

## **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI EVALUASI PELATIHAN UMKM BERBASIS DIGITAL**

**Joeliaty<sup>1</sup>, Sri Djatnika Sya'diah Arrifin<sup>2</sup>, Vita Sarasi<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

joeliaty@unpad.ac.id<sup>1</sup>, sri.djatnika@unpad.ac.id<sup>2</sup>, vitasarasi@yahoo.com<sup>3</sup>

**ABSTRAK.** Pengabdian pada masyarakat merupakan bentuk kegiatan wajib yang dilakukan oleh setiap dosen dalam menjalankan tridharma Perguruan Tinggi, dengan tujuan mengimplementasikan teori dan membantu serta memberi masukan pada masyarakat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pengabdian Pada Masyarakat tahun ini dilakukan secara virtual atau daring karena adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan dosen melakukan proses pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) di rumah masing-masing sesuai aturan yang diberikan oleh Universitas. Semenjak pandemi COVID-19, teknologi memiliki peran yang besar dalam berbagai kegiatan, salah satunya bisnis bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Melalui penggunaan media sosial dan e-commerce, pemasaran online dapat menjangkau konsumen lebih luas. Sehingga apabila pelaku UMKM dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dan e-commerce, maka pendapatan akan meningkat dan produknya akan dikenal ke seluruh daerah. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan berbasis digital yang ditujukan untuk membantu para pelaku usaha untuk mendapatkan ilmu dan memiliki keterampilan dalam menggunakan platform digital. Melalui PPM ini, kami melakukan evaluasi pelatihan berbasis digital yang telah diikuti para mitra UMKM. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara virtual mulai tanggal 10 Juli 2021 – 11 Agustus 2021. Secara teknis, pelaksanaan program ini dilakukan dari tahap pencarian mitra UMKM, penyebaran kuesioner, hingga mengolah data kuesioner untuk mengevaluasi dampak dari pelatihan berbasis digital yang diikuti para mitra UMKM.

**Kata-kata Kunci:** Pandemi, UMKM, Pelatihan Berbasis Digital, Kinerja

### **COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH DIGITAL-BASED MSMEs TRAINING EVALUATION**

**ABSTRACT.** Community service is a form of mandatory activity carried out by every lecturer in carrying out the tridharma of higher education, with the aim of implementing theory and helping and providing input to the community in solving problems faced by the community. This year's Community Service was carried out virtually or online due to the covid-19 pandemic which required lecturers to carry out the community service programme (PPM) implementation process at home, still according to the rules given by the University. Since the COVID-19 pandemic, technology has played a major role in various activities, one of which is business for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Through the use of social media and e-commerce, online marketing can reach a wider range of consumers. So that if MSME actors can maximize the use of social media and e-commerce, their income will increase and their products will be known throughout the region. Therefore, it is necessary to have digital-based training aimed at helping business actors to gain knowledge and have skills in using digital platforms. Through this PPM, we evaluate digital-based training that has been attended by MSME partners. Through this PPM, we evaluate digital-based training that has been attended by MSME partners. This programme service to the community is carried out virtually from July 10, 2021 – August 11, 2021. Technically, the implementation of this program is carried out from the stage of finding MSME partners, distributing questionnaires, to processing questionnaire data to evaluate the impact of digital-based training followed by MSME partners.

**Keywords:** Pandemic, MSME, Digital-based Training, performance

---

**Korespondensi:** Dr. Joeliaty, SE., M.Si., Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. Jalan Raya Bandung Sumedang Km. 21, Sumedang, West Java 45363. Email: [joeliaty@unpad.ac.id](mailto:joeliaty@unpad.ac.id)

### **INTRODUCTION**

COVID-19 pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Hubei, China pada akhir tahun 2019. Virus ini menular dengan sangat cepat, dan telah menyebar ke beberapa wilayah China lainnya, bahkan ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Hingga saat ini, COVID-19 masih menjadi

masalah global dunia termasuk di Indonesia. Pemerintah Indonesia sendiri telah menetapkan beberapa kebijakan dalam upaya pencegahan penularan COVID-19 yang, salah satunya adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pada awal penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ini, masyarakat diharuskan untuk melakukan berbagai macam aktivitas dari rumah. Adanya pembatasan aktivitas

masyarakat guna mengurangi penyebaran COVID-19 telah menyebabkan hampir seluruh kegiatan terpaksa harus dilakukan secara daring atau virtual melalui berbagai *platform* digital atau *online*, baik bekerja, belajar, dan lain sebagainya, mulai dari pembelajaran di sekolah, kuliah, kerja, rapat, kursus, pelatihan, hingga bisnis.

