

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**“PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM
DI LINGKUNGAN RT012/09 KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU,
JAKARTA SELATAN”**

OLEH:

- 1. DR. GUSTON SITORUS, SE.MM. (KETUA TIM)**
- 2. GL. HERY PRASETYA, SE. MM. (ANGGOTA)**
- 3. MUHAMMAD TEGAR. (ANGGOTA)**
- 4. YUNITA DWI CAHYANI (ANGGOTA)**

SEMESTER GANJIL 2025/2026

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JANUARI 2026**

HALAMAN IDENTITAS DAN PEGESAHAN KEGIATAN P2M

1. **Judul** : “Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM di Lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan”.
2. **Bidang Ilmu** : **Manajemen**
3. **Ketua Proyek** :
 - a. Nama : Dr. Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. NIK/NIDN : 05.U03.05.90.00010/0302086502
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Pangkat/Golongan : Pembina/IV-A
 - d. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - e. PTS : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 - g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. Alamat Rumah : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar Jakarta Timur.
5. **Lokasi Kegiatan PkM** : Lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.
6. **Tempat Pelaksanaan** : Kampus USNI
7. **Waktu Kegiatan** : September 2025 s/d Januari 2026
8. **Biaya yang diperlukan** : Rp. 10.000.000,-
 - a. Anggaran USNI : Rp. 6.500.000,-
 - b. Pribadi Tim : Rp. 3.500.000,-
- Jumlah** : Rp. 10.000.000,-

Mengetahui,
Dekan FEB-USNI

(Dr. Drs. Dharmawan P. Hadad, M.M.)

NIK: 05.U03.01.25.00242

Jakarta, Januari 2026

Ketua Proyek PkM,

(Dr. Guston Sitorus, SE.MM.)

NIK: 05.U03.05.90.00010

Menyetujui,
Ketua LPPM USNI

(Teguh Rifandi, S.Si., M.Env)

NIK: 05.U03.03.25.00246

ABSTRAK

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah meningkatkan pemahaman Pedagang Kecil atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tentang Membangun Mindset Digitalisasi UMKM. Metode PkM ini dilakukan dengan metode penyuluhan. Peserta PkM ini diikuti oleh 15 peserta di lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Metode pengumpulan data digunakan dengan instrument kuesioner sebelum penyuluhan (pre test) dan sesudah penyuluhan (post test). Uji hipotesis menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu *Paired Samples Statistics*, *Paired Samples Correlations*, dan *Paired Samples Test*. Hasil PkM ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan Pedagang Kecil memahami Membangun Mindset Digitalisasi UMKM sebelum dengan sesudah penyuluhan, hal ini juga didukung adanya hubungan yang kuat kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan.

Kata Kunci: Mindset Digitalisasi UMKM, Pedagang Kecil, dan Keberhasilan UMKM



RINGKASAN

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, serta penyerapan tenaga kerja. Digitalisasi merupakan cara pelaku usaha mengelola operasional, membangun relasi dengan pelanggan, dan mengambil keputusan bisnis untuk itu UMKM dihadapkan harus beradaptasi agar tetap relevan dan berdaya saing. Tantangan terbesar yang dihadapi UMKM kesiapan sumber daya manusia, khususnya pola pikir atau mindset pelaku usaha terhadap digitalisasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan penyuluhan membangun mindset digitalisasi UMKM. Penyuluhan membangun mindset digitalisasi UMKM menjadi krusial karena transformasi digital pada dasarnya merupakan proses perubahan perilaku yang diawali dari perubahan cara berpikir. Penyuluhan berperan penting dalam membangun pemahaman dan persepsi positif bahwa teknologi digital justru dapat memberikan manfaat nyata bagi keberlangsungan dan pengembangan usaha.

Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan dengan Topik **“Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan”**.

Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan diharapkan akan dapat meningkatkan kemampuan para pedagang kecil tentang pemahaman terhadap Membangun Mindset Digitalisasi UMKM, yang meliputi **yang meliputi** Pentingnya, Tujuan, Manfaat, dan Prinsip Digitalisasi UMKM, dan Perubahan Perilaku Konsumen dalam Era Digitalisasi.

Pengukuran Luaran

Solusi terhadap setiap permasalahan yang dihadapi para pedagang kecil yang dilaksanakan melalui penyuluhan yang akan memberikan luaran yang dapat diukur secara kuantitatif, yaitu akan dibuktikan berapa besar perbedaan kemampuan pedagang kecil sebelum dan sesudah mengikuti penyuluhan, dengan menggunakan UJI BEDA, yaitu Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*).

