 30 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria peserta meliputi memiliki usaha aktif di Dusun Lo'andeng, mengalami keterbatasan dalam penggunaan media sosial, e-commerce, pembayaran atau pencatatan keuangan digital, membutuhkan penguatan etika bisnis religius, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan pendampingan. Jumlah 30 peserta dipilih karena mewakili variasi kebutuhan mitra sekaligus memungkinkan pelaksanaan praktik dan pendampingan secara intensif. Keterwakilan peserta bersifat programatis dan tidak dimaksudkan sebagai representasi statistik seluruh UMKM di Kabupaten Malang.

Metode Pelatihan dan Pendampingan Interaktif, Metode ini akan digunakan untuk memberikan pelatihan literasi digital dan penguatan religius spiritual kepada para pelaku UMKM. Pelatihan akan dilakukan secara interaktif dengan menggunakan metode diskusi kelompok, simulasi penggunaan media digital, dan studi kasus terkait etika bisnis. Pendampingan berkelanjutan juga akan diberikan untuk memastikan penerapan ilmu yang telah diajarkan.⁶ Metode Partisipasi Aktif (*Participatory Learning and Action* - PLA), Metode ini melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Peserta akan diajak untuk mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi, merumuskan solusi bersama, dan melakukan aksi nyata dalam mengimplementasikan solusi tersebut. PLA memungkinkan peserta untuk belajar dari pengalaman langsung dan memperkuat rasa kepemilikan atas hasil yang dicapai.⁷

Berikut ini Jadwal/ Schedule dan Tahapan Pelaksanaan Program pengabdian masyarakat di UMKM Dusun Lo'andeng, desa kalisongo Kecamatan Dau, Kabupaten Malang yang memiliki 3 tahapan dan dilaksanakan mulai tanggal 1 Juni-30 Juli 2023 kurang lebih selama 2 bulan. Untuk lebih mudahnya akan disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini.

⁶ Hidayat et al., "Pelatihan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terintegrasi Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin"; Lumendek et al., "Pendampingan Masyarakat Dalam Meningkatkan UMKM Dan Pembenahan Sarana Adminisratif Rumah Dataku Di Kampung Keluarga Berkualitas (KB) Melati' Kelurahan Blotongan Kota Salatiga."

⁷ Khaerul Umam Khaerul et al., "Peningkatan Kualitas Taman Pendidikan Al-Qur'an (Tpq) Melalui Metode Participatory Action Research (PAR)," *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2022); Umar Umar et al., "Penguatan Pemahaman Bidang Sosial Dan Keagamaan Bagi Masyarakat Melalui Kegiatan Kkn-Par Di Kelurahan Oi Fo'o Kota Bima," *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2022).

Tabel 2. Jadwal dan Tahapan program pengabdian masyarakat di UMKM Dusun loadeng

Tahapan	Tanggal	Pelaksana	Tujuan
Tahap 1: Persiapan	1-15 Juni 2023	Tim Pengabdi dan Mitra UMKM	Menyusun rencana detail pelaksanaan program, melakukan koordinasi dengan mitra, dan menyiapkan materi pelatihan
Tahap 2: Pelatihan Literasi Digital dan Penguatan Religius Spiritual	16-30 Juni 2023	Tim Pengabdi, Pakar Literasi Digital, dan Konsultan Religius Spiritual	Meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM dan memperkuat nilai-nilai religius spiritual dalam praktik bisnis mereka.
Tahap 3: Pendampingan Berkelanjutan	1 Juli - 15 Juli 2023	Tim Pengabdi dan Mentor UMKM	Memantau dan mendampingi pelaku UMKM dalam menerapkan ilmu yang didapat dari pelatihan di bisnis mereka secara nyata
Tahap 4: Evaluasi dan Refleksi	16-30 Juli 2023	Tim Pengabdi dan Mitra UMKM	Melakukan evaluasi terhadap keberhasilan program, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, dan merumuskan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Dusun Lo'andeng dilaksanakan pada 1 Juni–30 Juli 2023 dan melibatkan 30 peserta yang mengikuti pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan. Penyajian hasil difokuskan pada dua tujuan utama program, yaitu meningkatkan literasi digital dan memperkuat keagamaan-spiritual dalam praktik bisnis. Data diperoleh melalui pre-test, post-test, observasi praktik, wawancara, dan monitoring selama pendampingan. Hasil tidak mencakup perubahan omzet, jumlah transaksi, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, reputasi, atau loyalitas pelanggan karena indikator tersebut tidak diukur secara khusus.

Peningkatan Literasi Digital

Literasi digital dalam program ini dioperasionalkan sebagai kemampuan peserta menggunakan media sosial untuk promosi, mengoperasikan platform e-commerce, serta memahami penggunaan alat pembayaran digital. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta masih memanfaatkan telepon pintar untuk komunikasi pribadi dan belum menggunakannya secara terarah sebagai perangkat pengelolaan usaha. Promosi masih dilakukan melalui penjualan langsung dan komunikasi dari mulut ke mulut. Penggunaan

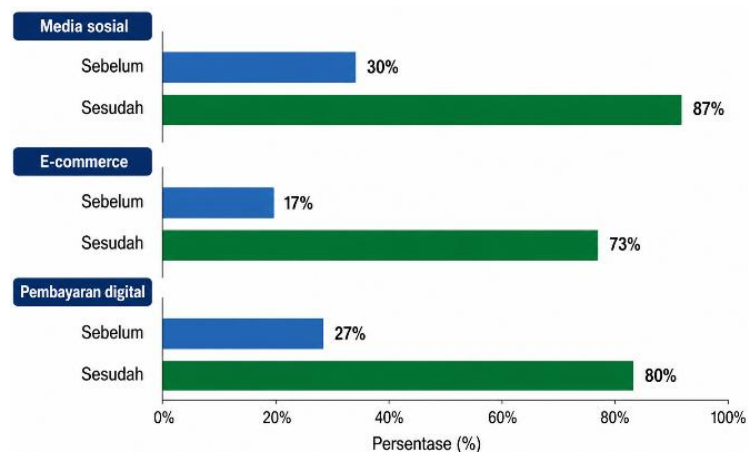
media sosial belum disertai pengelolaan profil usaha, penyusunan narasi produk, pemilihan foto, pencantuman harga, dan penyampaian informasi pemesanan secara sistematis.

