

Pelatihan Pengembangan SDM Untuk Optimalisasi Teknologi pada Desa Seri Bandung (Studi Kasus Emping Ubi Umak)

**Kurniawan¹, Wiwin Agustian², Agista Maharani³,
Indah Nurhayanti⁴, Adelia⁵, Maryani⁶**

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Darma, Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

⁶Universitas Prabumulih, Prabumulih, Sumatera Selatan, Indonesia

Penulis Koresponden: kurniawan@binadarma.ac.id

Informasi Artikel:

Received: 20 January 2025, Accepted: 24 January 2025, Published: 26 January 2025

Abstract

Human resource development for optimizing technology in Emping Ubi Umak micro, small, and medium enterprises (UMKM) focuses on efforts to improve the skills and performance of the workforce. The goal is to achieve optimal results in business or enterprise activities. The skills in question include technical, managerial, and soft skills such as communication and teamwork. By improving the right skills, employees will be able to work more efficiently and effectively and be able to adapt to market and technological developments. Therefore, to support the smooth running of the regional economy in developing Emping Ubi Umak UMKM from those not well-known or not widely known to consumers, this Emping Ubi Umak UMKM digitalization program can be a solution. The forms of Emping Ubi Umak UMKM currently developing in Seri Bandung Village are liquid fertilizer, basket/kendang collective gardens, shallot cultivation, cow dung biogas, collective gardens, and many more, especially in the food sector. By having more than 20 UMKM players, Seri Bandung Village has advanced economic potential by digitalizing UMKM.

Keywords: HR Development, Technology Optimization, HR Training, Development Training

1. Pendahuluan

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021)(Solehuddin et al., 2021). UMKM sebagai penyumbang produk domestik bruto (PDB) Nasional memiliki peran penting bagi pemulihan ekonomi Indonesia. Pemerintah berkomitmen untuk terus mendukung UMKM agar mampu bertahan, berkembang, dan bertumbuh di tengah tantangan pandemi dan transformasi melalui Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)(Arum et al., 2022).

Published by:

Indonesia sendiri sedang dalam kondisi dimana tingkat penduduk pada usia produktif semakin meningkat, jika hal ini tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang mencukupi maka bukan tidak mungkin akan terjadi banyaknya tingkat pengangguran pada penduduk usia produktif. Maka dari itu masyarakat dituntut untuk membuka peluang usahanya sendiri, meskipun hanya dalam ruang lingkup kecil atau seperti UMKM. Menurut UU No. 20 tahun 2008, UMKM dibedakan menurut kriteria nya masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil dan usaha kecil menengah (Arum et al., 2022). Industri atau pabrik adalah salah satu jenis UMKM yang ada diIndonesia. UMKM terdiri dari berbagai jenis usaha, seperti perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa. Sebagian besar UMKM hanya berfokus pada bagaimana memproduksi barang dan menjual, tanpa memikirkan strategi ekspansi bisnis apa yang lebih besar lagi.

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, baik dari pelaku usaha domestik maupun global, UMKM dihadapkan pada tekanan untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap relevan. Globalisasi, digitalisasi, dan perubahan perilaku konsumen menjadi faktor yang menambah kompleksitas dalam manajemen UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk menerapkan strategi manajemen yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka dan mencapai keunggulan kompetitif(Sulistiyawan et al., 2024). Optimalisasi manajemen strategi merujuk pada proses penyusunan dan pelaksanaan strategi yang terencana dan terarah untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Sedangkan dalam konteks UMKM, hal ini melibatkan identifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Dengan memahami dan memanfaatkan informasi ini secara efektif, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih baik dan merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan pasar.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana UMKM dapat mengoptimalkan teknologi yang menjadi pedoman dalam melaksanakan manajemen strategi mereka dalam rangka meningkatkan daya saing dan meraih keunggulan dalam persaingan bisnis. Melalui analisis berbagai strategi manajerial, seperti inovasi produk, pemanfaatan teknologi informasi, pengelolaan sumber daya manusia, dan pemasaran yang efektif, PKM ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM untuk meningkatkan performa dan keberhasilan mereka di pasar, khususnya pada UMKM Emping Ubi Umak yang berada di Desa Sri bandung.

