

PELATIHAN DIGITALISASI USAHA KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM PENINGKATAN KAPASITAS KOPERASI DAN UKM

Muhammad Erwin Soaduan Pohan

Institut Agama Islam Edi Haryono Madani Kandis, Indonesia

Email Korespondensi: muhammad.erwin@institute-ehmri.ac.id

ABSTRACT

This community service activity aims to enhance the capacity of Small and Medium Enterprises (SMEs) in utilizing digital technology through business digitalization training integrated with the Cooperative and SME Capacity Building Program. The main problems faced by SMEs include low digital literacy and limited skills in marketing, financial record-keeping, and technology-based business management. The implementation method employed an educational and practical approach, consisting of needs analysis, interactive training, hands-on practice, mentoring, as well as monitoring and evaluation. The training materials covered the use of social media and marketplaces, digital financial recording, and product promotion and branding strategies. The results indicate an improvement in participants' understanding and skills in using digital technology to support their business activities. Participants became more confident and motivated to gradually implement business digitalization. In addition, this activity strengthened the role of cooperatives as a platform for mentoring and empowering SMEs. Overall, the business digitalization training contributes positively to improving the competitiveness and economic independence of SMEs.

Keywords: Training, Digitalization, Capacity, Cooperatives

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam memanfaatkan teknologi digital melalui pelatihan digitalisasi usaha yang terintegrasi dengan Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UKM adalah rendahnya literasi digital serta keterbatasan keterampilan dalam pemasaran, pencatatan keuangan, dan pengelolaan usaha berbasis teknologi. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukatif dan aplikatif yang meliputi analisis kebutuhan, pelatihan interaktif, praktik langsung, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup pemanfaatan media sosial dan marketplace, pencatatan keuangan digital, serta strategi promosi dan branding produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam penggunaan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka. Peserta menjadi lebih percaya diri dan termotivasi untuk menerapkan digitalisasi usaha secara bertahap. Selain itu, kegiatan ini turut memperkuat peran koperasi sebagai sarana pendampingan dan pemberdayaan UKM. Secara keseluruhan, pelatihan digitalisasi usaha berkontribusi positif dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi pelaku UKM.

Kata Kunci: Pelatihan, Digitalisasi, Kapasitas, Koperasi

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran strategis dalam struktur perekonomian nasional Indonesia (Singgih, 2007). UKM tidak hanya menjadi tulang punggung dalam penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB), pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi lokal (Arifa et al., 2025). Dalam berbagai kondisi krisis ekonomi, UKM terbukti lebih adaptif dan mampu bertahan dibandingkan usaha skala besar. Oleh karena itu, penguatan UKM menjadi agenda penting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia usaha mengalami perubahan yang sangat cepat akibat kemajuan teknologi digital (Erman & Winario, 2024). Digitalisasi telah mengubah cara produksi, pemasaran, distribusi, dan pengelolaan usaha. Pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, serta aplikasi pencatatan keuangan menjadi kebutuhan mutlak bagi pelaku UKM agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Ridwan et al., 2025). UKM yang mampu beradaptasi dengan digitalisasi memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta meningkatkan daya saing produk.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar UKM, khususnya yang berada di daerah, masih menghadapi berbagai kendala dalam proses digitalisasi usaha. Banyak pelaku UKM yang masih menjalankan usaha secara konvensional, baik dalam aspek pemasaran, pencatatan keuangan, maupun manajemen usaha (Paendong, 2022). Keterbatasan pemahaman terhadap teknologi digital, rendahnya literasi digital, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan menjadi faktor utama yang menghambat transformasi digital UKM (Rahmawati & Winario, 2025).

Selain itu, permasalahan klasik UKM seperti lemahnya manajemen usaha, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta keterbatasan jaringan pemasaran semakin diperparah oleh tuntutan digitalisasi. Banyak pelaku UKM yang belum memahami pentingnya branding digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, maupun pemanfaatan platform e-commerce untuk meningkatkan penjualan. Kondisi ini menyebabkan UKM sulit berkembang dan kalah bersaing dengan produk sejenis yang telah lebih dulu memanfaatkan teknologi digital.