Setelah pelatihan, peserta memperoleh pengetahuan dan pengalaman praktik mengenai penyusunan konten, penulisan deskripsi produk, pengambilan foto sederhana, pengelolaan media sosial, pengenalan e-commerce, dan penggunaan pembayaran digital. Kemampuan peserta tidak hanya dinilai berdasarkan pengetahuan konseptual, tetapi juga melalui praktik penggunaan perangkat. Peserta diminta mengenali fungsi platform, mengikuti langkah pengoperasian, dan menjelaskan penerapannya pada usaha masing-masing. Capaian tersebut menunjukkan peningkatan kemampuan awal dalam menggunakan teknologi digital, tetapi belum dapat dimaknai sebagai bukti peningkatan penjualan atau perluasan pasar karena kedua indikator tersebut tidak diukur.

Ringkasan wawancara menunjukkan bahwa peserta sebelumnya mengalami kesulitan dalam menentukan materi yang perlu dipublikasikan, menyusun keterangan produk, dan membedakan penggunaan media sosial pribadi dengan media sosial usaha. Sebagian peserta juga memandang e-commerce dan pembayaran digital sebagai teknologi yang rumit. Setelah kegiatan, peserta menyatakan lebih memahami fungsi media sosial sebagai sarana penyampaian informasi produk dan komunikasi usaha. Peneliti menginterpretasikan temuan ini sebagai perubahan pada aspek pengetahuan dan kesiapan penggunaan teknologi. Namun, keberlanjutan penggunaannya masih bergantung pada kebiasaan peserta, ketersediaan perangkat, kualitas akses internet, dan intensitas pendampingan setelah program berakhir.

Table 1. Perubahan kemampuan literasi digital peserta sebelum dan sesudah program

Indikator literasi digital	Sebelum, n (%)	Sesudah, n (%)	Selisih
Menggunakan media sosial untuk promosi	9 dari 30 (30%)	26 dari 30 (87%)	57 poin persentase
Mengoperasikan platform e-commerce	5 dari 30 (17%)	22 dari 30 (73%)	56 poin persentase
Memahami penggunaan pembayaran digital	8 dari 30 (27%)	24 dari 30 (80%)	53 poin persentase
Rata-rata indikator	24,7%	80,0%	55,3 poin persentase



Gambar 1. Perbandingan literasi digital sebelum dan sesudah program

Tabel 2 dan Gambar 2 menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator literasi digital. Kemampuan menggunakan media sosial meningkat dari 30% menjadi 87%, atau bertambah 57 poin persentase. Perubahan tersebut merupakan capaian tertinggi secara absolut. Kemampuan mengoperasikan e-commerce meningkat dari 17% menjadi 73%, dengan selisih 56 poin persentase. Sementara itu, pemahaman penggunaan pembayaran digital meningkat dari 27% menjadi 80%, atau bertambah 53 poin persentase. Secara deskriptif, rata-rata persentase ketiga indikator berubah dari 24,7% menjadi 80,0%. Nilai rata-rata tersebut merupakan rata-rata sederhana antarindikator, bukan skor komposit individual peserta.

Capaian media sosial yang lebih tinggi menunjukkan bahwa platform tersebut relatif lebih mudah dipahami karena telah dikenal oleh sebagian peserta sebelum program. Sebaliknya, e-commerce memperoleh capaian akhir paling rendah, meskipun peningkatannya tetap besar. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pengoperasian e-commerce memerlukan keterampilan yang lebih kompleks, seperti pembuatan akun, pengunggahan katalog, pengaturan harga, pemrosesan pesanan, dan pengelolaan pengiriman. Data ini mendukung kesimpulan bahwa program meningkatkan kemampuan dasar peserta dalam menggunakan teknologi digital. Namun, hasilnya harus dibatasi pada perubahan kemampuan dan pemahaman, bukan dampak finansial atau perubahan kinerja usaha.

Penguatan Keagamaan-Spiritual dalam Praktik Bisnis

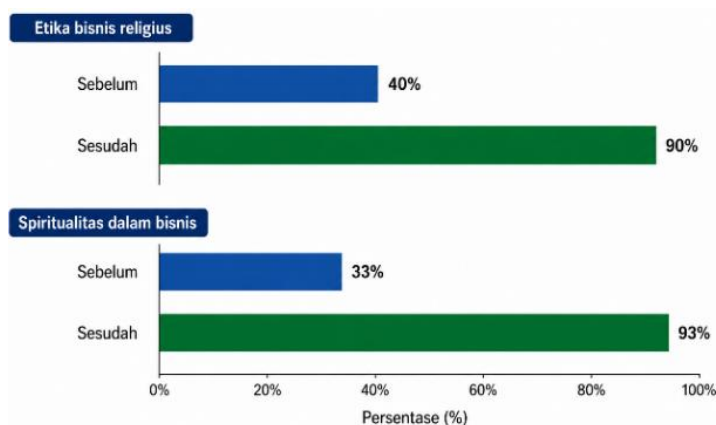
Keagamaan-spiritual dalam program ini dipahami sebagai kemampuan peserta mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam praktik bisnis, meliputi kejujuran, amanah, transparansi, keadilan, tanggung jawab, pemenuhan komitmen, dan orientasi pada kemaslahatan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta telah memahami nilai-nilai tersebut dalam kehidupan pribadi, namun belum mengaitkannya secara langsung dengan pengelolaan usaha. Melalui pembahasan studi kasus dan diskusi mengenai kualitas produk, penetapan harga, pemenuhan pesanan, penanganan keluhan, serta hubungan dengan pelanggan, peserta diarahkan untuk menerapkan etika bisnis religius dalam situasi nyata. Hasil evaluasi dan wawancara menunjukkan adanya peningkatan pemahaman praktis, terutama mengenai pentingnya memberikan informasi produk secara jujur, memenuhi kesepakatan dengan pelanggan, dan menjalankan usaha secara bertanggung jawab. Meskipun demikian, capaian ini masih terbatas pada peningkatan pemahaman dan

kesiapan untuk menerapkan nilai-nilai religius-spiritual, sehingga diperlukan pendampingan berkelanjutan guna memastikan implementasinya secara konsisten dalam praktik bisnis sehari-hari.