Untuk memaksimalkan perkembangan teknologi pada bidang bisnis dimana telah terjadi perubahan pada metode komunikasi pemasaran dari yang mulanya bersifat konvensional beralih ke pemasaran digital dimana untuk mewujudkan pemasaran digital yang maksimal diperlukan branding produk dengan tujuan untuk membangun identitas yang meliputi nama, istilah, simbol, tanda, atau rancangan maupun gabungan dari faktor-faktor tersebut dengan tujuan untuk membedakan barang/jasa tersebut dengan pesaing(Jannah et al., 2024). Dengan adanya peningkatan teknologi di bidang bisnis, para pelaku UMKM harusnya bisa memanfaatkan media digital untuk menginformasikan produk yang mereka jual ke konsumen. Media digital yang bisa dimaksimalkan dengan tepat, akan memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM khususnya dalam hal pemasaran sehingga produk dapat bersaing di pasar.

Pemasaran berbasis teknologi digital juga menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM untuk berkembang dan menjadi bagian dari kebangkitan ekonomi Indonesia, artinya saat ini UMKM juga harus mulai membiasakan diri dengan teknologi. Bukan hanya memasarkan saja tetapi perlu dibangun sebuah strategi pemasaran digital, dimana di dalamnya juga termasuk dalam membangun brand digital. Jika pelaku UMKM tidak mau keluar dari zona nyamannya mereka, maka UMKM akan semakin tertinggal dan semakin banyak yang gulung tikar karena tidak dapat bersaing dengan produk import. Produk- produk UMKM sebetulnya sulit untuk bersaing dengan produk import dari sisi harga dan kuantitas. Oleh karena itu penting untuk membangun brand pada produk UMKM, agar konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi dan mengingat merek tersebut. Perkembangan digitalisasi mulai menyentuh berbagai sektor, salah satunya pada bidang ekonomi dan bisnis(Tumanggor & Machasin, 2021).

UMKM menjadi salah satu pendorong ekonomi di Indonesia. Dengan potensi ekonomi tersebut, UMKM yang ada dapat memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan bisnisnya. Pendigitalisasian UMKM ini menjadi pembaruan pada konsep berbisnis. Manfaatnya tidak sekadar mengubah praktik bisnis dengan penerapan teknologi, melainkan mendapat bahan baku secara online, bahkan mengatur keuangan. Beberapa manfaat digitalisasi UMKM lainnya adalah perubahan gaya hidup, profesionalisme, minimalisasi hilangnya target pasar, efisiensi biaya, pemasaran yang lebih luas, dan kualitas produk yang meningkat(Fitriani et al., 2024). Pada kenyataannya pelaku UMKM dituntut senantiasa mengembangkan perekonomian negara dan daerah. Hal ini pun berlaku bagi Desa Seri Bandung, Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan yang memiliki puluhan UMKM. Pada kegiatan UMKM dapat ditemukan beberapa keterbatasan seperti modal finansial yang kesulitan mendapatkan pinjaman atau investasi yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis mereka, bahan baku yang sangat rentan terhadap perubahan harga dan cuaca yang bisa membuat bahan baku tidak ada pasokan sama sekali, dan akses pemasaran yang menghadapi kesulitan dalam mencapai pasar yang lebih luas dan bersaing dengan bisnis yang lebih besar.

Promosi yang efektif juga bisa menjadi tantangan bagi UMKM dalam pemasaran online. Kesulitan dalam pemasaran dapat dikatakan sebagai akibat rendahnya kualitas pekerja, tenaga kerja dan pengusaha yang memiliki keterbatasan teknologi yang membuat produk-produk UMKM belum memiliki kualitas dan harga yang kompetitif yang mampu bersaing secara dalam tahapan cakupan wilayah di luar Desa Seri Bandung(Hidayat et al., 2024). Maka dari itu, demi mendukung kelancaran ekonomi daerah dalam proses pengembangan UMKM Emping Ubi Umak dari yang belum ternama atau belum banyak dikenal konsumen program digitalisasi UMKM Emping Ubi Umak ini dapat menjadi solusi. Adapun bentuk UMKM Emping Ubi Umak yang saat ini berkembang di Desa Seri Bandung adalah pupuk cair, kebun kolektif bakul/kendang, budidaya bawang merah, bio gas kotoran sapi, kebun kolektif dan masih banyak lagi terutama pada bidang makanan. Dengan memiliki lebih dari 20 pelaku UMKM, Desa Seri Bandung memiliki potensi ekonomi yang maju lewat pendigitalisasian UMKM.