Hasil Penyuluhan

Kemampuan pedagang kecil sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat kurang memahami Mindset Digitalisasi UMKM, sedangkan sesudah mengikuti penyuluhan kemampuan peserta meningkat pada tingkat memahami Mindset Digitalisasi UMKM. Pelaksanaan PkM dengan topik “Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan” dapat dikatakan berhasil meningkatkan kemampuan pedagang kecil dalam memahami Mindset Digitalisasi UMKM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya sehingga penyusunan laporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini dapat kami selesaikan dengan baik. Laporan hasil pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini disusun sesuai dengan topik yang sudah disetujui.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan PkM pada Semester Ganjil 2025/2026 ini dengan topik **“PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI LINGKUNGAN RT012/09, KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN”**

PkM ini telah kami laksanakan mulai bulan September 2025 sampai dengan Januari 2026 dan semua berjalan dengan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan. Kami Tim PkM Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan USNI, Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan Kepala LPPM USNI, serta kepada Ibapak Awaludin sebagai Ketua RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan yang telah bersedia menjadi lokasi pelaksanaan PkM ini.

Semoga pelaksanaan PkM ini bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi pedagang kecil di lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Jakarta Januari 2026

Ketua Tim PkM

Dr. Guston Sitorus, SE.MM.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I. PENDAHULUAN		
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Permasalahan Mitra	4
BAB II. SOLUSI DAN TARGET LUARAN		
2.1. Solusi Permasalahan	5
2.2. Luaran Penyuluhan	14
2.3. Pengukuran Luaran	14
BAB III. METODOLOGI PENYULUHAN		
3.1. Tempat dan Waktu	15
3.2. Inventarisasi Peserta	15
3.3. Metodologi Penyuluhan	15
3.4. Pelaksanaan Penyuluhan	16
3.5. Analisis Data	16
3.6. Uji Hipotesis	16
BAB IV. SUSUNAN TIM PKM	18
BAB V. BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT		
5.1. Sumber Dana	20
5.2. Pengeluaran	20

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan	21
6.2. Profil Peserta Penyuluhan	22
6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.	26
6.4. Keberhasilan Penyuluhan Memahami Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.	28
6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-rata (<i>Paired Samples Test</i>)	29

BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan	31
7.2. Saran	31

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL 6.1 : JENIS KELAMIN RESPONDEN	22
TABEL 6.2 : USIA RESPONDEN	23
TABEL 6.3 : STATUS PENDIDIKAN	23
TABEL 6.4 : HASIL PENJUALAN PER HARI	24
TABEL 6.5 : USIA USAHA	25
TABEL 6.6 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SEBELUM PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET UMKM	26
TABEL 6.7 : REKAPITULASI JAWABAN PESERTA SESUDAH PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET UMKM	27
TABEL 6.8. : KEBERHASILAN PENYULUHAN	28
TABEL 6.9. : <i>PAIRED SAMPLES STATISTICS</i>	29
TABEL 6.10.: <i>PAIRED SAMPLES CORRELATIONS</i>	29
TABEL 6.11.: <i>PAIRED SAMPLES TEST</i>	30

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 :	SURAT TUGAS DEKAN FAKULTS EKONOMI DAN BISNIS TENTANG PELAKSANAAN PkM	33
LAMPIRAN 2 :	DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN PkM	34
LAMPIRAN 3 :	SURAT KETERANGAN DARI KETUA RT012/09 KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN	35
LAMPIRAN 4 :	JADWAL PENULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM	36
LAMPIRAN 5 :	SERTIFIKAT DARI DEKAN FEB USNI DAN KETUA RT0012/09	37
LAMPIRAN 6 :	FOTO IDENTITAS PESERTA PENYULUHAN	38
LAMPIRAN 7 :	FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN	44
LAMPIRAN 8:	JAWAN RESPONDEN	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, serta penyerapan tenaga kerja. Di Indonesia, UMKM mendominasi struktur usaha dan menjadi penggerak utama ekonomi masyarakat di tingkat lokal. Namun, perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah membawa perubahan mendasar pada lanskap bisnis, pola konsumsi, serta mekanisme persaingan usaha. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara produk dipasarkan dan dijual, tetapi juga cara pelaku usaha mengelola operasional, membangun relasi dengan pelanggan, dan mengambil keputusan bisnis. Dalam konteks tersebut, UMKM dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi agar tetap relevan dan berdaya saing. Tantangan terbesar yang dihadapi UMKM dalam proses ini bukan hanya keterbatasan infrastruktur atau akses teknologi, melainkan kesiapan sumber daya manusia, khususnya pola pikir atau mindset pelaku usaha terhadap digitalisasi. Oleh karena itu, pelaksanaan penyuluhan yang berfokus pada pembangunan mindset digitalisasi UMKM menjadi kebutuhan yang sangat penting dan strategis.

Penyuluhan membangun mindset digitalisasi UMKM menjadi krusial karena transformasi digital pada dasarnya merupakan proses perubahan perilaku yang diawali dari perubahan cara berpikir. Dalam perspektif teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, penerimaan teknologi ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan. Banyak pelaku UMKM yang masih memiliki persepsi negatif terhadap teknologi digital, seperti anggapan bahwa digitalisasi sulit diterapkan, memerlukan biaya besar, dan mengandung risiko tinggi. Persepsi tersebut menyebabkan rendahnya minat dan motivasi untuk mengadopsi teknologi. Penyuluhan berperan penting dalam membangun pemahaman dan persepsi positif bahwa teknologi digital justru dapat memberikan manfaat nyata bagi keberlangsungan dan pengembangan usaha, seperti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan.