Table 2. Perubahan pemahaman keagamaan-spiritual sebelum dan sesudah program

Indikator keagamaan-spiritual	Sebelum, n (%)	Sesudah, n (%)	Selisih
Menerapkan etika bisnis berdasarkan nilai religius	12 dari 30 (40%)	27 dari 30 (90%)	50 poin persentase
Memahami pentingnya spiritualitas dalam bisnis	10 dari 30 (33%)	28 dari 30 (93%)	60 poin persentase
Rata-rata indikator	36,5%	91,5%	55 poin persentase

Tabel 3 menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pentingnya spiritualitas dalam bisnis meningkat dari 33% menjadi 93%, atau bertambah 60 poin persentase. Penerapan etika bisnis berdasarkan nilai religius meningkat dari 40% menjadi 90%, dengan selisih 50 poin persentase. Rata-rata sederhana kedua indikator berubah dari 36,5% menjadi 91,5%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa peserta tidak hanya memahami nilai agama secara umum, tetapi semakin mampu menghubungkannya dengan praktik usaha. Namun, tingginya hasil post-test tidak dapat langsung diartikan sebagai konsistensi perilaku jangka panjang karena pengukuran dilakukan segera setelah kegiatan.



Gambar 2. Perbandingan pemahaman keagamaan-spiritual

Gambar 3 memperlihatkan bahwa kedua indikator keagamaan-spiritual mengalami peningkatan yang relatif seimbang. Capaian tertinggi terdapat pada pemahaman pentingnya spiritualitas dalam bisnis, yaitu 93%, sedangkan penerapan etika bisnis religius mencapai 90%. Selisih antara pemahaman dan penerapan menunjukkan bahwa memahami suatu nilai relatif lebih mudah daripada membuktikan penerapannya dalam perilaku bisnis. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan diperlukan untuk memastikan bahwa pemahaman mengenai kejujuran, amanah, transparansi, dan tanggung jawab berkembang menjadi kebiasaan usaha yang konsisten.

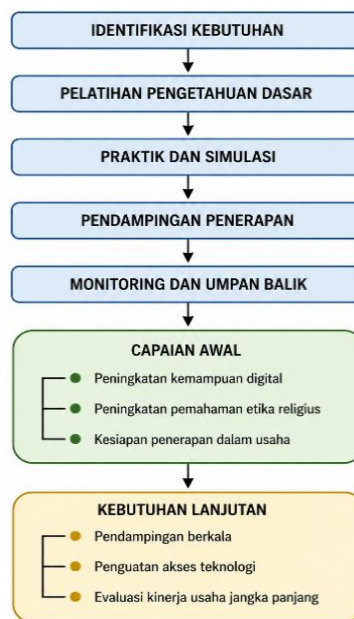
Hasil Monitoring dan Pendampingan

Monitoring dan pendampingan dilakukan untuk mengevaluasi penerapan awal hasil pelatihan, dengan fokus pada kemampuan peserta mengaplikasikan keterampilan digital dan nilai religius-spiritual dalam kegiatan usaha, bukan pada peningkatan omzet. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengelola informasi produk, memanfaatkan media sosial, mengenal e-commerce, menggunakan pembayaran digital, serta memahami penerapan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi dalam bisnis. Tingkat keberhasilan peserta bervariasi, dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, kepemilikan perangkat, jenis usaha, dan kualitas akses internet. Peserta yang telah terbiasa menggunakan media sosial lebih cepat menguasai materi, sedangkan peserta lain masih memerlukan pendampingan dalam pembuatan akun, pengunggahan produk, dan penggunaan fitur transaksi. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa praktik langsung serta konsultasi individual membantu meningkatkan pemahaman peserta, meskipun keterbatasan waktu, kebiasaan menggunakan metode konvensional, dan kendala jaringan masih menjadi hambatan utama. Secara keseluruhan, monitoring menunjukkan bahwa program berhasil membangun dasar pengetahuan, keterampilan digital, serta kesiapan peserta dalam mengintegrasikan teknologi dan nilai-nilai religius-spiritual ke dalam praktik bisnis, sehingga menjadi modal awal untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Table 3. Ringkasan hasil monitoring dan pendampingan

Aspek yang dimonitor	Temuan lapangan	Interpretasi
Penggunaan media sosial	Sebagian besar peserta mampu mengikuti praktik pengelolaan informasi dan promosi produk	Media sosial merupakan teknologi yang paling mudah diadaptasi
Penggunaan e-commerce	Peserta memahami fungsi dasar, tetapi sebagian masih memerlukan bimbingan teknis	Penerapan e-commerce membutuhkan pendampingan lebih panjang
Pembayaran digital	Peserta memahami fungsi dan tahapan dasar penggunaan	Kesiapan penggunaan meningkat, tetapi praktik rutin belum diukur
Etika bisnis religius	Peserta mampu mengidentifikasi kejujuran, amanah, transparansi, dan tanggung jawab	Pemahaman nilai meningkat dan mulai dikaitkan dengan situasi bisnis
Kendala penerapan	Ditemukan keterbatasan perangkat, internet, waktu, dan pengalaman	Keberlanjutan program memerlukan dukungan dan monitoring lanjutan
Dampak usaha	Tidak dilakukan pengukuran omzet, keuntungan, atau kepuasan pelanggan	Tidak dapat dibuat klaim mengenai peningkatan kinerja finansial

Tabel 4 menegaskan bahwa capaian monitoring terutama terdapat pada peningkatan kemampuan awal dan kesiapan penerapan. Media sosial menjadi aspek yang relatif lebih mudah diterapkan, sedangkan e-commerce membutuhkan pendampingan lebih intensif. Pada aspek keagamaan-spiritual, peserta telah mampu mengidentifikasi prinsip etika bisnis dan menghubungkannya dengan situasi usaha. Meskipun demikian, hasil monitoring belum menyediakan bukti longitudinal mengenai konsistensi penggunaan teknologi atau perubahan perilaku bisnis.