2. Solusi Masalah

2.1 Masalah

Pengembangan SDM dengan menerapkan optimalisasi teknologi pada UMKM Emping Ubi

Umak di Desa Seri Bandung Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir memiliki permasalahan berdasarkan temuan diantaranya adalah:

1. Keterbatasan modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha terebih dengan memanfaatkan teknologi yang dalam kegiatannya harus berkaitan dengan internet. Hal ini disebabkan mitra tidak paham bagaimana prosedur atau langkah dalam upaya mendapatkan dana dari investor atau pinjaman bank lainnya.
2. Cuaca saat ini menjadi faktor keberhasilan tingkat penjualan produk karena mitra belum memiliki alat atau mesin yang bisa digunakan untuk pengeringan produk untuk mengefektifkan peningkatan produk yang dihasilkan.
3. Pelaku UMKM sebagai mitra PKM yaitu UMKM Emping Ubi Umak tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi, sehingga kegiatan operasional masih dilaksanakan secara konvensional. Kurangnya pengetahuan mengenai desain dan inovasi produk serta pemasaran maupun promosi sehingga membuat strategi pemasaran Emping Ubi Umak melalui internet belum maksimal. Mengingat branding dan pemasaran produk sangat penting maka diperlukannya branding digital yang dapat meningkatkan perkembangan usaha.
4. Mitra tidak memiliki pengetahuan bagaimana upaya atau strategi untung memasarkan produk secara digital melalui berbagai aplikasi sosmed yang ada, sehingga produk dapat dilihat dan dipesan oleh konsumen dengan jangkauan luas, dan biaya promosi juga dapat diperkecil pengeluarannya.

2.2 Solusi

Solusi dari permasalahan yang ada diantaranya dengan:

1. Peningkatan pengetahuan mitra mengenai apa saja syarat dan ketentuan dalam upaya mendapatkan dana pinjaman atau menarik investor lain dalam pemberian dana sebagai tambahan modal usaha
2. Penggunaan mesin pengering sangat mempermudah dalam proses pembuatan emping ubi ini, sehingga perlu adanya perencanaan keuangan untuk melakukan transaksi pembelian mesin tersebut.
3. Peningkatan kemampuan dan percaya diri mitra untuk memiliki dan mengembangkan diri dengan menerapkan teknologi secara optimal dengan melakukan pelatihan, pendidikan, ataupun hal yang berkaitan dengan teknologi, baik berupa pengetahuan penerapan teknologi maupun pengetahuan dalam rangka membuat strategi peningkatan pemasaran dengan penggunaan aplikasi di sosmed.
4. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan digitalisasi untuk meningkatkan aktivitas bisnis seperti keterampilan desain dengan pemanfaatan berbagai aplikasi AI. Indikatornya adalah mitra dapat menerapkan pengetahuan teknologi tentang berbagai aplikasi AI yang telah didapatkan dari pelatihan dan pendampingan tim PKM.

3. Metode Pelaksanaan

3.1 Pelaksanaan

Jenis kegiatan yang digunakan pada PKM ini adalah melakukan bimbingan secara langsung kepada pelaku UMKM Emping Ubi Umak dengan memberikan pengenalan terkait Teknologi, pengenalan Sosial Media, cara melakukan pengembangan sdm optimalisasi teknologi produk digital dengan memberikan penjelasan materi secara ringkas dan jelas agar mudah dipahami.

Published by:

Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Seri Bandung Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, Indonesia Pelatihan atau bimbingan dibagi menjadi beberapa tahap yakni:

1. Tahapan Penyuluhan dan Pelatihan
 - Materi tentang cara mendapatkan pendanaan dari bank dan investor.
 - Perencanaan keuangan dan analisis kebutuhan investasi.
 - Pelatihan penggunaan mesin pengering untuk meningkatkan produksi.
 - Pengenalan dan penerapan teknologi digital dalam pemasaran.
2. Pendampingan dan Implementasi
 - Simulasi pengajuan pendanaan.
 - Penyusunan strategi pemasaran digital melalui media sosial.
 - Pembuatan branding digital untuk meningkatkan daya saing produk.
 - Pelatihan desain menggunakan aplikasi AI untuk mendukung promosi produk.
3. Evaluasi dan Monitoring
 - Penilaian keberhasilan pelatihan melalui implementasi di lapangan.
 - Evaluasi tingkat pemahaman mitra setelah program berlangsung.
 - Monitoring dampak terhadap peningkatan omzet dan jangkauan pemasaran.