Selain TAM, teori Diffusion of Innovation dari Rogers memberikan penjelasan bahwa adopsi inovasi merupakan proses bertahap yang dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, sikap,

dan kesiapan individu terhadap inovasi tersebut. Dalam konteks UMKM, penyuluhan merupakan tahapan awal yang sangat menentukan karena berfungsi meningkatkan kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha mengenai inovasi digital. Tanpa adanya penyuluhan yang memadai, UMKM cenderung berada pada tahap penolakan atau adopsi yang sangat lambat. Penyuluhan membangun mindset digitalisasi menjadi sarana penting untuk mendorong perubahan sikap, dari yang semula resistif terhadap perubahan menjadi lebih terbuka, adaptif, dan inovatif.

Pentingnya penyuluhan mindset digitalisasi UMKM juga dapat dipahami melalui konsep digital entrepreneurial mindset. Konsep ini menekankan bahwa pelaku usaha perlu memiliki pola pikir kewirausahaan yang adaptif terhadap teknologi, berorientasi pada peluang, serta mampu memanfaatkan sumber daya digital untuk menciptakan nilai tambah. Pelaku UMKM dengan mindset digital tidak hanya menggunakan teknologi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai bagian dari strategi bisnis. Penyuluhan menjadi media yang efektif untuk menanamkan nilai-nilai kewirausahaan digital tersebut, terutama bagi UMKM yang selama ini masih menjalankan usaha secara konvensional dan belum terbiasa dengan pemanfaatan teknologi digital.

Dari sisi kebijakan, urgensi penyuluhan membangun mindset digitalisasi UMKM sejalan dengan arah kebijakan pemerintah dalam lima tahun terakhir. Pemerintah Indonesia melalui berbagai kementerian dan lembaga telah menetapkan transformasi digital UMKM sebagai agenda strategis nasional. Kementerian Koperasi dan UKM mendorong percepatan UMKM Go Digital sebagai bagian dari upaya meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Gerakan Nasional Literasi Digital menekankan pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia, termasuk perubahan pola pikir dan budaya digital. Kebijakan-kebijakan tersebut menunjukkan bahwa pembangunan mindset digital merupakan fondasi utama dalam implementasi transformasi digital UMKM, sehingga penyuluhan menjadi instrumen kebijakan yang sangat relevan.

Berbagai hasil penelitian dalam lima tahun terakhir memberikan bukti empiris mengenai pentingnya mindset dan literasi digital bagi kinerja UMKM. Penelitian Susanti, Nurhayati, dan Rahman (2021) menunjukkan bahwa literasi digital yang didukung oleh sikap positif terhadap teknologi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas dan pendapatan UMKM. Penelitian Pratama dan Hidayat (2022) menemukan bahwa UMKM

yang mengikuti penyuluhan dan pelatihan digital memiliki tingkat kesiapan transformasi digital yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang tidak mendapatkan pendampingan. Temuan ini menegaskan bahwa penyuluhan memainkan peran penting dalam membangun kesiapan mental dan kognitif pelaku UMKM.

Penelitian lain oleh Lestari, Putra, dan Sari (2023) mengungkapkan bahwa kegagalan transformasi digital UMKM lebih banyak disebabkan oleh rendahnya kesiapan mindset pelaku usaha dibandingkan keterbatasan teknologi. UMKM yang belum memiliki mindset digital cenderung menggunakan teknologi secara parsial dan tidak berkelanjutan. Sementara itu, penelitian Setiawan (2024) menegaskan bahwa mindset digital yang kuat mendorong pelaku UMKM untuk lebih inovatif, adaptif, dan responsif terhadap perubahan pasar. Hasil-hasil penelitian tersebut memperkuat argumen bahwa penyuluhan membangun mindset digitalisasi merupakan langkah awal yang sangat menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM.

Selain didukung oleh teori, kebijakan, dan hasil penelitian, pentingnya penyuluhan mindset digitalisasi UMKM juga tercermin dari berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh perguruan tinggi dan lembaga terkait. Dalam lima tahun terakhir, banyak program pengabdian masyarakat yang menempatkan penyuluhan mindset digital sebagai tahap awal sebelum pelaksanaan pelatihan teknis. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa UMKM yang mendapatkan penyuluhan mengenai pentingnya digitalisasi menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kesiapan dalam memanfaatkan teknologi digital.

Pengalaman pengabdian kepada masyarakat pada UMKM sektor kuliner, kerajinan, dan perdagangan menunjukkan bahwa penyuluhan mindset digitalisasi mampu mendorong perubahan sikap pelaku usaha terhadap teknologi. Setelah mengikuti penyuluhan, pelaku UMKM lebih terbuka untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, marketplace sebagai kanal penjualan, serta aplikasi digital untuk pencatatan keuangan. Penyuluhan juga membantu pelaku UMKM memahami bahwa digitalisasi bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan untuk mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah perubahan perilaku konsumen.