Semenjak pandemi COVID-19, teknologi memiliki peran yang besar dalam berbagai kegiatan, salah satunya bisnis bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM akan sangat bermanfaat di masa pandemi, karena perilaku konsumen selama masa pandemic berubah, dan akan bertahan lama bahkan setelah masa pandemi berlalu. Konsumen cenderung menghabiskan banyak waktunya di rumah dan mengurangi tingkat konsumsi (Junusi, 2020). Pemasaran dan penjualan secara *online* dapat menjangkau seluruh Indonesia melalui penggunaan media sosial dan *e-commerce*. Sehingga apabila pelaku UMKM dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dan *e-commerce*, hal tersebut akan meningkatkan pendapatan dan produk mereka akan dikenal ke seluruh daerah (Syaifullah, dkk, 2021). Agar pelaku UMKM dapat menjalankan usahanya dengan memaksimalkan penggunaan media sosial diperlukan pembiasaan baru melalui pelatihan untuk dapat menguasai hal tersebut (Dessler, 2020). Pelatihan UMKM selama masa pandemi COVID-19 berbasis digital sebagai upaya pemberdayaan masyarakat agar dapat meningkatkan usahanya melalui momentum di masa pandemi.

## METHODS

Pelaksanaan penelitian mengenai pemberdayaan masyarakat melalui evaluasi pelatihan UMKM berbasis digital sepenuhnya dilakukan secara virtual dikarenakan pandemi COVID-19 yang masih terjadi di Indonesia sehingga tidak memungkinkan kami untuk melaksanakan PPM bertatap muka secara langsung, selain itu kegiatan ini juga dilakukan dengan mitra usaha UMKM sekitar wilayah Bandung. Waktu penelitian dilakukan selama bulan 10 Juli hingga 11 Agustus 2021. Proses implementasi pelatihan digital juga meliputi lima fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, dan penilaian (Kamil dalam Sadikin, dkk, 2021). Terdapat beberapa *platform* yang digunakan untuk mendukung jalannya kegiatan PPM Integratif ini, diantaranya *Zoom Meeting*, dan *Google Meet*. Rangkaian kegiatan ini diawali dengan mencari

UMKM sebagai mitra usaha yang akan diberi pembekalan melalui *platform Zoom Meeting* dan *Google Meet*, yang diberikan panduan juga untuk mengisi *questioner* dalam rangka mencari data. Tahapan pelaksanaan terbagi atas 3 tahapan, yaitu: 1.) Tahap Persiapan: Tahap persiapan dimulai dari pertemuan pertama yang membahas mengenai teknis, kriteria mitra UMKM, dan tujuan dari topik PPM Integratif; 2.) Tahap Pelaksanaan: Tahap pelaksanaan diawali dengan membagikan kuesioner yang sebelumnya sudah disusun kepada para mitra UMKM melalui *WhatsApp* dengan melihat dimensi pembelajaran, kebiasaan, reaksi, dan hasil; dan 3.) Tahap Tindak Lanjut: Tahap tindak lanjut adalah dimana pengolahan data dari hasil kuesioner yang sudah dibagikan dan diisi oleh seluruh mitra UMKM. Hasil dari olah data kuesioner selanjutnya disusun dalam bentuk laporan secara deskriptif.

## RESULTS AND DISCUSSION

Hasil dari tahap persiapan, didapat sebanyak 40 mitra usaha UMKM dari berbagai wilayah yang sesuai dengan kriteria dan tujuan dari topik PPM Integratif. Berdasarkan respon dari 40 mitra UMKM, berikut deskripsi informasi mengenai identitas dalam bentuk deskriptif yang menampilkan karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian yang disajikan.