Gambar 3. Kerangka hasil pelatihan dan pendampingan

Gambar 4 menunjukkan bahwa perubahan peserta berlangsung melalui rangkaian yang bertahap. Pelatihan memberikan pengetahuan awal, sedangkan praktik dan pendampingan membantu peserta menerjemahkan pengetahuan tersebut menjadi keterampilan. Monitoring memperlihatkan bahwa program telah mencapai perubahan pada tingkat kemampuan dan kesiapan penerapan, tetapi belum mengukur dampak akhir terhadap penjualan, keuntungan, reputasi, atau loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hasil program harus dibatasi pada capaian yang benar-benar didukung oleh instrumen evaluasi.

Pembahasan

Manfaat Kegiatan dan Dampak Positif bagi Mitra

Kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi para mitra UMKM di Dusun Lo'andeng. Program ini telah meningkatkan daya saing mereka di pasar digital dengan membekali mereka dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM menghadapi kendala dalam mengadaptasi teknologi digital dan memasarkan produk mereka secara online. Setelah mengikuti pelatihan, mereka kini memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menggunakan media sosial dan platform e-commerce untuk

memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk mereka.

Selain itu, program ini juga memperdalam pemahaman peserta tentang etika bisnis yang berlandaskan nilai-nilai religius. Penguatan nilai-nilai religius dalam bisnis telah membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan praktik bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan temuan dari Satish, Gurmeet, dan Tuty, yang menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai religius dalam pelatihan bisnis meningkatkan kesadaran etika dan mempromosikan keberlanjutan usaha melalui penerapan prinsip-prinsip moral yang kuat.⁸

Peningkatan keterampilan digital telah membuka peluang baru bagi mitra UMKM untuk tidak hanya memperluas pasar mereka, tetapi juga untuk berinovasi dalam cara mereka menawarkan produk dan jasa. Sebagai contoh, pelaku UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional kini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka melalui penjualan online. Penelitian Jiangming dan Toruan mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa pelatihan digital yang efektif berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis UMKM melalui peningkatan akses pasar dan efisiensi operasional.⁹

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak yang mendalam bagi mitra UMKM, meningkatkan keterampilan teknis mereka, memperkuat etika bisnis, dan membuka peluang baru yang berdampak positif terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Program ini tidak hanya berhasil dalam mencapai tujuannya tetapi juga menyediakan model yang dapat direplikasi di komunitas lain untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital.

Pengembangan IPTEK/Inovasi bagi Masyarakat

Program ini secara signifikan berkontribusi pada pengembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) dengan memperkenalkan teknologi digital ke komunitas UMKM di Dusun Lo'andeng, yang sebelumnya belum memanfaatkan teknologi tersebut secara maksimal. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM di daerah ini menggunakan metode tradisional dalam menjalankan bisnis mereka, yang membatasi jangkauan pasar dan efisiensi operasional mereka. Melalui pelatihan dan pendampingan yang disediakan oleh program ini, para peserta kini dapat memanfaatkan berbagai alat dan platform digital yang sebelumnya tidak mereka ketahui.

Penerapan teknologi digital ini tidak hanya mengubah cara pelaku UMKM memasarkan dan

⁸ Satish Kumar et al., "Religion as a Social Shaping Force in Entrepreneurship and Business: Insights from a Technology-Empowered Systematic Literature Review," *Technological Forecasting and Social Change* 175 (2022); Gurmeet Singh et al., "Investigating Environmental Sustainability in Small Family-Owned Businesses: Integration of Religiosity, Ethical Judgment, and Theory of Planned Behavior," *Technological Forecasting and Social Change* 173 (2021); Tuty Sariwulan et al., "Entrepreneurial Performance: The Role of Literacy and Skills," *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7, no. 11 (2020).

⁹ Rialdo Rezeky Manogari L. Toruan, Radja Erland Hamzah, and Muhammad Saifulloh, "Implementation of Digital Literacy Movement for MSMEs Actors in Jakarta Through Participatory Action Research.," *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences* 1, no. 2 (2021); Reza Rahmadi Hasibuan, Weni Novandari, and Refius Pradipta Setyanto, "The Role Of Digital Literacy On The Social Media Performance Of Batik MSMEs With Digital Capability As An Intervening Variable," *International Journal of Business and Quality Research* 2, no. 3 (2024); Rafi, JianMing, and Ahmad, "Technology Integration for Students' Information and Digital Literacy Education in Academic Libraries."

mengelola bisnis mereka, tetapi juga mendorong mereka untuk berinovasi dalam menawarkan produk dan jasa.¹⁰ Sebagai contoh, banyak UMKM kini menggunakan platform e-commerce untuk menjual produk mereka secara online dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jaringan pelanggan mereka. Inovasi ini membuka peluang bagi mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas merek, dan memperbaiki proses manajerial mereka.

Program ini juga menyajikan model yang dapat direplikasi untuk pengabdian masyarakat di daerah lain dengan kondisi serupa. Jurnal yang diterbitkan oleh Hidayat dan Priyanath menyoroti bahwa integrasi teknologi digital dalam pelatihan UMKM memiliki dampak yang luas pada pengembangan IPTEK di komunitas lokal.¹¹ Program ini menunjukkan bagaimana pengenalan teknologi dapat mengatasi kesenjangan digital dan memacu pertumbuhan ekonomi lokal melalui adopsi teknologi yang efisien.

Inovasi yang diperkenalkan melalui program ini berfungsi sebagai contoh praktik terbaik bagi program pengabdian masyarakat lainnya. Dengan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam pelatihan UMKM, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan peserta tetapi juga merangsang perkembangan teknologi di tingkat komunitas.¹² Ini menciptakan peluang bagi masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meraih manfaat dari kemajuan digital, yang pada gilirannya dapat memperkuat ketahanan ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, pengembangan IPTEK yang difasilitasi oleh program ini menawarkan landasan untuk inovasi berkelanjutan dan pengembangan teknologi di komunitas UMKM, serta memberikan model yang dapat diadopsi dan disesuaikan untuk meningkatkan efektivitas pengabdian masyarakat di daerah lain.

¹⁰ Ariful Islam and Sazali Abd Wahab, "The Intervention of Strategic Innovation Practices in between Regulations and Sustainable Business Growth: A Holistic Perspective for Malaysian SMEs," *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 17, no. 3 (2021); Harry Patria et al., "The Influences of Digital Technology, Digital Literacy, and Digital Marketing on the Performance of SMEs in Bekasi," *Cakrawala Repositori IMWI* 6, no. 1 (2023); Aloysius Dhimas Trikurnian, "Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Digital Pada UMKM Studi Kasus Di Kemari Coffee," *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 6, no. 1 (2023).