Koperasi sebagai lembaga ekonomi kerakyatan memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UKM. Koperasi tidak hanya berfungsi sebagai wadah usaha bersama, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kapasitas anggota melalui pendidikan, pelatihan, dan pendampingan (Sudirman et al., 2023). Melalui koperasi, pelaku UKM dapat memperoleh akses terhadap modal, pasar, serta pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha. Namun, tantangan digitalisasi juga turut dirasakan oleh koperasi, di mana masih banyak koperasi yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan organisasi maupun pelayanan kepada anggota.

Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM menjadi salah satu upaya strategis untuk menjawab berbagai tantangan tersebut. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku koperasi dan UKM dalam aspek manajerial, kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital. Melalui program ini, diharapkan

koperasi dan UKM dapat bertransformasi menjadi entitas usaha yang modern, profesional, dan berdaya saing tinggi.

Digitalisasi usaha UKM bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi merupakan perubahan pola pikir (mindset) dalam menjalankan usaha. Pelaku UKM dituntut untuk mampu memanfaatkan data, memahami perilaku konsumen digital, serta mengelola usaha secara lebih terstruktur dan efisien. Tanpa adanya peningkatan kapasitas dan pendampingan yang berkelanjutan, proses transformasi digital ini akan sulit terwujud, terutama bagi pelaku UKM yang memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman usaha yang terbatas.

Pelatihan digitalisasi usaha menjadi langkah awal yang sangat penting dalam mendorong UKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Melalui pelatihan yang terstruktur dan aplikatif, pelaku UKM dapat memperoleh pemahaman praktis mengenai penggunaan media digital untuk pemasaran, pencatatan keuangan digital, pengelolaan toko online, serta strategi pengembangan usaha berbasis teknologi. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memberikan keterampilan langsung yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan digitalisasi juga berperan dalam membangun kepercayaan diri pelaku UKM dalam menghadapi perubahan (Winario et al., 2025). Banyak pelaku UKM yang merasa takut atau ragu untuk menggunakan teknologi karena dianggap rumit dan mahal. Melalui pelatihan yang tepat, persepsi tersebut dapat diubah sehingga pelaku UKM menyadari bahwa teknologi digital justru dapat menjadi alat yang memudahkan dan menguntungkan usaha mereka.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, pelatihan digitalisasi usaha UKM memiliki nilai strategis karena langsung menyentuh kebutuhan riil masyarakat pelaku usaha (Assyifa & Winario, 2025). Kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Dengan meningkatnya kapasitas digital UKM, diharapkan terjadi peningkatan pendapatan, perluasan pasar, serta penguatan ekonomi lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi usaha UKM merupakan kebutuhan mendesak di era ekonomi digital. Namun, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dan rendahnya literasi digital menjadi tantangan utama yang harus diatasi. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pelatihan digitalisasi usaha kecil menengah melalui Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM sebagai upaya strategis untuk mendorong transformasi digital UKM secara inklusif dan berkelanjutan (Winario & Zakir, 2025).

Pelatihan ini diharapkan mampu menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi pelaku UKM, sekaligus mendukung peran koperasi sebagai motor penggerak ekonomi rakyat. Dengan sinergi antara pelatihan, pendampingan, dan penguatan kelembagaan koperasi, UKM diharapkan dapat tumbuh menjadi usaha yang mandiri, profesional, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, bagaimana pelaksanaan pelatihan digitalisasi usaha kecil menengah melalui Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM

dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kesiapan pelaku UKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan dan pengembangan usahanya?



Gambar 1. Tim Pengabdian Beserta Peserta

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan partisipatif dengan tujuan meningkatkan kapasitas pelaku koperasi dan UKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengelolaan dan pengembangan usaha. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan edukatif dan aplikatif, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha.