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	f	%
Laki-Laki	13	33%
Perempuan	27	68%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 1, berdasarkan hasil olahan data kuesioner mengenai tanggapan responden terkait pelatihan usaha berbasis digital selama pandemi, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling dominan adalah **Perempuan** dengan persentase 68% sementara untuk yang terendah adalah laki-laki dengan persentase 32%

Tabel 2 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan Responden	f	%
SMP	3	8%
SMA	7	18%
D1/D2/D3/Sederajat	8	20%
S1 / Sederajat	22	55%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 2, berdasarkan hasil olahan data kuesioner mengenai tanggapan responden terkait pelatihan usaha berbasis digital selama pandemi,

dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden yang paling dominan adalah S1 atau sederajat dengan persentase 55% sementara untuk yang terendah adalah SMP dengan persentase 8%.

Tabel 3 Daerah/Domisili Tempat Usaha

Kota/Kabupaten Perusahaan	f	%
Kabupaten Bandung	4	10%
Kota Medan	1	3%
Kab Lima Puluh Kota	1	3%
Kota Bukittinggi	1	3%
Kab. Solok	1	3%
Kab. Padang- Pariaman	1	3%
Kota Palangkaraya	1	3%
<b>Kota Bandung</b>	<b>12</b>	<b>30%</b>
Bekasi	3	8%
Cimahi	4	10%
Depok	1	3%
Kota Ambon	1	3%
Ciamis	1	3%
Jakarta Timur	2	5%
Surabaya	1	3%
Bandung Barat	2	5%
Sumedang	1	3%
Indramayu	1	3%
Karawang	1	3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 3, berdasarkan hasil data olahan kuesioner mengenai tanggapan responden terkait pelatihan usaha berbasis digital selama pandemi, dapat dilihat bahwa Kota/Kabupaten sebagai domisili tempat usaha yang dimiliki responden paling dominan terletak di Kota Bandung dengan persentase 30% sementara untuk yang terendah di antaranya Kota Medan, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kota Bukittinggi, Kabupaten Solok, Kabupaten Padang-Pariaman, Kota Palangkaraya, Kota Depok, Kota Ambon, Kota Ciamis, Kota Surabaya, Kabupaten Sumedang, Kabupaten Indramayu, dan Kota Karawang dengan presentase 3%.

Tabel 4 Bidang Usaha

Bidang Usaha	f	%
Fashion	10	25%
Kuliner	26	65%
Obat	4	10%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

Dari tabel 4, berdasarkan hasil olahan data kuesioner mengenai tanggapan responden terkait pelatihan usaha berbasis digital selama pandemi

menunjukkan bidang usaha yang dimiliki responden yang paling dominan adalah kuliner dengan persentase 50% sementara untuk yang terendah adalah obat dengan persentase 20%.

Tabel 5 Penghasilan UMKM sebelum mengikuti Pelatihan

Penghasilan Sebelum Pelatihan	Simbol	f	%
0 – Rp. 500.000	1	6	15%
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	2	9	23%
Rp. 1.000.000 – Rp.2.500.000	3	5	13%
Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	4	7	18%
Rp. 5.000.000 - Rp.10.000.000	5	6	15%
>Rp. 10.000.000	6	6	15%
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa sebelum mengikuti pelatihan digital, rentang penghasilan para mitra UMKM kebanyakan berada pada angka Rp500.000 - Rp1.000.000 dengan persentase 23% sementara untuk persentase terendah yaitu berada pada rentang Rp1.000.000 - Rp2.500.000.

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa setelah mengikuti pelatihan digital, rentang penghasilan para mitra UMKM meningkat menjadi >Rp10.000.000, sementara untuk persentase terendah yaitu rentang Rp. 0 – Rp. 500.000 dengan persentase 8%.

Tabel 6 Penghasilan UMKM setelah mengikuti pelatihan

Penghasilan Sesudah Pelatihan	Simbol	f	%
0 – Rp. 500.000	1	3	8%
Rp. 500.000 - Rp.1.000.000	2	5	14%
Rp. 1.000.000 – Rp.2.500.000	3	7	19%
Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	4	7	19%
Rp. 5.000.000 - Rp.10.000.000	5	5	14%
>Rp. 10.000.000	6	10	27%
<b>Total</b>		<b>37</b>	<b>100%</b>

Interpretasi dimensi reaksi berdasarkan tabel 7 yaitu, mitra UMKM yang sebelum mengikuti pelatihan berbasis digital, sebagian besar responden (60%) memiliki ketertarikan yang besar pada pelatihan bisnis berbasis digital, hal ini ditandai dengan hasil kuesioner yang menunjukkan kebanyakan dari responden menjawab Sangat Setuju. Selain itu responden juga semangat dalam mengikuti pelatihan bisnis berbasis digital untuk meningkatkan bisnis mereka yang ditunjukkan dengan sebagian besar responden (55%) menjawab Sangat Setuju.