Lebih lanjut, pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan teknis sangat bergantung pada kesiapan mindset pelaku UMKM. UMKM yang

telah memiliki pemahaman dan sikap positif terhadap digitalisasi cenderung lebih konsisten dalam menerapkan teknologi yang diperkenalkan. Sebaliknya, tanpa penyuluhan mindset, pelatihan teknis sering kali tidak memberikan dampak jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa penyuluhan membangun mindset digitalisasi berfungsi sebagai fondasi penting dalam proses pemberdayaan UMKM.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam mencari informasi dan melakukan transaksi juga menjadi alasan kuat pentingnya penyuluhan mindset digitalisasi UMKM. Konsumen saat ini cenderung memilih produk yang mudah diakses secara daring, memiliki informasi yang jelas, serta didukung oleh layanan digital. UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan kondisi ini berisiko kehilangan peluang pasar. Penyuluhan membantu pelaku UMKM memahami dinamika tersebut serta mendorong mereka untuk beradaptasi secara strategis melalui pemanfaatan teknologi digital.

Berdasarkan uraian teori, kebijakan, hasil penelitian, dan pengalaman pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan penyuluhan membangun mindset digitalisasi UMKM merupakan langkah yang sangat penting dan strategis. Penyuluhan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai proses perubahan cara berpikir, sikap, dan perilaku pelaku usaha. Dengan mindset digital yang kuat, UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, serta menciptakan usaha yang berkelanjutan di era ekonomi digital.

Dihubungkan dengan dengan kondisi pedagang kecil di lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan di maka sangat diperlukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuan mereka menciptakan bisnis yang sukses. Untuk itu Dosen Tetap dan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI melaksanakan penyuluhan dengan topik “PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09 KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN”

1.2. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi Mitra UMKM atau pedagang kecil di Lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, meliputi pedagang kecil belum memiliki mindset tentang digitalisasi UMKM.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi para pedagang kecil di lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan maka perlu dilakukan penyuluhan. Adapun materi penyuluhan yang akan diberikan kepada para pedagang kecil tersebut adalah beberapa materi yang berhubungan dengan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM, meliputi Pengertian Mindset Digitalisasi UMKM, Mengapa Mindset Digital Lebih Penting dari Teknologi, Prinsip-Prinsip Mindset Digitalisasi UMKM, Manfaat Mindset Digitalisasi bagi UMKM, Tantangan UMKM dalam Digitalisasi, Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digitalisasi UMKM, dan Peran Penyuluhan dalam Membangun Mindset Digital.

a. Pengertian Mindset Digitalisasi UMKM

Menurut penelitian akademik di bidang *business research*, *digital mindset* merupakan cara berpikir yang memandang dunia dan informasi melalui filter digital — yaitu pola pikir, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan individu atau organisasi mengadopsi teknologi digital secara efektif dalam perilaku dan strategi bisnis mereka. Dengan kata lain, *digital mindset* bukan sekadar kemampuan teknis, tetapi juga mencakup kesadaran, sikap, dan perilaku yang mendukung transformasi digital.

Penelitian lain menyatakan *digital mindset* sebagai kumpulan sikap dan perilaku yang memungkinkan seseorang memanfaatkan teknologi digital dan berubah bersama perkembangan digitalisasi secara proaktif.

Selain itu, pakar digital mindset seperti Benke (2013) mendefinisikan *digital mindset* sebagai seperangkat struktur pengetahuan dan pengalaman mental yang terbentuk karena hidup dalam masyarakat digital, yang kemudian memengaruhi cara berpikir, bertindak, dan menanggapi peluang digital.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), *mindset digitalisasi* mengacu pada pola pikir pelaku UMKM yang siap, adaptif, dan proaktif dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua aspek usaha — mulai dari pemasaran digital, transaksi elektronik, manajemen data, sampai inovasi model bisnis.

Kondisi ini berarti pelaku UMKM tidak hanya menguasai alat teknologi, tetapi juga memiliki sikap dan kesiapan mental untuk beradaptasi dengan perubahan pasar digital,

merespons inovasi, serta menjadikan teknologi sebagai bagian strategi untuk bertahan dan berkembang.

Bank Indonesia juga menekankan bahwa *digital mindset* menjadi kunci utama keberhasilan transformasi digital UMKM, karena pola pikir yang terbuka terhadap inovasi digital menjadi faktor penting agar UMKM dapat *go digital* dan naik kelas.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disintesis bahwa Mindset digitalisasi UMKM adalah pola pikir dan sikap adaptif pelaku UMKM dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi dan operasional usaha, serta kesiapan mental untuk menghadapi perubahan zaman digital secara proaktif, inovatif, dan berorientasi pada penciptaan nilai tambah bisnis.

b. Mengapa Mindset Digital Lebih Penting dari Teknologi

1) Mindset Digital Menggerakkan Transformasi, Bukan Teknologi Itu Sendiri

Transformasi digital bukan hanya sekadar adopsi alat atau perangkat teknologi, tetapi lebih merupakan perubahan cara berpikir, budaya organisasi, dan perilaku dalam menghadapi lingkungan digital. Harvard Business Review menekankan bahwa inti dari transformasi digital adalah perubahan pola pikir (*thought patterns*) dan perilaku, bukan sekadar teknologi yang digunakan. Jika pola pikir tidak berubah, teknologi baru dapat dianggap sebagai beban kerja tambahan alih-alih solusi yang membantu. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi tergantung pada kemampuan manusia untuk berpikir ulang tentang strategi, proses, dan nilai yang ingin dicapai — bukan hanya kemampuan untuk memiliki teknologi terbaru.