Tahap pertama adalah persiapan dan analisis kebutuhan. Pada tahap ini dilakukan koordinasi dengan pengurus koperasi dan perwakilan pelaku UKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi terkait digitalisasi usaha. Analisis kebutuhan meliputi tingkat literasi digital peserta, penggunaan media digital yang telah ada, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran, pencatatan keuangan, dan manajemen usaha. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik peserta.

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung. Materi pelatihan meliputi pengenalan konsep digitalisasi usaha, pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, penggunaan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan, serta strategi branding dan promosi digital. Peserta didorong untuk aktif bertanya dan berdiskusi, serta mempraktikkan langsung penggunaan perangkat digital seperti smartphone atau laptop selama sesi pelatihan berlangsung.

Tahap ketiga adalah pendampingan dan praktik terarah. Setelah pelatihan inti, peserta mendapatkan pendampingan untuk menerapkan materi yang telah dipelajari pada usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan dengan memberikan bimbingan teknis, membantu pembuatan akun media sosial atau marketplace, serta memberikan arahan dalam penyusunan konten promosi digital. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta benar-benar memahami dan mampu mengimplementasikan digitalisasi usaha secara mandiri.

Tahap keempat adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan untuk menilai tingkat partisipasi dan kemajuan peserta dalam menerapkan digitalisasi usaha. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan umpan balik dari peserta terkait manfaat pelatihan. Hasil evaluasi digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan serta sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digitalisasi usaha kecil menengah melalui Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM menunjukkan hasil yang cukup signifikan dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kesiapan pelaku UKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Hasil kegiatan ini diperoleh melalui proses observasi, diskusi, praktik langsung, serta evaluasi terhadap peserta pelatihan.

Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan diikuti oleh pelaku koperasi dan UKM yang berasal dari berbagai jenis usaha, seperti usaha kuliner, perdagangan, jasa, dan usaha rumahan. Sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha skala mikro dan kecil yang selama ini menjalankan usahanya secara konvensional. Sebelum mengikuti pelatihan, mayoritas peserta belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik dalam pemasaran, pencatatan keuangan, maupun pengelolaan usaha.

Selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam sesi diskusi, banyaknya pertanyaan yang diajukan, serta keterlibatan langsung dalam praktik penggunaan media digital. Antusiasme tersebut mencerminkan adanya kebutuhan yang nyata terhadap pelatihan digitalisasi usaha, sekaligus menunjukkan kesadaran awal pelaku UKM akan pentingnya teknologi digital bagi keberlanjutan usaha mereka.

Peningkatan Pemahaman Digitalisasi Usaha

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep dan urgensi digitalisasi usaha. Pada awal kegiatan, sebagian peserta memandang digitalisasi sebagai sesuatu yang rumit dan hanya cocok untuk usaha besar. Namun, setelah mendapatkan materi pelatihan, peserta mulai memahami bahwa digitalisasi dapat diterapkan secara sederhana dan bertahap sesuai dengan kapasitas usaha masing-masing.

Peserta memperoleh pemahaman mengenai peran teknologi digital dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing usaha. Materi tentang pemanfaatan media sosial, marketplace, dan aplikasi keuangan sederhana membantu peserta memahami bahwa digitalisasi tidak selalu membutuhkan biaya besar, tetapi lebih menekankan pada kreativitas dan konsistensi dalam penggunaannya.

Peningkatan pemahaman ini menjadi fondasi penting bagi perubahan pola pikir (mindset) pelaku UKM. Peserta mulai menyadari bahwa bertahan dengan cara konvensional saja tidak lagi cukup di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil menanamkan kesadaran akan pentingnya transformasi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Peningkatan Keterampilan Praktis Peserta

Selain pemahaman konseptual, hasil nyata dari kegiatan ini terlihat pada peningkatan keterampilan praktis peserta dalam menggunakan teknologi digital. Melalui sesi praktik langsung, peserta dilatih untuk membuat dan mengelola akun media sosial usaha, mengenal fitur-fitur dasar marketplace, serta mencoba aplikasi pencatatan keuangan digital.