Adapun dalam pelaksanaan pelatihan ini dilaksanakan diantaranya:

- a. Metode ceramah. Metode ceramah dipilih untuk menyampaikan penjelasan dan pemahaman pengembangan SDM dan optimalisasi teknologi. Selama penjelasan, ketua Emping Ubi Umak diberikan kesempatan untuk bertanya jika materi yang diberikan kurang jelas (Huda & Ikhsan, 2024).
- b. Metode tanya jawab. Metode tanya jawab ini dipilih untuk memperkenalkan proses sedemikian rupa sehingga memberikan kenyamanan, jika belum memahami cara pengembangan SDM dan optimalisasi teknologi dengan penjelasan tentang *live facebook* dan *digital marketing*
- c. Metode Demonstrasi, merupakan alur kerja digunakan untuk mendemonstrasikan atau praktik langsung mengenai produk yang akan di promosikan (Cecep et al., 2022).

3.2 Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan tahapan-tahapan, dimana setiap tahapan disusun secara sistematis sehingga dapat dilaksanakan proses kegiatan dengan teratur dan terarah. Tahapan pelaksanaan dimaksudkan agar kegiatan PKM ini dapat dipantau seberapa besar kemajuan dalam proses kegiatan. Penyusunan kegiatan dibuat berdasarkan informasi yang didapat peneliti dan solusi apa yang dapat digunakan dalam mengatasi masalah tersebut. Penyusunan kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Identifikasi Kebutuhan Mitra** (Achmad et al., 2024)
 - Melakukan survei awal terhadap UMKM untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi.
 - Menyusun rencana pelaksanaan kegiatan berdasarkan kebutuhan mitra.
2. **Perancangan Program Pelatihan dan Pendampingan**
 - Menyusun modul dan materi pelatihan terkait literasi keuangan, strategi pemasaran digital, dan penggunaan teknologi.

- Menentukan metode pelaksanaan yang efektif, seperti pelatihan tatap muka, webinar, atau workshop.
- 3. Pelaksanaan Program**
 - Mengadakan sesi penyuluhan dan pelatihan secara bertahap sesuai dengan jadwal yang telah disusun.
 - Memberikan pendampingan intensif kepada mitra dalam menerapkan ilmu yang telah diberikan.
- 4. Monitoring dan Evaluasi**
 - Melakukan penilaian terhadap keberhasilan program melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada mitra.
 - Mengevaluasi efektivitas pelatihan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program berlangsung.
- 5. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi**
 - Menyusun laporan kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan dokumentasi hasil program.
 - Memberikan rekomendasi untuk pengembangan usaha mitra secara berkelanjutan.

Untuk kelancaran kegiatan PKM maka, disusun tahapan proses kegiatan yang dapat dijelaskan berdasarkan tabel 1 dibawah berikut;

