

Penguatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan Transformasi Digital di Desa Glagahombo Kabupaten Magelang

Alan Kusuma^{1*}, Muhammad Arif Aditya², Rani Ratnandari³,
Muhammad Hakim Adhiyaksa⁴, Dimas Suryandaru⁵,
Hafid Indra Alfaridzy⁶, Neni Fatmawati⁷, Muhammad Farhan⁸,
Finna Septia Putri⁹, Marisa Chandra Wiguna¹⁰

^{1–10} Universitas Muhammadiyah Magelang

* alankusuma@unimma.ac.id

Abstrak

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Glagahombo, Kabupaten Magelang, menghadapi sejumlah kendala dalam pengembangan usaha, terutama pada pemanfaatan pemasaran digital, legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan sertifikasi halal. Kondisi tersebut membatasi kemampuan pelaku usaha dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memperkuat kapasitas pelaku usaha melalui pendampingan transformasi digital yang terintegrasi dengan penguatan pengelolaan usaha. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi dan pemetaan masalah, koordinasi dengan mitra, sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan. Sasaran kegiatan adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Glagahombo, dengan pelaksanaan kegiatan utama pada 31 Juli 2026. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 21 pelaku usaha mengikuti kegiatan, melampaui target awal sebanyak 15 peserta. Peserta memperoleh pendampingan mengenai pemasaran melalui media sosial dan perdagangan elektronik, pendaftaran Nomor Induk Berusaha, alur sertifikasi halal, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, serta penguatan peran pemuda sebagai pendamping digital bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan literasi digital. Kegiatan memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman praktis mengenai pengembangan pemasaran digital, legalitas usaha, pengelolaan keuangan, dan sertifikasi halal. Keterlibatan pelaku usaha dan pemuda desa menunjukkan bahwa penguatan kapasitas melalui pendampingan partisipatif dapat menjadi dasar keberlanjutan transformasi digital usaha di tingkat desa. Model pendampingan yang mengintegrasikan literasi digital dan penguatan tata kelola usaha menjadi aspek penting dalam mendukung kemandirian dan daya saing pelaku usaha lokal.

Kata Kunci: *UMKM, transformasi digital, pendampingan usaha*

Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran penting dalam menopang aktivitas ekonomi masyarakat di tingkat lokal (Al Farisi & Fasa, 2022). Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha untuk tidak lagi

mengandalkan pemasaran konvensional, tetapi mulai memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Pemasaran digital terbukti memiliki hubungan positif dengan kinerja usaha, terutama ketika pelaku usaha mampu mengombinasikannya dengan inovasi dan kapasitas kewirausahaan (Agil & Apriadi, 2025). Penelitian lain menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital pada usaha mikro dan kecil di Indonesia berkaitan dengan kinerja usaha dan literasi keuangan, sehingga kemampuan mengadopsi teknologi menjadi salah satu aspek penting dalam penguatan kapasitas usaha (Hermawan et al., 2025). Dengan demikian, transformasi digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup perubahan cara pelaku usaha memasarkan produk, mengelola usaha, dan membangun hubungan dengan konsumen.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Glagahombo, Kecamatan Tegalrejo, Kabupaten Magelang. Berdasarkan hasil observasi dan pemetaan awal kegiatan pengabdian, Desa Glagahombo memiliki potensi ekonomi lokal yang beragam, antara lain industri pengolahan tahu, makanan ringan, usaha rumah tangga, serta produk pangan lokal Getuk Kimpol berbahan dasar talas. Pemetaan kegiatan mengidentifikasi sebanyak 21 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang menjadi bagian dari sasaran pemberdayaan. Sebagian besar pelaku usaha merupakan perempuan yang menjalankan usaha berbasis rumah tangga dengan karakteristik produksi dan pemasaran dalam skala lokal.