Banyak peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan media sosial untuk kepentingan usaha, kini mulai mampu membuat konten promosi sederhana dan memahami cara berinteraksi dengan konsumen secara online. Peserta juga mulai memahami pentingnya visual produk, deskripsi yang menarik, serta konsistensi dalam mengunggah konten promosi.

Dalam aspek pencatatan keuangan, pelatihan membantu peserta memahami pentingnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana memberikan kemudahan bagi peserta dalam mencatat pemasukan dan pengeluaran secara lebih rapi dan terstruktur. Hal ini menjadi langkah awal yang penting dalam meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha UKM.

Peran Koperasi dalam Mendukung Digitalisasi UKM

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa koperasi memiliki peran strategis dalam mendukung proses digitalisasi UKM. Melalui koperasi, pelaku UKM dapat saling berbagi pengalaman, informasi, dan motivasi dalam menerapkan teknologi digital. Pelatihan ini memperkuat fungsi koperasi tidak hanya sebagai lembaga ekonomi, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran dan pengembangan kapasitas anggota.

Pengurus koperasi yang terlibat dalam kegiatan ini mulai memahami pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan koperasi, seperti penggunaan media digital untuk komunikasi dengan anggota dan promosi produk anggota koperasi. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berdampak pada individu pelaku UKM, tetapi juga pada penguatan kelembagaan koperasi secara keseluruhan.

Sinergi antara koperasi dan pelaku UKM menjadi faktor penting dalam keberlanjutan program digitalisasi. Koperasi diharapkan dapat menjadi pendamping jangka panjang bagi anggotanya dalam menerapkan teknologi digital, baik melalui pelatihan lanjutan maupun berbagi praktik baik antaranggota.

Tantangan dalam Implementasi Digitalisasi Usaha

Meskipun hasil pelatihan menunjukkan dampak positif, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam implementasi digitalisasi usaha. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan literasi digital peserta, terutama bagi pelaku UKM yang berusia lanjut. Peserta dalam kelompok ini membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami penggunaan teknologi dan cenderung membutuhkan pendampingan yang lebih intensif.

Selain itu, keterbatasan sarana dan prasarana seperti perangkat smartphone yang kurang memadai dan akses internet yang tidak stabil juga menjadi kendala dalam penerapan digitalisasi usaha. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa meskipun telah memahami materi pelatihan, mereka masih menghadapi kesulitan dalam praktik karena keterbatasan fasilitas.

Tantangan lainnya adalah konsistensi dalam menerapkan digitalisasi usaha. Sebagian peserta masih merasa kesulitan untuk membagi waktu antara produksi, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan media digital. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi usaha tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan manajemen waktu dan komitmen yang kuat dari pelaku UKM.

Dampak Pelatihan terhadap Motivasi dan Kepercayaan Diri Peserta

Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya motivasi dan kepercayaan diri pelaku UKM dalam mengembangkan usaha berbasis digital. Pelatihan ini memberikan pengalaman baru bagi peserta bahwa mereka mampu mengikuti perkembangan teknologi dan tidak tertinggal dari pelaku usaha lainnya.

Kepercayaan diri ini tercermin dari kesiapan peserta untuk mencoba strategi pemasaran digital, meskipun masih dalam skala sederhana. Peserta mulai berani mempromosikan produknya secara online dan menjalin komunikasi dengan konsumen di luar wilayah sekitar. Hal ini membuka peluang baru bagi peningkatan omzet dan perluasan pasar UKM.

Motivasi peserta juga meningkat karena adanya dukungan dan pendampingan selama kegiatan berlangsung. Pelatihan yang bersifat partisipatif membuat peserta merasa dihargai dan dilibatkan secara aktif, sehingga menumbuhkan semangat untuk terus belajar dan berkembang.

Pembahasan dalam Perspektif Peningkatan Kapasitas UKM

Secara konseptual, hasil kegiatan ini sejalan dengan tujuan Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM, yaitu meningkatkan kualitas sumber daya manusia pelaku usaha agar lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Digitalisasi usaha menjadi salah satu indikator penting dalam peningkatan kapasitas tersebut.