¹¹ Ranatunga RVSPK, H. M. S. Priyanath, and R. G. N. Megama, "Digital Literacy, Business Uncertainty & Economic Performance: An Empirical Study of Small Businesses in Sri Lanka," *Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences* 10, no. 5 (2020); Mahardhika Berliandaldo et al., "Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Ukm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19," *Jurnal Analisis Kebijakan* 4, no. 2 (2020); Hidayat et al., "Pelatihan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terintegrasi Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin."

¹² Gede Wirata, I. Wayan Astawa, and Sri Sulandari, "Digital Innovation Development Policy to Increase SME Entrepreneurship Capability in Disruption Era," *Asian Journal of Economics, Business and Accounting* 22, no. 23 (2022); Tochukwu Ignatius Ijomah et al., "Innovative Digital Marketing Strategies for SMEs: Driving Competitive Advantage and Sustainable Growth," *International Journal of Management & Entrepreneurship Research* 6, no. 7 (2024); Nuraisyah Nuraisyah, Dandan Haryono, and Lutfiani Lutfiani, "Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula)," *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)* 2, no. 2 (2023).

Relevansi dengan Data Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Data perbandingan sebelum dan sesudah pelaksanaan program memberikan gambaran jelas tentang dampak yang dihasilkan oleh kegiatan ini dalam meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman religius spiritual di kalangan pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng.

Berdasarkan hasil evaluasi, aspek keterampilan digital peserta mencakup beberapa indikator utama. Pertama, kemampuan menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk menjadi fokus penting, di mana sebelum program hanya 30% peserta yang menguasainya, namun setelah program meningkat menjadi 87%. Selain itu, kemampuan mengoperasikan platform e-commerce untuk penjualan online juga mengalami peningkatan signifikan. Sebelum program, hanya 17% peserta yang mampu menggunakan platform e-commerce, tetapi setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 73%. Terakhir, pemahaman tentang penggunaan alat pembayaran digital, seperti e-wallet dan transfer digital, juga menunjukkan peningkatan dari 27% menjadi 80% setelah program.

Di sisi lain, pemahaman religius peserta juga mengalami perkembangan. Sebelum program, hanya 40% peserta yang menerapkan etika bisnis berdasarkan nilai-nilai religius dalam praktik usahanya. Setelah program, angka ini naik menjadi 90%. Pemahaman tentang pentingnya spiritualitas dalam bisnis, seperti menjaga integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, juga meningkat dari 33% menjadi 93% setelah program. Peningkatan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memperkuat fondasi etika dan spiritualitas dalam menjalankan usaha.

Tabel 3. Perbandingan tingkat keterampilan digital dan pemahaman religius sebelum dan sesudah program

Aspek	Indikator Penguasaan/Pemahaman	Sebelum Program	Setelah Program
Keterampilan Digital	Menggunakan media sosial untuk promosi	9 dari 30 peserta (30%)	26 dari 30 peserta (87%)
	Mengoperasikan platform e-commerce	5 dari 30 peserta (17%)	22 dari 30 peserta (73%)
	Pemahaman penggunaan alat pembayaran digital	8 dari 30 peserta (27%)	24 dari 30 peserta (80%)
Pemahaman Religius	Menerapkan etika bisnis berdasarkan nilai religius	12 dari 30 peserta (40%)	27 dari 30 peserta (90%)
	Memahami pentingnya spiritualitas dalam bisnis	10 dari 30 peserta (33%)	28 dari 30 peserta (93%)

Data ini menunjukkan dampak positif dari program dalam meningkatkan kedua aspek tersebut secara signifikan. Peningkatan keterampilan digital dari 30% menjadi 85% menunjukkan bahwa peserta kini lebih mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan bisnis mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh ilham dan sariwulan, yang menunjukkan bahwa pelatihan digital yang efektif dapat

meningkatkan kemampuan teknis dan kompetensi bisnis UMKM secara substansial.¹³

Demikian pula, peningkatan pemahaman religius dari 40% menjadi 90% menandakan bahwa program ini berhasil memperkuat penerapan nilai-nilai religius dalam praktik bisnis. Penelitian Astrachan et al., mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa pelatihan yang mengintegrasikan aspek religius dapat memperbaiki etika bisnis dan mempromosikan praktik usaha yang lebih berintegritas.¹⁴

Secara keseluruhan, data sebelum dan sesudah kegiatan menunjukkan bahwa program ini berhasil dalam mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman religius spiritual. Peningkatan yang signifikan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan program dalam melaksanakan pelatihan, tetapi juga menunjukkan bahwa pendekatan yang holistik, yang menggabungkan aspek teknis dan spiritual, dapat memberikan hasil yang lebih menyeluruh dan berdampak positif bagi pelaku UMKM

Pembahasan Manfaat, Dampak Positif, dan Pengembangan IPTEK

Program ini telah memberikan manfaat utama dalam dua area kritis: peningkatan kompetensi digital dan penguatan etika bisnis berdasarkan nilai-nilai religius. Manfaat utama dari kegiatan ini adalah transformasi mendalam dalam keterampilan digital peserta serta perbaikan dalam praktik bisnis mereka. Peningkatan kompetensi digital, yang tercermin dari penguasaan teknologi digital oleh 85% peserta, menunjukkan bahwa pelaku UMKM kini mampu memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi operasional mereka. Penelitian Amanda dan Guruh menyatakan bahwa adopsi teknologi digital yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing UMKM, yang sesuai dengan temuan ini.¹⁵

Selain itu, penguatan etika bisnis yang berlandaskan nilai-nilai religius menghasilkan dampak positif yang signifikan. Pelaku UMKM kini lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip religius dalam bisnis mereka, yang tercermin dari peningkatan pemahaman religius menjadi 90%. Hal ini sejalan dengan studi oleh Riky dan Fathallah yang menunjukkan bahwa integrasi nilai religius dalam praktik bisnis dapat memperkuat etika dan meningkatkan reputasi usaha.¹⁶

Dampak positif dari program ini bagi mitra UMKM termasuk peningkatan penjualan melalui platform digital, pengelolaan keuangan yang lebih baik, dan terbentuknya budaya bisnis yang lebih etis.