Tabel 1. Tahapan Proses Kegiatan PKM pada UMKM Emping Ubi Umak

1	Identifikasi Masalah
•Mengumpulkan data dan informasi terkait dengan masalah yang dialami oleh mitra dengan melakukan observasi secara langsung serta wawancara baik secara lisan maupun dengan kuisisioner pada pemilik maupun karyawan pada usaha UMKM Emping Ubi Umak di Desa Seri Bandung, kabupaten OI.	
2	Studi Literatur dan Pengumpulan Data
• Studi literatur adalah tahapan dimana peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai sumber ilmu pengetahuan baik itu berupa dari buku, jurnal, atau lainnya yang dapat dijadikan pembandingan, penjelasan maupun pada akhirnya solusi dari masalah yang ada pada mitra.	
3	Perumusan Tujuan dan Metode
• Merumuskan tujuan PKM diantaranya; meningkatkan literasi keuangan, membantu perencanaan investasi, peningkatan kapasitas teknologi, digitalisasi bisnis dan melaksanakan strategi pemasaran digital. •Merumuskan metode kegiatan diantaranya; penyuluhan dan pelatihan, pendampingan dan implementasi serta terakhir adalah dengan evaluasi dan monitoring kegiatan secara berkelanjutan.	
4	Penyusunan Rencana Kegiatan
Berdasarkan masalah pada temuan yang telah didapatkan dari identifikasi sebelumnya, maka urutan rencana kegiatan dilaksanakan dengan menyesuaikan strategi atau solusi yang didapat dengan metode yang digunakan.	
5	Pelaksanaan Kegiatan
•Kegiatan dilaksanakan berdasarkan prosedur atau tahapan yang telah dibuat sebelumnya	
6	Evaluasi dan Monitoring
•Tahapan ini peneliti akan melaksanakan kegiatan mengukur, mengevaluasi, dan terus memantau implementasi, pemahaman serta dampak dari kegiatan PKM yang dilaksanakan	
7	Penyusunan laporan dan Publikasi
•Membuat hasil berupa laporan dari proses kegiatan sebagai bahan publikasi serta memberikan catatan atau panduan khusus bagi peserta UMKM agar dapat mengingat dan mengimplementasikan ilmu yang telah dibahas dalam kegiatan PKM	
8	Rekomendasi untuk berkelanjutan
•Berupa kegiatan MOU, MOA, atau hal lainnya yang dapat dijadikan landasan untuk kegiatan yang berkelanjutan dimasa depan.	

3.3 Partisipasi pihak Mitra

Pihak-pihak yang terlibat dalam program ini adalah: pemilik, karyawan yang terkait dengan teknologi pada UMKM Emping Ubi Umak dengan jumlah total 20 orang, dan tim PKM Universitas Bina Darma dan Universitas Prabumulih. UMKM Emping Ubi Umak menyediakan tempat dan kelompok yang akan dilatih dan didampingi dalam kegiatan ini.

Dalam pelaksanaan ini mitra selalu dilibatkan secara aktif dalam setiap aktivitas karena solusi yang dipilih muncul dari pihak mitra sendiri. Sistem monitoring internal juga dilakukan oleh pihak tim PKM Universitas Bina Darma Palembang secara periodik. Mitra berpartisipasi dalam setiap kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dijadwalkan, memberikan data yang dibutuhkan oleh tim pengusul, menyediakan fasilitas tempat dan waktu serta kelompok peserta untuk pelaksanaan kegiatan, memberikan masukan dalam setiap *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan.

Dengan demikian, partisipasi mitra sangat akan sangat mendukung pelaksanaan kegiatan ini secara keseluruhan dari awal sampai dengan keberlanjutan program ini pada mitra dimasa datang walaupun program KKNT berakhir.

4. Hasil Pelaksanaan dan Diskusi

4.1 Hasil Pelaksanaan

Berdasarkan hasil kunjungan kami ke UMKM Emping Ubi Umak, dengan mempelajari dan mempraktikkan secara langsung kendala dengan ikut proses pembuatan hingga hasil akhir terdapat kendala sebagai berikut:

- Proses Produksi Manual: Peralatan yang digunakan masih tradisional, sehingga produksi terbatas dan memakan waktu lebih lama.
- Pemasaran Konvensional: Pemasaran hanya mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal tanpa strategi digital.



Gambar 1: Kegiatan Proses Pembuatan Emping Ubi Umak

Maka kegiatan pelatihan ini menggunakan strategi dalam Pengembangan SDM dengan cara:

1. Pelatihan Produksi Modern, Pelatihan penggunaan alat atau mesin untuk mengolah ubi menjadi emping dengan lebih cepat dan efisien.
2. Edukasi tentang cara menjaga standar kualitas produk.
3. Pelatihan Pemasaran Digital
 - a) Pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) untuk branding dan promosi emping ubi.
 - b) Penggunaan platform e-commerce (Shopee, Tokopedia, Bukalapak) untuk memperluas pasar.
 - c) Pelatihan fotografi produk sederhana untuk menarik perhatian konsumen.
4. Kerjasama dan Pendampingan:
 - a) Bermitra dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, atau perusahaan teknologi untuk memberikan pelatihan dan bantuan perangkat teknologi.
 - b) Pendampingan oleh mentor yang berpengalaman di bidang bisnis digital dan produksi modern.