Pelatihan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas tidak dapat dilakukan secara instan, tetapi memerlukan proses bertahap yang melibatkan edukasi, praktik, dan pendampingan. Hasil yang diperoleh pada tahap awal ini menjadi dasar bagi pengembangan program lanjutan yang lebih mendalam dan berkelanjutan.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dengan meningkatnya kapasitas digital pelaku UKM, diharapkan terjadi peningkatan produktivitas usaha, pendapatan, serta kemandirian ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Implikasi dan Keberlanjutan Program

Hasil dan pembahasan kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan digitalisasi usaha memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Program ini perlu dilanjutkan dengan pendampingan lanjutan, pelatihan tingkat lanjut, serta dukungan kebijakan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga terkait.

Keberlanjutan program dapat diperkuat melalui peran aktif koperasi sebagai mitra strategis dalam pengembangan UKM digital. Dengan adanya dukungan kelembagaan yang kuat, pelaku UKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang di tengah dinamika ekonomi digital.



Gambar 2. Tim Pengabdian Beserta Peserta

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digitalisasi usaha kecil menengah melalui Program Peningkatan Kapasitas Koperasi dan UKM telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman, keterampilan, dan kesiapan pelaku UKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Pelatihan ini mampu menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep digitalisasi usaha serta manfaat penggunaan media sosial, marketplace, dan aplikasi pencatatan keuangan dalam mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan profesional. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan keterampilan praktis melalui praktik langsung, yang mendorong kepercayaan diri dan motivasi untuk mulai menerapkan teknologi digital dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pelatihan ini juga memperkuat peran koperasi sebagai wadah pemberdayaan dan peningkatan kapasitas anggota, khususnya dalam mendukung transformasi digital UKM. Meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan literasi digital dan sarana pendukung, kegiatan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam mendorong digitalisasi usaha secara bertahap. Dengan pendampingan berkelanjutan dan sinergi berbagai pihak, digitalisasi UKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, kemandirian, dan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

REFERENSI

- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385.
- Assyifa, Z., & Winario, M. (2025). Pelatihan Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Pelajar SMPN 8 Kecamatan Pelalawan. *Journal of Community Sustainability*, 2(2), 91–98.
- Erman, N., & Winario, M. (2024). Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kemampuan Organisasi dalam Mengatasi Krisis Di Era Digital. *Innovative:*

- Journal Of Social Science Research*, 4(1), 11022–11034.
- Paendong, M. (2022). Pendampingan Penerapan Manajemen Administrasi Usaha, Pemasaran Digital, dan Pelaporan Keuangan Sederhana pada UMKM di Kelurahan Karombasan Selatan. *Jurnal Pengabdian Vokasi*, 2(4), 247–250.
- Rahmawati, R., & Winario, M. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Ibu-Ibu Pada Komunitas Ikatan Keluarga XIII Koto Kampar Sadayoung. *Journal of Community Sustainability*, 2(2), 83–90.
- Ridwan, M. S., Winario, M., & Kamalin, M. (2025). Hukum Islam terhadap Transaksi Digital: Studi tentang Jual Beli Online dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Journal of Legal Sustainability*, 2(2), 31–38.
- Singgih, M. N. (2007). Strategi penguatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebagai refleksi pembelajaran krisis ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 218–227.
- Sudirman, W. F. R., Winario, M., Assyifa, Z., Priyatno, A. M., & Syaipudin, M. (2023). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Berbasis Syariah Pada Masyarakat Pelaku Usaha Mitra BWM Fataha Di Kampung Maredan Barat Kecamatan Tualang. *CARE: Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 1(1), 15–19.
- Winario, M., Yasra, D., & Asnawi, M. (2025). Strategi peningkatan usaha kecil mitra bank wakaf mikro Fataha Kampung Maredan Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *AL-Muqayyad*, 8(1), 11–19.
- Winario, M., & Zakir, M. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Kemandirian Petani Kelapa Di Desa Kedabu Rapat. *Journal of Community Sustainability*, 2(2), 76–82.