Gambar 1. Survei awal kondisi UMKM Glagahombo

Meskipun memiliki potensi produk yang beragam, hasil pemetaan menunjukkan bahwa pelaku usaha masih menghadapi sejumlah persoalan dalam pengembangan usaha. Pada aspek pemasaran, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran secara konvensional dan belum memanfaatkan media sosial serta perdagangan elektronik secara optimal. Pada aspek identitas produk, sebagian usaha masih menggunakan kemasan sederhana dan belum mencantumkan informasi produk secara lengkap. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produk lokal dengan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan saluran pemasaran digital. Permasalahan serupa juga ditemukan dalam kegiatan pemberdayaan UMKM di wilayah lain, di mana pelatihan pemasaran digital, branding, dan pengelolaan media digital diperlukan untuk membantu pelaku usaha memperluas pasar dan meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha (Agustina et al., 2026).

Permasalahan tidak hanya terdapat pada aspek pemasaran. Pemetaan awal juga menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di Desa Glagahombo belum memiliki Nomor Induk Berusaha dan belum memiliki sertifikasi halal. Selain itu, pencatatan keuangan usaha masih sederhana dan pada sejumlah pelaku usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kondisi tersebut dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha karena legalitas, pencatatan keuangan, dan kemampuan administrasi merupakan bagian dari kapasitas dasar yang diperlukan untuk membangun usaha yang lebih tertata. Kegiatan pengabdian pada UMKM di wilayah lain menunjukkan bahwa pendampingan mengenai legalitas usaha melalui layanan daring dan digitalisasi pengelolaan keuangan dapat membantu meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap kebutuhan administratif dan pengelolaan bisnis (Putranto et al., 2025). Sementara itu, penelitian mengenai UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inovasi digital berkaitan dengan kinerja UMKM, sehingga penguatan kedua aspek tersebut perlu ditempatkan sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha (Riantono, 2026).

Aspek sertifikasi halal juga menjadi bagian penting dalam penguatan kapasitas UMKM, khususnya bagi pelaku usaha yang bergerak pada sektor makanan dan minuman. Pemanfaatan sistem digital dalam proses sertifikasi dapat membuka akses yang lebih luas, tetapi keterbatasan literasi teknologi, administrasi, dan dokumen masih menjadi kendala bagi sebagian pelaku usaha mikro dan kecil. Pelaku usaha mikro dan kecil masih menghadapi hambatan dalam sertifikasi halal digital karena keterbatasan pemahaman teknologi, praktik administrasi manual, serta keterbatasan dokumen dan sumber daya. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan menjadi penting agar pelaku usaha tidak hanya mengetahui kewajiban sertifikasi, tetapi juga memahami tahapan pengajuannya melalui sistem digital (Arisandi et al., 2026). Temuan mengenai pentingnya pemberdayaan dan pemanfaatan aplikasi elektronik dalam proses sertifikasi halal juga menunjukkan bahwa aspek teknologi perlu disertai dengan penguatan kapasitas masyarakat (Sari et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian dirancang dalam bentuk pendampingan transformasi digital yang tidak hanya berorientasi pada pengenalan teknologi pemasaran, tetapi juga mengintegrasikan penguatan kapasitas pengelolaan usaha. Program utama berupa sosialisasi dan pendampingan “Optimalisasi Pemasaran Digital dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia” dilaksanakan pada 31 Juli 2026 dan

melibatkan 21 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah Desa Glagahombo. Materi pendampingan mencakup pemasaran melalui media sosial dan perdagangan elektronik, pengenalan Nomor Induk Berusaha melalui sistem perizinan daring, pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan usaha, serta sertifikasi halal. Kegiatan juga memperkenalkan pengolahan limbah organik sebagai bagian dari upaya pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

Pendekatan tersebut dipilih karena transformasi digital UMKM tidak efektif apabila hanya dilakukan melalui penyampaian materi secara satu arah. Kegiatan pemberdayaan sebelumnya menunjukkan bahwa kombinasi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dapat membantu pelaku UMKM mulai menggunakan media sosial dan perdagangan elektronik sekaligus meningkatkan kemampuan branding dan pencatatan usaha (Putri et al., 2025). Demikian pula, pengembangan pemasaran digital pada UMKM di tingkat desa menunjukkan bahwa pelatihan dan penerapan media digital dapat menjadi instrumen untuk memperluas komunikasi pemasaran dengan konsumen (Wahyudin et al., 2025). Dengan demikian, kegiatan di Desa Glagahombo menempatkan pendampingan sebagai proses penguatan kapasitas, bukan sekadar transfer pengetahuan mengenai teknologi digital.