¹³ Gilang Anugrah Esa and Sabeli Aliya, "Peningkatan Kinerja SDM Di Masa Transformasi Digital Pada UMKM Kerupuk Ikan Memey," *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2024); Ilham et al., "Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)"; Sariwulan et al., "Entrepreneurial Performance: The Role of Literacy and Skills."

¹⁴ Astrachan et al., "Values, Spirituality and Religion: Family Business and the Roots of Sustainable Ethical Behavior"; Khurana, Ghura, and Dutta, "The Influence of Religion on the Humane Orientation of Entrepreneurs"; Fathallah, Sidani, and Khalil, "How Religion Shapes Family Business Ethical Behaviors: An Institutional Logics Perspective."

¹⁵ Amanda Anggraini, Devia Wulandari, and Rony Edward Utama, "Strategi Inovasi Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM," *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 2, no. 2 (2023); Guruh Herman Was'an, Destiana Utarindasari, and Suratminingsih Suratminingsih, "Transformasi Digital Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi: Pengabdian Dalam Implementasi Solusi Inovatif," *Bhakti Yustisia* 1, no. 1 (2023); Ijomah et al., "Innovative Digital Marketing Strategies for SMEs: Driving Competitive Advantage and Sustainable Growth."

¹⁶ Muhammad Riky and Muhammad Riyaz Ramadhan, "Pentingnya Etika Agama Dalam Manajemen Bisnis Modern," *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 4 (2023); Fathallah, Sidani, and Khalil, "How Religion Shapes Family Business Ethical Behaviors: An Institutional Logics Perspective."

Peningkatan penjualan digital dapat dihubungkan dengan kemampuan peserta dalam menggunakan platform e-commerce dan media sosial secara lebih efektif. Pengelolaan keuangan yang lebih baik hasil dari penerapan teknologi digital juga berkontribusi pada efisiensi operasional dan pengelolaan sumber daya yang lebih baik. Studi oleh Krajčik dan suryani menekankan bahwa pelatihan digital yang komprehensif dapat memperbaiki pengelolaan keuangan dan mempermudah akses pasar.¹⁷

Pengembangan IPTEK terlihat jelas dari adopsi teknologi baru oleh UMKM yang sebelumnya kurang familier dengan teknologi digital. Program ini tidak hanya memperkenalkan teknologi baru tetapi juga membantu peserta dalam mengintegrasikannya ke dalam operasi bisnis mereka. Adopsi teknologi ini meningkatkan daya saing UMKM di era disrupsi, di mana pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Penelitian oleh Triwijayanti dan Judijanto mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam bisnis UMKM berkontribusi pada inovasi dan peningkatan daya saing.¹⁸

Secara keseluruhan, program ini berhasil dalam mencapai tujuan utamanya dengan memberikan manfaat yang signifikan dan dampak positif bagi mitra UMKM. Peningkatan keterampilan digital, penguatan etika bisnis, dan adopsi teknologi baru telah menciptakan perubahan yang berdampak pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha UMKM, serta memberikan kontribusi pada pengembangan IPTEK di komunitas lokal. Program ini menyediakan model yang dapat diadopsi dan disesuaikan untuk meningkatkan efektivitas pengabdian masyarakat di daerah lain.

Data/Informasi Mitra yang Menunjukkan Perubahan Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Evaluasi hasil program menunjukkan perubahan signifikan pada indikator keterampilan digital dan pemahaman religius spiritual di kalangan pelaku UMKM di Dusun Lo'andeng. Data sebelum dan sesudah kegiatan memberikan gambaran jelas tentang dampak positif yang dihasilkan oleh program ini.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, hanya 30% pelaku UMKM yang menguasai keterampilan digital dasar, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, yang menghambat potensi pertumbuhan dan daya saing mereka di pasar yang semakin digital. Namun, setelah program selesai, angka ini melonjak menjadi 85%, menunjukkan peningkatan keterampilan digital yang signifikan. Peningkatan ini mencerminkan kemajuan dalam adaptasi teknologi yang lebih baik dan pemanfaatan alat digital untuk

¹⁷ Vladimír Krajčik et al., "Digital Literacy and Digital Transformation Activities of Service and Manufacturing SMEs," *Journal of Tourism and Services* 14, no. 26 (2023); Umi Suryani et al., "The Impact of Digital Literacy and E-Commerce Adoption with O2O Business Adoption on the Performance of Small and Medium Enterprises," *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies* 14, no. 2 (2022); Indriyani Indriyani, I. Putu Bagus Wiranata, and Steven Hiu, "Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM Di Era Digital: Pendekatan Kualitatif Dengan Business Intelligence Dalam Implementasi E-Commerce," *Informatics For Educators And Professiona* 9, no. 1 (2024).

¹⁸ Anna Triwijayanti et al., "Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 3 (2023); Loso Judijanto et al., "Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 6 (2023); Toruan, Hamzah, and Saifulloh, "Implementation of Digital Literacy Movement for MSMEs Actors in Jakarta Through Participatory Action Research.".

pengembangan bisnis. Penelitian Mudrika, Rena, dan Kaharuddin menegaskan bahwa pelatihan keterampilan digital yang terstruktur dapat secara efektif meningkatkan kemampuan teknis pelaku UMKM dan memperluas peluang pasar mereka.¹⁹

Selain itu, pemahaman religius spiritual di kalangan peserta juga mengalami peningkatan yang substansial. Sebelum program, hanya 40% peserta yang memiliki pemahaman tentang penerapan nilai-nilai religius dalam bisnis mereka. Setelah pelatihan, pemahaman ini meningkat menjadi 90%. Kenaikan ini menunjukkan bahwa peserta kini lebih mengintegrasikan prinsip-prinsip religius dalam praktik bisnis mereka, yang dapat meningkatkan etika dan tanggung jawab sosial dalam operasional mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kumar yang menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai religius dalam pelatihan bisnis tidak hanya memperkuat etika tetapi juga meningkatkan kualitas dan keberlanjutan usaha.²⁰