Tabel 7 Respon UMKM (Dimensi Reaksi)

Pernyataan	Jawaban Responden										Modus	Keterangan
	1		2		3		4		5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju							
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sebelum Mengikuti Pelatihan												
Pelatihan berbasis digital bagi saya menarik	0	0%	0	0%	5	13%	11	28%	24	60%	5	Sangat Setuju
Saya semangat dalam mengikuti pelatihan berbasis digital	0	0%	0	0%	5	13%	13	33%	22	55%	5	Sangat Setuju
Setelah Mengikuti Pelatihan												
Materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan	0	0%	0	0%	1	3%	15	38%	24	60%	5	Sangat Setuju
Para pelatihnya memiliki kompetensi di bidang digital	0	0%	0	0%	1	3%	13	33%	26	65%	5	Sangat Setuju
Fasilitas pelatihan berbasis digital memuaskan	0	0%	0	0%	2	5%	17	43%	21	53%	5	Sangat Setuju
Pelatihan digital sangat bermanfaat bagi saya	0	0%	0	0%	2	5%	9	23%	29	73%	5	Sangat Setuju

Setelah mengikuti pelatihan berbasis digital, dapat diketahui melalui tabel 7 bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan pelatihan yang mereka ikuti. Hal ini ditunjukkan dengan sebagian besar jawaban responden Sangat Setuju bahwa materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, para pelatih memiliki kompetensi di bidang digital, fasilitas yang diberikan saat pelatihan memuaskan, dan mereka juga merasa pelatihan berbasis digital ini sangat memberikan manfaat bagi mereka dan usahanya.

Interpretasi dimensi *learning* berdasarkan data pada tabel 8, UMKM yang belum mengikuti pelatihan digitalisasi usaha, sebagian besar responden (38%) cukup memiliki skill dalam

bidang digital, hal ini ditandai dengan hasil kuesioner yang menunjukkan kebanyakan responden menjawab Netral dan Setuju. Selain itu dalam penggunaan teknologi dan teknologi informasi para sebagian besar responden (35%) menunjukkan bahwa telah memiliki pengetahuan dalam penggunaannya, hal ini ditandai dengan hasil kuesioner yang menunjukkan kebanyakan responden menjawab pernyataan Setuju. Dalam hal penggunaan media sosial seperti Instagram dan lainnya sebagian besar responden (50%) telah bisa menggunakannya untuk keperluan bisnis dengan sebagian besar responden menjawab pernyataan Sangat Setuju.

Tabel 8 Respons UMKM (Dimensi *Learning*)

Pernyataan	Jawaban Responden										Modus	Keterangan
	1		2		3		4		5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju							
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sebelum Mengikuti Pelatihan												
Saya memiliki kemampuan dan <i>skill</i> di bidang digital	0	0%	0	0%	15	38%	15	38%	10	25%	3 & 4	

Saya bisa menggunakan teknologi informasi untuk usaha	0	0%	0	0%	7	18%	19	48%	14	35%	4	Setuju
Saya bisa menggunakan <i>digital marketing</i> dalam usaha	1	3%	1	3%	6	15%	18	45%	14	35%	4	Setuju
Saya bisa menggunakan aplikasi IG dan sosmed lainnya dalam berusaha	1	3%	1	3%	6	15%	12	30%	20	50%	5	Sangat Setuju
Setelah Mengikuti Pelatihan												
Saya memiliki kemampuan dan <i>skill</i> di bidang digital	0	0%	0	0%	1	3%	17	43%	22	55%	5	Sangat Setuju
Saya bisa menggunakan teknologi informasi untuk usaha	0	0%	1	3%	1	3%	15	38%	23	58%	5	Sangat Setuju
Saya bisa menggunakan <i>digital marketing</i> dalam usaha	0	0%	0	0%	0	0%	16	40%	24	60%	5	Sangat Setuju
Saya bisa menggunakan aplikasi IG dan sosial media lainnya dalam berusaha	0	0%	0	0%	1	3%	12	30%	27	68%	5	Sangat Setuju