Karakteristik pelaku usaha di Desa Glagahombo juga membutuhkan pendekatan yang adaptif. Sebagian pelaku usaha merupakan pengusaha senior yang memiliki keterbatasan dalam menggunakan aplikasi digital sehingga proses pengenalan teknologi perlu dilakukan secara bertahap dan praktis. Untuk mendukung keberlanjutan, kegiatan mengembangkan gagasan pelibatan pemuda desa melalui Karang Taruna sebagai pendamping digital bagi pelaku usaha yang membutuhkan bantuan dalam pengelolaan media digital. Pola ini diharapkan dapat mengurangi ketergantungan pelaku usaha kepada tim pengabdian setelah kegiatan berakhir dan membentuk mekanisme pendampingan yang lebih dekat dengan kehidupan masyarakat. Laporan kegiatan menunjukkan bahwa Karang Taruna telah dilibatkan sebagai bagian dari mekanisme pendampingan digital bagi pelaku usaha senior.

Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di Desa Glagahombo melalui pendampingan transformasi digital yang mencakup pemasaran digital, legalitas usaha, sertifikasi halal, dan pengelolaan keuangan usaha. Secara praktis, kegiatan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran serta memperbaiki tata kelola usaha. Secara lebih luas, kegiatan ini diharapkan memberikan dasar bagi terbentuknya ekosistem pendampingan UMKM berbasis masyarakat melalui keterlibatan pemerintah desa dan pemuda lokal sehingga proses transformasi digital dapat berlanjut setelah kegiatan pengabdian selesai.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Glagahombo, Kecamatan Tegalrejo, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Program pengabdian secara keseluruhan berlangsung pada 20 Juli–13 Agustus 2026, sedangkan kegiatan utama pendampingan UMKM dilaksanakan pada 31 Juli 2026 di kediaman Kepala Desa Glagahombo. Pemilihan lokasi

didasarkan pada keberadaan potensi usaha lokal dan hasil identifikasi permasalahan pengembangan UMKM di desa.

Khalayak sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM Desa Glagahombo yang ditentukan berdasarkan hasil observasi dan pemetaan awal. Terdapat 21 pelaku UMKM yang bergerak pada bidang pengolahan pangan, industri tahu, makanan ringan, kerajinan, dan jasa berbasis rumah tangga. Salah satu mitra yang menjadi bagian dari pemetaan adalah UMKM Getuk Kimpol yang dikelola Ibu Murni Asih. Sebagian besar pelaku usaha merupakan perempuan yang menjalankan usaha dalam skala rumah tangga.

Penentuan program dilakukan berdasarkan permasalahan yang ditemukan pada tahap observasi, yaitu pemasaran yang masih konvensional, pemanfaatan media digital yang belum optimal, kemasan dan branding yang sederhana, keterbatasan legalitas usaha dan sertifikasi halal, serta pencatatan keuangan yang belum terpisah dari keuangan rumah tangga. Permasalahan tersebut kemudian menjadi dasar penyusunan materi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Metode pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, koordinasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Observasi dilakukan melalui kunjungan ke lokasi usaha untuk memetakan kondisi dan kebutuhan UMKM, kemudian dilanjutkan koordinasi dengan Pemerintah Desa dan pelaku usaha untuk menentukan pelaksanaan kegiatan. Berikut adalah gambaran alur metode pelaksanaan program pendampingan UMKM sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram alir metode kegiatan

Kegiatan utama berupa sosialisasi dan pelatihan “Optimalisasi Pemasaran Digital dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia” dilaksanakan pada 31 Juli 2026. Materi meliputi pemasaran melalui media sosial, WhatsApp Business dan perdagangan elektronik,

pendaftaran Nomor Induk Berusaha, pengelolaan sumber daya manusia dan keuangan usaha, serta sertifikasi halal. Pendampingan dilakukan secara praktis dengan menyesuaikan kemampuan peserta, khususnya pelaku usaha senior yang memiliki keterbatasan literasi digital.

Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap kehadiran dan partisipasi peserta, keterlaksanaan materi, diskusi dengan mitra, dokumentasi kegiatan, serta perbandingan antara target dan realisasi program. Evaluasi juga diarahkan pada keberlanjutan kegiatan melalui pelibatan Karang Taruna sebagai pendamping digital bagi pelaku UMKM senior. Karena laporan kegiatan belum menyediakan data kuantitatif sebelum dan sesudah mengenai omzet atau peningkatan penjualan, keberhasilan program dalam artikel ini dibatasi pada ketercapaian target kegiatan, partisipasi peserta, pelaksanaan pendampingan, dan terbentuknya mekanisme keberlanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Glagahombo diarahkan pada penguatan kapasitas pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah melalui pendampingan transformasi digital. Berdasarkan hasil observasi awal, pelaku usaha menghadapi persoalan yang saling berkaitan, yaitu pemasaran yang masih konvensional, pemanfaatan media digital yang belum optimal, keterbatasan branding dan kemasan, belum terpenuhinya legalitas usaha dan sertifikasi halal, serta pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Sebanyak 21 pelaku UMKM menjadi sasaran kegiatan dan mengikuti kegiatan utama yang dilaksanakan pada 31 Juli 2026. Jumlah tersebut melampaui target awal sebanyak 15 peserta atau mencapai 140% dari target program.



Gambar 3. Sosialisasi UMKM

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa persoalan pemasaran menjadi salah satu kebutuhan utama pelaku UMKM. Sebagian besar usaha masih mengandalkan pasar lokal dan belum memanfaatkan media sosial maupun perdagangan elektronik secara optimal. Kondisi tersebut menjadi perhatian karena media digital memungkinkan UMKM memperluas jangkauan komunikasi dengan konsumen tanpa harus bergantung sepenuhnya pada pasar fisik. Temuan penelitian terhadap UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa adopsi digital berkaitan dengan kinerja usaha, sementara penelitian lain menemukan bahwa literasi digital dapat mendukung keterampilan kewirausahaan dan kinerja UMKM. Dalam konteks Glagahombo, temuan tersebut memperkuat pentingnya intervensi yang tidak hanya memperkenalkan platform digital, tetapi juga membangun kemampuan pelaku usaha untuk menggunakannya sebagai instrumen pemasaran.

Intervensi pemasaran digital dilakukan melalui pengenalan pemanfaatan media sosial, WhatsApp Business, dan perdagangan elektronik. Pendekatan yang digunakan tidak berhenti pada penyampaian informasi mengenai keberadaan platform digital, tetapi diarahkan pada pemahaman bahwa media digital dapat digunakan untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, dan memperluas akses pasar. Hal ini relevan dengan penelitian mengenai pemasaran media sosial pada UMKM Indonesia yang menunjukkan pentingnya adopsi pemasaran melalui media sosial dalam konteks kinerja UMKM. Dengan demikian, kegiatan di Glagahombo menempatkan pemasaran digital sebagai bagian dari penguatan kapasitas usaha, bukan sekadar penggunaan teknologi. Manfaat langsung yang diperoleh peserta adalah bertambahnya pemahaman mengenai alternatif saluran pemasaran yang dapat digunakan sesuai karakteristik usaha masing-masing.

Aspek kedua yang menjadi hasil penting adalah penguatan tata kelola usaha melalui legalitas dan pengelolaan keuangan. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa mayoritas dari 21 pelaku UMKM belum memiliki Nomor Induk Berusaha dan belum memiliki sertifikasi halal, sedangkan pencatatan keuangan masih berpotensi bercampur dengan kebutuhan rumah tangga. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM perlu dipahami secara lebih luas sebagai proses penguatan kapasitas bisnis, bukan hanya digitalisasi promosi. Penelitian menunjukkan usaha ultra-mikro, mikro, dan kecil di Indonesia memiliki keterkaitan antara adopsi digital, kinerja usaha, dan literasi keuangan (Mohamad et al., 2025). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inovasi digital berhubungan dengan kinerja UMKM (Widiastuti, 2024). Berdasarkan temuan tersebut, materi pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga yang diberikan dalam kegiatan Glagahombo menjadi bagian penting untuk membangun tata kelola usaha yang lebih tertib.