Data ini menunjukkan bahwa program ini telah berhasil meningkatkan keterampilan digital dan pemahaman religius spiritual peserta secara signifikan. Peningkatan keterampilan digital dan pemahaman religius tidak hanya mencerminkan keberhasilan program dalam melaksanakan pelatihan, tetapi juga menyoroti dampak positif yang dapat dihasilkan dari pendekatan yang menyeluruh dan integratif. Peningkatan ini memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih kompetitif di pasar digital dan menerapkan praktik bisnis yang lebih etis, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat bertema "*Revitalisasi Ekonomi Melalui Literasi Digital dalam Upaya Penguatan Religius Spiritual Pelaku UMKM pada Era Disrupsi*" di Dusun Lo'andeng, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang berhasil meningkatkan literasi digital dan memperkuat nilai-nilai religius spiritual pelaku UMKM. Sebanyak 85% peserta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha, sementara 90% menunjukkan peningkatan pemahaman dan penerapan nilai religius dalam praktik bisnis. Hasil ini berkontribusi pada meningkatnya daya saing, integritas, dan etika usaha. Namun, program masih menghadapi keterbatasan berupa singkatnya masa pendampingan, keterbatasan fasilitas serta akses internet, dan perlunya pembinaan berkelanjutan agar penerapan teknologi maupun nilai spiritual dapat berlangsung secara konsisten. Oleh karena itu, program selanjutnya disarankan memperpanjang durasi pendampingan, meningkatkan dukungan infrastruktur digital, serta mengembangkan mekanisme pembinaan berkelanjutan melalui komunitas belajar atau sesi refleksi berkala agar dampak program semakin optimal dan

¹⁹ Mudrika Aqillah Sifwah et al., "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024); Rena Augia Putrie et al., "Pengembangan Program Pelatihan Keterampilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2023); Kaharuddin Kaharuddin et al., "Implementasi Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Sanggatta Utara, Kalimantan Timur," *Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024).

²⁰ Kumar et al., "Religion as a Social Shaping Force in Entrepreneurship and Business: Insights from a Technology-Empowered Systematic Literature Review"; Khurana, Ghura, and Dutta, "The Influence of Religion on the Humane Orientation of Entrepreneurs."

berkelanjutan bagi pengembangan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Amanda, Devia Wulandari, and Rony Edward Utama. "Strategi Inovasi Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM." *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 2, no. 2 (2023).
- Arifah, Dista Amalia, Abdul Hakim, and Norazamina Mohamed. "Peran Integrasi Etika Kerja Islam Dalam Intellectual Capital Untuk Peningkatan Kinerja UMKM." *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11, no. 1 (2022).
- Astrachan, Joseph H., Claudia Binz Astrachan, Giovanna Campopiano, and Massimo Baù. "Values, Spirituality and Religion: Family Business and the Roots of Sustainable Ethical Behavior." *Journal of Business Ethics* 163, no. 4 (2020).
- Berliandaldo, Mahardhika, Angga Wijaya Holman Fasa, Siti Kholiyah, Achmad Chodiq, and Tommy Hendrix. "Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19." *Jurnal Analis Kebijakan* 4, no. 2 (2020).
- Dwiastanti, Anis, Andik Wahyudi, Sugeng Waluyo, Agung Rahmadhani, and Rosa Arni Sanjaya. "Pelatihan Penyusunan Anggaran Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Di Desa Kalisongo Kabupaten Malang." *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 1 (2023).
- Esa, Gilang Anugrah, and Sabeli Aliya. "Peningkatan Kinerja SDM Di Masa Transformasi Digital Pada UMKM Kerupuk Ikan Memey." *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 2 (2024).
- Fathallah, Ramzi, Yusuf Sidani, and Sandra Khalil. "How Religion Shapes Family Business Ethical Behaviors: An Institutional Logics Perspective." *Journal of Business Ethics* 163, no. 4 (2020).
- Haryono, Agung, Sri Handayani, Syahrul Munir, and Rizza Megasari. "An Analysis of Literacy in Cooperative Economics and the Pancasila Economy in Malang." *KnE Social Sciences: International Research Conference on Economics and Business*, 2021.
- Hasibuan, Reza Rahmadi, Weni Novandari, and Refius Pradipta Setyanto. "The Role Of Digital Literacy On The Social Media Performance Of Batik MSMEs With Digital Capability As An Intervening Variable." *International Journal of Business and Quality Research* 2, no. 3 (2024).
- Hidayat, Rizki Muslim, Tiara Putri Ayu Oktaviani, Nisa Aulia Astuti, and Shera Khusnul Khamidah. "Pelatihan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Terintegrasi Di Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin." *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora* 2, no. 1 (2024).
- Ijomah, Tochukwu Ignatius, Courage Idemudia, Nsisong Louis Eyo-Udo, and Kikelomo Fadilat Anjorin. "Innovative Digital Marketing Strategies for SMEs: Driving Competitive Advantage and Sustainable Growth." *International Journal of Management & Entrepreneurship Research* 6, no. 7 (2024).
- Ilham, Bahrul Ulum, Andi Widiawati, Hamdana Hamdana, Naim Irmayani, and B. Mutiara. "Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* 1, no. 10 (2024).
- Indriyani, Indriyani, I. Putu Bagus Wiranata, and Steven Hiu. "Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM Di Era Digital: Pendekatan Kualitatif Dengan Business Intelligence Dalam Implementasi E-Commerce." *Informatics For Educators And Professiona* 9, no. 1 (2024).
- Islam, Ariful, and Sazali Abd Wahab. "The Intervention of Strategic Innovation Practices in between Regulations and Sustainable Business Growth: A Holistic Perspective for Malaysian SMEs." *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 17, no. 3 (2021).
- Izzaturrahmah, Luthfiana, Megarizki Ramadhani, Nanda Lailatul Mukharromah, and Bunga Hidayati. "Optimalisasi Ekonomi Kreatif Dalam Mewujudkan Ekonomi Kerakyatan Pada Revolusi Industri 4.0: E-Commerce Model Approach." *In Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* 1,

no. 2 (2021).