2) Teknologi Adalah ‘Alat’ — Sementara Mindset Digital Adalah ‘Penggerak’

Teppo Paavola dari The Adecco Group menyatakan bahwa dalam transformasi digital, teknologi adalah pemicu, tetapi yang membuat perbedaan adalah manusia itu sendiri. Tanpa pola pikir yang tepat, bahkan teknologi paling canggih pun tidak akan mampu menciptakan inovasi atau peningkatan nilai secara berkelanjutan. Artinya, *mindset digital* memungkinkan individu dan organisasi untuk memanfaatkan teknologi secara strategis, bukan hanya sekadar menggunakannya secara mekanis.

3) Mindset Menentukan Respon terhadap Perubahan Cepat dalam Era Digital

Karena perkembangan teknologi berjalan sangat cepat, pola pikir yang adaptif menjadi lebih penting daripada sekadar penguasaan alat. Menurut beberapa sumber, *digital mindset* mencakup kemampuan untuk cepat belajar, beradaptasi, berpikir kreatif, dan kolaboratif — kemampuan yang tidak diperoleh hanya dengan teknologi semata.

Seseorang yang hanya *menguasai teknologi* belum tentu dapat menghadapi tantangan baru, sementara mereka yang memiliki mindset digital akan melihat peluang di balik perubahan dan mengonversinya menjadi nilai tambah.

4) **Mindset Membentuk Strategi dan Nilai, Sedangkan Teknologi Hanya Menyediakan Kapabilitas**

Digital mindset memungkinkan seseorang untuk:

- a) **Merumuskan strategi berbasis data dan inovasi** agar penggunaan teknologi relevan dengan tujuan bisnis.
- b) **Mengubah hambatan menjadi peluang** melalui pembelajaran dan adaptasi.
- c) **Menciptakan nilai baru** dengan teknologi sebagai alat untuk memecahkan masalah nyata dan memperluas pasar.
- d) Tanpa pola pikir tersebut, teknologi hanya akan menjadi alat *yang dipasang*, tetapi tidak mampu menghasilkan perubahan yang berarti dalam praktik bisnis.

5) **Mindset Digital Memperkuat Kolaborasi dan Pengambilan Keputusan**

Digital mindset tidak hanya melibatkan keahlian teknologi, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, kolaborasi, dan pengambilan keputusan berbasis data, yang merupakan kunci dalam ekosistem digital modern. Individu dengan pola pikir digital mampu memaksimalkan potensi teknologi karena mereka memahami konteks, kebutuhan pelanggan, dan dinamika pasar yang lebih luas — sesuatu yang tidak dicapai hanya melalui penggunaan teknologi saja.

c. **Prinsip-Prinsip Mindset Digitalisasi UMKM**

Mindset digitalisasi untuk UMKM bukan sekadar “bisa pakai teknologi”, tetapi merupakan pola pikir yang membentuk sikap, nilai, dan tindakan dalam memanfaatkan peluang digital guna meningkatkan daya saing dan kinerja usaha. Prinsip-prinsip berikut merangkum nilai-nilai dasar yang harus dimiliki pelaku UMKM agar sukses di era digital.

1) **Adaptabilitas dan Kesiapan Berubah**

Pelaku UMKM harus siap beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar yang cepat. Adaptabilitas berarti mampu bereaksi cepat terhadap tren baru, serta mengubah strategi dan proses bisnis ketika perlu — bukan bertahan pada cara kerja lama. Prinsip ini penting karena digitalisasi adalah lingkungan yang dinamis dan selalu berkembang.

2) **Keterbukaan terhadap Teknologi Baru**

Mindset digital mendorong pelaku UMKM untuk selalu bersikap terbuka terhadap teknologi baru dan inovasi — tidak hanya sekadar menggunakan alat digital, tetapi memahami potensi teknologi dalam menciptakan nilai tambah dalam operasi bisnis, pemasaran, dan pelayanan pelanggan.

3) **tusan Berbasis Data (Data-Driven Decision Making)**

Prinsip penting lain dari mindset digital adalah pengambilan keputusan yang didasarkan pada data, bukan hanya intuisi atau pengalaman masa lalu. Dengan memanfaatkan data digital, UMKM dapat lebih cepat memahami konsumen, merencanakan strategi yang tepat, serta mengevaluasi hasil usaha secara objektif.