Penguatan kapasitas juga mencakup pemahaman mengenai sertifikasi halal. Pelaku UMKM diberikan informasi mengenai alur pengajuan sertifikasi halal melalui mekanisme pernyataan mandiri. Materi ini penting karena sebagian besar sasaran bergerak pada sektor makanan dan pengolahan pangan. Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi proses sertifikasi halal dapat membuka peluang bagi UMKM untuk memperoleh layanan yang lebih mudah diakses, tetapi keterbatasan pemahaman teknologi dan administrasi masih menjadi hambatan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Dengan demikian, pendampingan di Glagahombo memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman

praktis mengenai legalitas dan sertifikasi sebagai bagian dari kesiapan UMKM memasuki pasar yang lebih luas seperti yang disampaikan oleh Murni Asih sebagai tokoh UMKM di Glagahombo yang diwawancarai oleh tim. Namun, berdasarkan data yang tersedia, kegiatan ini baru dapat diklaim mencapai tahap peningkatan pemahaman dan belum dapat menyatakan bahwa seluruh peserta telah memperoleh Nomor Induk Berusaha atau sertifikat halal.

Hasil berikutnya berkaitan dengan karakteristik peserta dan strategi pendampingan. Sebagian pelaku UMKM merupakan pengusaha senior yang memiliki keterbatasan literasi digital sehingga penyampaian materi perlu dilakukan dengan pendekatan praktis dan bertahap. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga kemampuan manusia dalam mengoperasikannya. Penelitian mengenai literasi digital UMKM menunjukkan bahwa kemampuan digital merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha, sementara keterbatasan sumber daya dan keterampilan teknologi menjadi salah satu hambatan utama digitalisasi UMKM. Oleh karena itu, kegiatan Glagahombo mengembangkan mekanisme keberlanjutan dengan melibatkan Karang Taruna sebagai calon pendamping digital bagi pelaku usaha senior. Pendekatan tersebut memberikan manfaat sosial karena pengetahuan dan kemampuan digital tidak hanya ditempatkan pada tim pengabdian, tetapi mulai diarahkan untuk menjadi kapasitas yang tersedia di lingkungan masyarakat.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan UMKM

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM di tingkat desa memerlukan pendekatan yang terintegrasi antara pemasaran digital dan tata kelola usaha. Capaian utama kegiatan bukan berupa peningkatan omzet yang belum dapat diukur berdasarkan data yang tersedia, melainkan tercapainya partisipasi 21 pelaku UMKM, terlaksananya pendampingan pada aspek pemasaran digital, legalitas usaha, sertifikasi halal, dan pengelolaan keuangan, serta mulai terbentuknya mekanisme keberlanjutan melalui keterlibatan pemuda desa. Temuan ini memperlihatkan bahwa transformasi digital UMKM perlu ditempatkan sebagai proses pemberdayaan yang

menggabungkan literasi digital, kapasitas manajerial, dan dukungan ekosistem lokal. Dengan pendekatan tersebut, manfaat kegiatan tidak berhenti pada transfer pengetahuan selama program berlangsung, tetapi diarahkan pada terbentuknya kapasitas masyarakat untuk melanjutkan proses pengembangan usaha secara mandiri.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian di Desa Glagahombo menunjukkan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui pendampingan transformasi digital dapat dilakukan dengan mengintegrasikan aspek pemasaran digital, legalitas usaha, sertifikasi halal, dan pengelolaan keuangan. Kebaruan kegiatan terletak pada pendekatan pendampingan yang tidak hanya mengenalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran, tetapi juga menghubungkannya dengan penguatan tata kelola usaha dan mekanisme pendampingan berbasis potensi masyarakat lokal.