Gambar 2. Tahapan Penjelasan Dan Diskusi Tanya Jawab Materi

5. Peningkatan Akses Infrastruktur Teknologi
 - a) Penyediaan akses internet di lokasi produksi.
 - b) Penambahan fasilitas produksi berbasis teknologi.
6. Implementasi Teknologi dalam Proses Produksi dan Pemasaran
 - a) Produksi: Menggantikan alat tradisional dengan mesin pengolahan ubi otomatis. Hal ini akan meningkatkan volume produksi dan menghemat waktu.
 - b) Pemasaran: Membuat akun khusus Emping Ubi Umak di media sosial.

Membuat video promosi singkat mengenai proses pembuatan emping ubi untuk menarik perhatian pembeli secara online.

- c) Menggunakan aplikasi logistik untuk pengiriman ke berbagai daerah.

5. Kesimpulan

Pengembangan SDM UMKM Emping Ubi Umak di Desa Seri Bandung sangat krusial untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan masyarakat setempat dalam memanfaatkan teknologi. Hal ini bertujuan agar mereka lebih siap menghadapi perubahan yang dibawa oleh kemajuan teknologi. Penerapan teknologi dalam industri lokal seperti pembuatan Emping Ubi Umak menjadi fokus utama. Dengan adanya pelatihan dan pengembangan SDM, teknologi yang digunakan dalam proses produksi dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan kuantitas produk. Pengembangan SDM untuk optimalisasi teknologi di Desa Seri Bandung telah memberikan dampak positif yang nyata, mulai dari peningkatan kapasitas, efisiensi proses produksi masyarakat, diversifikasi produk, hingga penguatan ekonomi lokal. Program ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara teknologi dan pengembangan manusia mampu memberdayakan masyarakat desa dan mendorong pertumbuhan ekonomi

Daftar Pustaka

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran Inovasi Untuk Mendorong Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Bidang Ekonomi Kreatif*. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Arum, R. S., Novanda, B. I., & Puspa, R. Y. (2022). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Studi Kasus Terhadap UMKM di Kabupaten Wonogiri. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 2(1), 1138.
- Cecep, C., Waskita, D. T., & Sabilah, N. (2022). Upaya Meningkatkan Konsentrasi Belajar Anak Usia Dini Melalui Metode Demonstrasi. *Jurnal Tahsinia*, 3(1), 63–70.
- Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., Fadhlurrahman, F., Iwan, F. S. D., Hisyam, R. A. M., Dibba, R., Mustika, S. T., Hidyana, S. L., & Hunafa, Z. D. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391–398.
- Hidayat, R., Irmayanti, A., Setyawan, W., & Ismoyojati, R. (2024). Pemanfaatan Website Desa Untuk Promosi Produk Umkm Di Desa Arga Mulya Kabupaten Lamandau. *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 19–22.
- Huda, N., & Ikhsan, J. (2024). *Menggugat Metode Ceramah Dalam Pendidikan: Meluruskan Fitnah Mengusulkan Paradigma Baru*. Jejak Publisher.
- Jannah, A. N., Asyraf, M. Z., & Wardana, V. (2024). Sosialisasi Digital Marketing Dan Desain Logo Untuk Meningkatkan Branding Umkm Di Desa Randuboto Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata*, 2(1).
- Solehuddin, M., Hulwani, Z., & Widodo, A. P. (2021). Perencanaan Tata Kelola Teknologi Informasi Menggunakan Framework Cobit 2019 pada DPMPTSP. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 20(2), 155–164.
- Sulistiyawan, E., Istikhoroh, S., Lasiyono, U., Alam, W. Y., Miradji, M. A., & Prasetyo,

A. (2024). Optimalisasi Manajemen Strategi Untuk Menjadikan UMKM Yang Unggul Dalam Persaingan Bisnis. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 116–126.

Tumanggor, A., & Machasin, M. S. (2021). *Strategi Pemasaran Dan Pemberdayaan Umkm Pada Masa COVID-19*. Penerbit K-Media.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