4) **Inovasi dan Kreativitas**

Pelaku UMKM harus berpikir kreatif dalam mencari peluang baru melalui teknologi digital. Mindset digital mendorong terciptanya solusi baru untuk tantangan bisnis serta pengembangan produk atau layanan yang memberikan keunggulan kompetitif.

5) **Kolaborasi Digital**

Digitalisasi menciptakan peluang baru untuk bekerja sama secara digital melalui platform, alat kolaborasi online, dan jaringan bisnis yang lebih luas. Prinsip ini menekankan pentingnya membangun koneksi dan kerja sama yang efektif di lingkungan digital untuk meningkatkan produktivitas dan jangkauan pasar.

6) **Pembelajaran Berkelanjutan (Continuous Learning)**

Dalam era digital, teknologi terus berubah dengan cepat, sehingga mindset digital juga mencakup prinsip pembelajaran berkelanjutan. Pelaku UMKM perlu terus mengembangkan kompetensi digital, memperbarui pengetahuan, dan beradaptasi melalui pelatihan, riset, atau eksperimen terhadap teknologi terkini.

7) **Growth Mindset**

Growth mindset adalah keyakinan bahwa kemampuan dapat dikembangkan melalui usaha dan pembelajaran. Prinsip ini relevan dalam konteks digitalisasi UMKM karena mendorong pengusaha untuk menerima tantangan, menghadapi kegagalan sebagai pembelajaran, dan terus memperbaiki proses bisnis dengan teknologi digital.

8) **Fokus pada Nilai Pelanggan (Customer-Centric Mindset)**

Mindset digital perlu diarahkan pada upaya memahami kebutuhan dan pengalaman pelanggan melalui teknologi digital. Pelaku UMKM dengan prinsip ini akan memanfaatkan alat seperti e-commerce, analisis data pelanggan, dan media sosial untuk meningkatkan layanan, loyalitas, dan pertumbuhan pasar.

d. Manfaat Mindset Digitalisasi UMKM

1) Meningkatkan Produktivitas dan Kinerja Bisnis

Mindset transformasi digital secara signifikan mendorong peningkatan kinerja UMKM, termasuk produktivitas usaha. Hal ini karena pelaku UMKM yang berpikiran digital lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi, inovasi, dan perubahan strategi bisnis untuk merespon kebutuhan pasar secara cepat dan efisien. Penelitian menunjukkan bahwa mindset transformasi digital berpengaruh positif terhadap pertumbuhan penjualan, peningkatan produktivitas, dan perluasan pasar UMKM.

2) Meningkatkan Efisiensi Operasional

Pelaku UMKM dengan mindset digital cenderung memanfaatkan teknologi digital untuk mengotomatisasi proses bisnis, seperti pencatatan keuangan, manajemen stok, maupun transaksi digital, sehingga dapat mengurangi kesalahan manual, menghemat waktu, dan menekan biaya operasional. Mindset digital memberi kemampuan untuk mengoptimalkan sumber daya secara lebih efisien melalui alat digital.

3) Mendorong Inovasi dan Kreativitas Bisnis

Dengan digital mindset, pelaku usaha tidak hanya sekadar menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki pola pikir yang inovatif untuk menciptakan produk, layanan, dan strategi pemasaran yang relevan dengan tren pasar digital. Pola pikir ini memungkinkan UMKM untuk terus mencari peluang baru, merespon perubahan, dan mengembangkan nilai tambah.

4) Memperluas Jangkauan Pasar dan Peluang Usaha

Mindset digital mendorong pelaku UMKM agar memanfaatkan kanal digital seperti e-commerce, media sosial, dan platform online lain untuk menjangkau pelanggan lebih luas — **tidak terbatas pada pasar lokal saja**. Ini membuka peluang baru untuk pertumbuhan usaha dan peningkatan pendapatan.

5) Pengambilan Keputusan Berbasis Data

Pelaku UMKM yang memiliki mindset digital akan lebih sering menggunakan **data** dan analitik sebagai dasar pengambilan keputusan. Dengan mengolah data pelanggan, tren pasar, ataupun performa penjualan secara digital, UMKM dapat merumuskan keputusan yang lebih tepat dan strategis untuk pengembangan usaha.

6) Peningkatan Daya Saing di Era Digital

Penelitian empiris juga menunjukkan bahwa mindset digital berkontribusi terhadap daya saing UMKM, karena pelaku usaha yang berpikiran digital lebih cepat

beradaptasi pada perubahan pasar, menerapkan pendekatan baru, dan lebih siap menghadapi persaingan global.

e. **Tantangan Digitalisasi UMKM**

Digitalisasi UMKM membuka peluang besar bagi usaha kecil untuk berkembang di era ekonomi modern. Namun, proses ini tidak mudah dan menghadapi berbagai hambatan yang berasal dari aspek internal UMKM maupun lingkungan eksternal. Tantangan-tantangan ini sering disebut dalam berbagai studi dan kajian ilmiah terkait transformasi digital UMKM di Indonesia dan dunia.