Setelah mengikuti pelatihan usaha berbasis digital, diketahui melalui tabel 8 bahwa sebagian besar dari para responden merasa bahwa dengan mengikuti pelatihan usaha berbasis digital dapat meningkatkan pengetahuan dan skill dalam penggunaan teknologi, digital marketing, dan dalam penggunaan media sosial. Hal ini dibuktikan dengan sebagian besar responden

memberikan jawaban pernyataan Sangat Setuju. Menurut Alshaketheep, dkk (2020), komunikasi antara konsumen dan pemilik usaha sangat penting dan perlu konsistensi pesan yang disampaikan melalui *channel* media sosial yang dikuasai.

Tabel 9 Respons UMKM (Dimensi *Behavior*)

Pernyataan	Jawaban Responden										Modus	Keterangan
	1		2		3		4		5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju							
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Sebelum Mengikuti Pelatihan												
Dalam menjalankan usaha, saya memanfaatkan teknologi informasi	0	0%	1	3%	9	23%	15	38%	15	38%	4 & 5	
Dalam menjalankan usaha, saya sudah menggunakan teknologi informasi	0	0%	1	3%	8	20%	12	30%	19	48%	5	Sangat Setuju
Dalam mengelola usaha, cara lama (pemasaran non digital) sudah ditinggalkan	0	0%	8	20%	15	38%	13	33%	4	10%	3	Netral
Setelah Mengikuti Pelatihan												
Dalam menjalankan												

usaha, saya memanfaatkan teknologi informasi	0	0%	1	3%	1	3%	11	28%	27	68%	5	Sangat Setuju
Dalam menjalankan usaha, saya sudah menggunakan teknologi informasi	0	0%	0	0%	1	3%	13	33%	26%	65%	5	Sangat Setuju
Dalam mengelola usaha, cara lama (pemasaran non digital) sudah ditinggalkan	1	3%	2	5%	12	30%	14	35%	11	28%	4	Setuju

Sebelum mengikuti pelatihan usaha berbasis digital, data pada tabel 9 mengenai dimensi *behavior* dari mitra UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar responden (38%) telah memanfaatkan penggunaan teknologi dalam menjalankan usaha, hal ini dibuktikan dengan sebagian besar responden memberikan pernyataan Setuju dan Sangat Setuju. Dalam penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan usaha sebagian besar responden telah melakukannya (48%) yang dibuktikan dengan sebagian besar responden memberikan jawaban Sangat Setuju. Kemudian dalam hal mengelola usaha, sebagian responden telah meninggalkan cara lama dalam mengelola usahanya, dengan persentase 38% pada jawaban Netral yang diikuti dengan jawaban Setuju dengan persentase 33%.

Setelah mengikuti pelatihan usaha berbasis digital dapat diketahui bahwa ada peningkatan dalam pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha bagi para responden. Hal ini dibuktikan dengan sebagian besar responden (68%) telah memanfaatkan penggunaan teknologi dalam menjalankan usaha dengan sebagian besar jawaban Sangat Setuju. Para responden sebagian besar (65%) juga telah menggunakan teknologi informasi dalam

menjalankan usahanya, yang dibuktikan dengan sebagian besar jawaban responden Sangat Setuju. Kemudian dalam pengelolaan usaha sebagian responden (35%) telah meninggalkan cara lama (pemasaran non digital) yang dibuktikan dengan jawaban responden sebagian besar pada pernyataan Setuju.