- Judijanto, Loso, Stepanus Sandy, Desi Rahmi Yanti, Desi Kristanti, and Mohamad Zulman Hakim. "Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 6 (2023).
- Kaharuddin, Kaharuddin, Yurdi Maulidani, Mihani Mihani, Saiful Saiful, and Nuridha Matiin. "Implementasi Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Sanggatta Utara, Kalimantan Timur." *Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024).
- Khaerul, Khaerul Umam, Nila Asisah, Zaenal Muttaqin, M. Masrul Anam, and Riki Rokhmatul Aziza. "Peningkatan Kualitas Taman Pendidikan Al-Qur'an (Tpq) Melalui Metode Participatory Action Research (PAR)." *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2022).
- Khurana, Indu, Amarpreet Singh Ghura, and Dev K. Dutta. "The Influence of Religion on the Humane Orientation of Entrepreneurs." *Journal of Small Business Management* 59, no. 3 (2021).
- Krajčák, Vladimír, Ota Novotný, Mehmet Civelek, and Svetlana Semrádová Zvolánková. "Digital Literacy and Digital Transformation Activities of Service and Manufacturing SMEs." *Journal of Tourism and Services* 14, no. 26 (2023).
- Kumar, Satish, Saumyaranjan Sahoo, Weng Marc Lim, and Léo-Paul Dana. "Religion as a Social Shaping Force in Entrepreneurship and Business: Insights from a Technology-Empowered Systematic Literature Review." *Technological Forecasting and Social Change* 175 (2022).
- Lumendek, Dina Anike, Alfa Fadhila, Ode Kurniawan, Jimmy Slamet Basuki, Yosua Arya Okta Pratama, and Daru Purnomo. "Pendampingan Masyarakat Dalam Meningkatkan UMKM Dan Pembenahan Sarana Adminisratif Rumah Dataku Di Kampung Keluarga Berkualitas (KB)'Melati' Kelurahan Blotongan Kota Salatiga." *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 3 (2021).
- Nuraisyah, Nuraisyah, Dandan Haryono, and Lutfiani Lutfiani. "Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sarjo (Membentuk Dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda Dan Pemula)." *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (SIKEMAS)* 2, no. 2 (2023).
- Patria, Harry, M. Arfani Fatchul Alam, Agus Mulyadi, and Ardhi Setyarko. "The Influences of Digital Technology, Digital Literacy, and Digital Marketing on the Performance of SMEs in Bekasi." *Cakrawala Repositori IMWI* 6, no. 1 (2023).
- Purnama, Yulian, and Asdlori Asdlori. "The Role of Social Media in Students' Social Perception and Interaction: Implications for Learning and Education." *Technology and Society Perspectives (TACIT)* 1, no. 2 (October 2023). <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.50>.
- Putrie, Rena Augia, Arifuddin Arifuddin, Miftaku Ni'amah, Safridha Kemala Putri, and Nur Iffah. "Pengembangan Program Pelatihan Keterampilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal." *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2023).
- Rafi, Muhammad, Zheng JianMing, and Khurshid Ahmad. "Technology Integration for Students' Information and Digital Literacy Education in Academic Libraries." *Information Discovery and Delivery* 47, no. 4 (2019).
- Riky, Muhammad, and Muhammad Riyaz Ramadhan. "Pentingnya Etika Agama Dalam Manajemen Bisnis Modern." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 2, no. 4 (2023).
- RVSPK, Ranatunga, H. M. S. Priyanath, and R. G. N. Megama. "Digital Literacy, Business Uncertainty & Economic Performance: An Empirical Study of Small Businesses in Sri Lanka." *Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences* 10, no. 5 (2020).

- Ni'matuz Zuhroh, Indah Aminatuz Zuhriyah, Ninja Panju Purwita, Anisa Nurfadhilah, Aji Wahyudin: Revitalisasi Ekonomi Melalui Literasi Digital dalam Upaya Penguatan Religius Spiritual Pelaku UMKM pada Era Disrupsi
- Sariwulan, Tuty, Suparno Suparno, Disman Disman, Eeng Ahman, and Suwatno Suwatno. "Entrepreneurial Performance: The Role of Literacy and Skills." *The Journal of Asian Finance, Economics and Business* 7, no. 11 (2020).
- Sifwah, Mudrika Aqillah, Zidna Zaena Nikhal, Anggi Puspita Dewi, Neuneu Nurcahyani, and Ratna Nur Latifah. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024).
- Singh, Gurmeet, Shavneet Sharma, Rashmini Sharma, and Yogesh K. Dwivedi. "Investigating Environmental Sustainability in Small Family-Owned Businesses: Integration of Religiosity, Ethical Judgment, and Theory of Planned Behavior." *Technological Forecasting and Social Change* 173 (2021).
- Suryani, Umi, Mts Arief, Sri Bramantoro, and M. Hamsal. "The Impact of Digital Literacy and E-Commerce Adoption with O2O Business Adoption on the Performance of Small and Medium Enterprises." *International Journal of EBusiness and EGovernment Studies* 14, no. 2 (2022).
- Toruan, Rialdo Rezeki Manogari L., Radja Erland Hamzah, and Muhammad Saifulloh. "Implementation of Digital Literacy Movement for MSMEs Actors in Jakarta Through Participatory Action Research." *Moestopo International Review on Social, Humanities, and Sciences* 1, no. 2 (2021).
- Trikurnian, Aloysius Dhimas. "Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia Digital Pada UMKM Studi Kasus Di Kemari Coffee." *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 6, no. 1 (2023).
- Triwijayati, Anna, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, and Achmad Zahrudin. "Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 3 (2023).
- Umar, Umar, Syarifuddin Syarifuddin, Ihwan Ihwan, and Kuriawansyah Kuriawansyah. "Penguatan Pemahaman Bidang Sosial Dan Keagamaan Bagi Masyarakat Melalui Kegiatan Kkn-Par Di Kelurahan Oi Fo'o Kota Bima." *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2022).
- Wardhani, Anindya Khrisna, and Arina Nuraliza Romas. "Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19." *EXERO: Journal of Research in Business and Economics* 4, no. 1 (2021).
- Was'an, Guruh Herman, Destiana Utarindasari, and Suratminingsih Suratminingsih. "Transformasi Digital Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Cileungsi: Pengabdian Dalam Implementasi Solusi Inovatif." *Bhakti Yustisia* 1, no. 1 (2023).
- Wirata, Gede, I. Wayan Astawa, and Sri Sulandari. "Digital Innovation Development Policy to Increase SME Entrepreneurship Capability in Disruption Era." *Asian Journal of Economics, Business and Accounting* 22, no. 23 (2022).