1) **Keterbatasan Sumber Daya Keuangan**

Salah satu tantangan utama digitalisasi UMKM adalah keterbatasan modal dan biaya investasi teknologi. Implementasi digital seperti pembuatan situs web, aplikasi, sistem manajemen, dan pemasaran online memerlukan biaya signifikan yang sering menjadi beban besar bagi UMKM dengan modal terbatas. Studi internasional juga menunjukkan bahwa kurangnya sumber daya finansial merupakan hambatan signifikan dalam adopsi digital di UKM.

2) **Literasi Digital dan keterampilan Teknologi yang Rendah**

Sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia memiliki tingkat keterampilan digital dan literasi teknologi yang rendah, sehingga sulit memahami dan menggunakan teknologi digital secara efektif. Hal ini termasuk kurangnya kemampuan dalam pemasaran digital, pengelolaan platform e-commerce, hingga penggunaan perangkat lunak bisnis.

3) **Resistensi terhadap Perubahan dan Budaya Organisasi**

Resistensi terhadap perubahan menjadi hambatan besar dalam digitalisasi, terutama ketika pemilik atau pengelola UMKM lebih nyaman dengan cara kerja tradisional dan enggan mengadopsi cara atau alat baru. Studi internasional menyebutkan bahwa kurangnya budaya digital serta resistensi internal menjadi salah satu penghambat utama proses digitalisasi UMKM.

4) **Infrastruktur Teknologi yang Tidak Merata**

Akses terhadap infrastruktur teknologi, seperti koneksi internet yang cepat dan stabil, perangkat keras (komputer atau ponsel pintar), serta dukungan sistem digital lainnya, masih belum merata di berbagai wilayah, khususnya di daerah rural. Hal ini menjadi tantangan besar bagi UMKM di luar pusat kota untuk terhubung dengan pasar digital.

5) Persaingan Bisnis yang Semakin Ketat

Dengan digitalisasi, UMKM kini tidak hanya bersaing dengan sesama pelaku lokal tetapi juga dengan perusahaan besar dan produsen luar negeri yang memiliki strategi digital lebih matang. Persaingan yang semakin intens ini menuntut UMKM untuk bisa mengembangkan posisi pasar dan strategi brand yang kuat.

6) Keterbatasan Tenaga Kerja Berkemampuan Digital

Selain keterampilan pemilik, ketidaktersediaan tenaga kerja yang memahami teknologi digital juga menjadi kendala. Banyak UMKM kekurangan sumber daya manusia yang terlatih untuk mengoperasikan dan memelihara sistem digital secara berkelanjutan.

7) Isu Keamanan Siber dan Perlindungan Data

Seiring meningkatnya aktivitas UMKM secara online, risiko keamanan siber dan perlindungan data pelanggan menjadi isu yang perlu diperhatikan. Banyak pelaku UMKM belum memiliki pemahaman atau sistem perlindungan yang memadai terhadap ancaman seperti pencurian data, serangan siber, atau penipuan digital.

f. Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digitalisasi UMKM

Perubahan perilaku konsumen di era digital adalah realitas penting yang harus dipahami UMKM agar tetap relevan dan kompetitif. Digitalisasi telah mengubah cara konsumen mencari informasi, berinteraksi dengan usaha, serta melakukan keputusan pembelian — termasuk perilaku konsumsi terhadap produk dan layanan UMKM.

1) Pergeseran dari Belanja Fisik ke Belanja Digital

Di era digital, konsumen semakin memilih kanal digital seperti e-commerce, marketplace, dan media sosial untuk mencari dan membeli produk. Akses mudah ke berbagai platform online membuat konsumen lebih cenderung berbelanja secara daring karena kenyamanan, variasi produk, serta pilihan harga yang lebih transparan. Ini merupakan perubahan pola belanja yang signifikan dibandingkan era konvensional.

2) Konsumen Menjadi Lebih Informatif dan Terhubung

Dengan kemajuan teknologi digital, konsumen sekarang memiliki akses lebih luas terhadap informasi produk, ulasan pelanggan, dan perbandingan harga sebelum

memutuskan membeli. Perilaku ini mengubah proses pengambilan keputusan menjadi lebih objektif dan berbasis data yang mereka dapatkan secara online.

3) **Perubahan Mekanisme Keputusan Pembelian**

Penelitian pada UMKM tertentu menunjukkan bahwa digitalisasi juga mengubah *customer journey* — dari fase pencarian informasi, pembelian, hingga layanan purna jual. Konsumen kini lebih mengandalkan sumber informasi digital dan mekanisme transaksi daring, sehingga UMKM harus menyesuaikan strategi pemasaran digital dan layanan bagi pelanggan.

4) **Pengaruh Media Sosial dan Interaksi Digital**

Media sosial tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga arena keputusan konsumen modern. Konsumen kini melakukan *engagement* dengan merek melalui konten digital, ulasan, dan rekomendasi teman atau *influencer*, yang kemudian memengaruhi persepsi serta loyalitas mereka terhadap merek. Hal ini menunjukkan keterkaitan antara perilaku sosial online dengan keputusan pembelian.