Interpretasi dimensi *result* melalui data pada tabel 10 yaitu diketahui bahwa setelah para mitra UMKM mengikuti pelatihan digital merasakan manfaat yang besar dan dampak yang signifikan bagi usahanya karena sebagian besar responden (45%) menjawab Sangat Setuju bahwa kinerja usahanya meningkat, hasil produksinya tidak banyak yang gagal, dan profit usahanya meningkat. Selain itu, sebagian besar responden (40%) juga menjawab Setuju bahwa usahanya semakin produktif. Hasil produksi para mitra UMKM juga memiliki kualitas yang baik karena berdasarkan data yang diolah, 50% dari responden menjawab Setuju dan 50% sisanya menjawab Sangat Setuju. Menurut Syaifullah, dkk (2021) penggunaan media sosial merupakan langkah yang paling efektif untuk meningkatkan performa UMKM selama masa pandemic di Indonesia, terutama dalam meningkatkan penjualan, hubungan dengan pelanggan, produktifitas, dan kreatifitas.

Tabel 10 Respons UMKM (Dimensi *Result*)

Pernyataan	Jawaban Responden										Modus	Keterangan
	1		2		3		4		5			
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	F	%	F	%	F		
Setelah Mengikuti Pelatihan												
Hasil produksi usaha saya memiliki kualitas yang baik	0	0%	0	0%	0	0%	20	50%	20	50%	4 & 5	
Usaha saya saat ini semakin produktif	0	0%	3	8%	4	10%	18	45%	15	38%	4	Setuju
Kinerja usaha saya meningkat	0	0%	2	5%	5	13%	15	38%	18	45%	5	Sangat Setuju

Hasil produksi saya tidak banyak yang gagal	1	3%	1	3%	7	18%	13	33%	18	45%	5	Sangat Setuju
Usaha saya memiliki profit yang meningkat	0	0%	2	5%	3	8%	17	43%	18	45%	5	Sangat Setuju

## CONCLUSION

Berdasarkan berbagai kegiatan dan uraian masalah diatas, kegiatan Program Kegiatan Masyarakat yang bertemakan “Evaluasi Pelatihan Usaha Berbasis Digital Selama Pandemi” telah terlaksana dengan baik untuk mengevaluasi sejauh mana dampak pelatihan digitalisasi bisnis terhadap pelaku usaha. Selanjutnya, setelah melakukan pengambilan data kurang lebih terhadap 40 responden terdapat beberapa kesimpulan yaitu, 1) Umumnya berbagai mitra UMKM merasa bahwa pelatihan digitalisasi bisnis merupakan suatu hal yang menarik dan sangat diperlukan dalam berbisnis di masa pandemi; 2) Pelatihan digitalisasi bisnis yang pernah diikuti oleh berbagai mitra umumnya dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dari pelaku usaha dalam berbisnis menggunakan platform digital; 3) Pelatihan digitalisasi bisnis yang diikuti oleh mitra umkm umumnya memberikan dampak positif pada hasil dan perkembangan usaha.

Dengan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait efek dari pelatihan digitalisasi bisnis terhadap pelaku usaha di masa pandemi.

Berdasarkan pembahasan, rekomendasi kepada para mitra UMKM untuk dapat mengikuti pelatihan digital karena dengan mengikuti pelatihan digital, para pelaku usaha bisa mendapatkan berbagai informasi dan keterampilan untuk

menunjang bisnisnya sehingga semakin maju dan berkembang. Selain itu, dengan diadakannya evaluasi digitalisasi bisnis diharapkan bisa menjadi referensi untuk berbagai pihak dalam membuat pelatihan digitalisasi bisnis yang semakin baik kedepannya. Kami juga berharap dengan adanya kegiatan ini juga bisa membantu pelaku usaha atau UMKM untuk terus meningkatkan semangat dan kreativitas dalam berbisnis.

## REFERENCES

- Alshaketheep, K. I., Salah, A., Alomari, K. M., Khaled, A., & Jay, A. A. (2020). Digital Marketing during COVID 19: Consumer's Perspective. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 831 - 841.
- Dessler, G. (2020). *Human Resource Management 16th Edition*. Florida: Pearson.
- Junusi, R. E. (2020). Digital Marketing During the Pandemic Period; A Study of Islamic Perspective. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 15 - 28.
- Sadikin, A., Komar, O., & Sukmana, C. (2021). Implementasi Pelatihan Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Bagi Pelaku UMKM Kota Cimahi. *Abdimas Siliwangi*, 13-26.
- Syaifullah, J., Syaifudin, M., Sukendar, M. U., & Junaedi. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic . *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 523 - 531.