Kegiatan melibatkan 21 pelaku UMKM dan berhasil melampaui target awal sebanyak 15 peserta. Mitra memperoleh pemahaman praktis mengenai pemanfaatan media sosial dan perdagangan elektronik untuk pemasaran, pendaftaran Nomor Induk Berusaha, sertifikasi halal, serta pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga. Kegiatan juga menghasilkan arah keberlanjutan melalui pelibatan Karang Taruna sebagai pendamping digital bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan literasi digital. Secara teoritik, kegiatan ini memperkuat perspektif bahwa transformasi digital UMKM pada tingkat desa perlu dipahami sebagai proses penguatan kapasitas, bukan sekadar adopsi teknologi. Keberhasilan transformasi membutuhkan kombinasi literasi digital, kemampuan pengelolaan usaha, dan dukungan ekosistem lokal. Untuk kegiatan berikutnya, diperlukan pendampingan yang lebih berkelanjutan serta evaluasi menggunakan data sebelum dan sesudah kegiatan, terutama terkait penggunaan platform digital, peningkatan jangkauan pemasaran, perubahan omzet, kepemilikan legalitas usaha, dan perkembangan tata kelola keuangan, sehingga dampak program terhadap kinerja UMKM dapat diukur secara lebih objektif.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Magelang melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pengabdian pada Masyarakat Terpadu (PPMT). Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Glagahombo, Kecamatan Tegalrejo, Kabupaten Magelang, khususnya Kepala Desa beserta perangkat desa, serta seluruh pelaku UMKM Desa Glagahombo yang telah berpartisipasi dan mendukung pelaksanaan kegiatan. Apresiasi juga diberikan kepada Karang Taruna dan seluruh pihak yang telah membantu proses pelaksanaan pendampingan sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Referensi

- Agil, M. S., & Apriadi, D. (2025). Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM di Kota Bandung. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3), 176–191.
- Agustina, R. W., Khasanah, E. F., Lana, K. B., Ajie, A. T., & Rahmawati, F. (2026). Strategi Pengelolaan Usaha Mikro dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Currency (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)*, 5(1), 376–393.
- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Arisandi, M. I. M., Arisandi, B., Ulum, B., Hakim, Z., & Akbar, J. (2026). Akselerasi sertifikasi halal self-declare melalui pendampingan partisipatif berbasis digital bagi UMKM di Desa Langkap. *Journal of Community Service and Engagement*, 2(1), 41–51.
- Hermawan, I., Ramadhan, M. S., & Sumarni, S. (2025). Peran Mediasi Inklusi Keuangan: Analisis Teknologi Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 369–381.
- Mohamad, N. O., Parlyna, R., & Hardini, I. R. (2025). Peran Adopsi E-Commerce, Literasi Digital, dan Kinerja Keuangan dalam Mendorong Keberlanjutan Usaha Mikro dan Kecil di Jakarta. *Journal of Social and Economics Research*, 7(2), 2234–2248.
- Putranto, A. H. P., Hasirun, H., & Sumaya, P. S. S. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM Agribisnis Melalui Pelatihan Digitalisasi Usaha dan Pendampingan Legalitas Hukum Berbasis Sistem Informasi. *ADIMA Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 7–16.
- Putri, I., Deka, F. S., Triesia, D., Rizki, R. R., Adli, A., Zuliansyah, M. A., & Saputra, M. R. (2025). Penggunaan e-commerce sebagai bentuk pemanfaatan digital marketing bagi pelaku UMKM. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(4), 1104–1116.
- Riantono, I. E. (2026). Literasi Keuangan Digital: Kunci Menjembatani Inovasi dan Digitalisasi UMKM di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Jaringan*, 7(1), 40–50.
- Sari, M. D. S., Saputro, A. R., Anas, M., Kunsah, B., & Futuwah, A. I. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Pendamping Proses Produksi Halal Pada Pelaku Usaha Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*, 4(2), 186–195.
- Wahyudin, W., Mariamah, M., Muhammad, M., Agustini, S. M., Warkoyo, W., Sutanto, A., & Haryadi, D. (2025). Pelatihan Pengelolaan Media IT sebagai Pemasaran Digital (Digital Marketing) pada BUMDES/UMKM untuk Peningkatan Ekonomi Warga di Desa Mbawi Kabupaten Dompu. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 1175–1184.
- Widiastuti, C. T. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inovasi Digital Terhadap Kinerja UMKM. *Sosio Dialektika*, 9(1), 150–170.