5) **Pengaruh Preferensi Generasi Milenial dan Gen Z**

Generasi milenial dan Gen Z yang melek teknologi digital secara intens menjadi penggerak utama perubahan perilaku konsumen di era digital. Mereka memiliki kebiasaan belanja yang berbeda, cenderung lebih responsif terhadap strategi pemasaran digital, lebih aktif berinteraksi dengan merek secara online, dan lebih mengutamakan pengalaman personalisasi dalam berbelanja.

6) **Tuntutan terhadap Pengalaman Pembelian yang Lebih Baik**

Perilaku konsumen digital tidak hanya melihat harga dan produk, tetapi juga pengalaman berbelanja yang lancar, layanan pelanggan digital yang responsif, serta keamanan transaksi online. Hal ini memaksa UMKM untuk memperhatikan lebih dari sekadar produk; pengalaman digital menjadi faktor penting dalam keputusan konsumsi.

g. **Peran Penyuluhan dalam Membangun Mindset Digital**

1) **Meningkatkan Literasi dan Pemahaman Teknologi**

Penyuluhan merupakan salah satu pendekatan edukatif yang penting untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, yaitu kemampuan memahami dan menggunakan teknologi digital secara efektif. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga kesadaran akan peluang digital, termasuk pemasaran online, sistem pembayaran digital, dan manajemen data. Ini membantu pelaku UMKM

beralih dari pola pikir konvensional ke pola pikir *digital first* yang adaptif terhadap perubahan pasar digital.

Melalui penyuluhan, UMKM dapat memahami konsep-konsep penting dalam digitalisasi seperti e-commerce, pemasaran media sosial, dan analisis data — yang merupakan bagian dari *mindset digital* itu sendiri.

2) Mendorong Perubahan Perilaku dan Sikap Terhadap Teknologi

Penyuluhan tidak hanya mentransfer keterampilan teknis tetapi juga mengubah sikap dan perilaku pelaku usaha terhadap teknologi digital. Pelatihan yang terstruktur dan sistematis membantu pelaku UMKM menyadari bahwa teknologi bukanlah ancaman, melainkan alat strategis untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing.

Perubahan sikap ini penting karena banyak pelaku UMKM sebelumnya belum melihat nilai tambah digital dalam proses bisnis mereka. Penyuluhan memberikan wawasan bahwa teknologi dapat memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi, sehingga memicu perubahan *mindset* dari konservatif ke proaktif dalam pemanfaatan digitalisasi.

3) Membantu Pelaku UMKM Mengatasi Hambatan Digital

Banyak UMKM menghadapi kendala seperti rendahnya pemahaman teknologi dan akses terhadap alat digital. Penyuluhan, terutama yang dilengkapi dengan praktik langsung, dapat membantu pelaku usaha memahami berbagai aplikasi dan alat digital secara bertahap — misalnya penggunaan media sosial untuk pemasaran, pembuatan toko online, serta penerapan sistem pembayaran digital — sehingga membangun *confidence* atau kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi.

4) Meningkatkan Kemampuan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar

Era digital ditandai oleh perubahan tren dan teknologi yang cepat. Penyuluhan yang berfokus pada *mindset digital* membantu UMKM untuk lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan ini, termasuk mengenali peluang baru melalui analisis pasar digital, penggunaan data pelanggan, dan strategi pemasaran berbasis platform digital. Pelatihan seperti ini secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk berpikir kreatif serta inovatif dalam memanfaatkan teknologi.

5) Memperkuat Jaringan Pendukung Digitalisasi

Penyuluhan sering dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah, akademisi, atau lembaga swasta yang memiliki kompetensi digital. Hal ini tidak hanya memberikan *transfer knowledge*, tetapi juga *membentuk ekosistem digital* di mana UMKM belajar bersama, bertukar pengalaman, serta mendapatkan dukungan lanjutan dalam pengembangan usaha digital.

2.2. Luaran Penyuluhan

Luaran penyuluhan ini adalah para peserta dapat memahami membangun mindset Digitalisasi UMKM, artinya para pedagang kecil mampu memahami berbagai hal yang berhubungan dengan kesuksesan bahwa yang meliputi:

- a. Memahami pentingnya digitalisasi UMKM
- b. Memahami tujuan dan manfaat digitalisasi UMKM
- c. Memahami prinsip-prinsip digitalisasi UMKM
- d. Memahami tantangan digitalisasi UMKM
- e. Memahami Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital

2.3. Pengukuran Luaran

Pengukuran luaran dengan mengumpulkan data pengisian kuesioner yang sama sebelum (pre test) dan sesudah penyuluhan (post tes) **oleh peserta penyuluhan**. Data yang sudah dikumpulkan, kemudian dianalisis dengan menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi *Paired Samples Statistics, Paired Samples Correlations, dan Paired Samples Test*.

BAB III

METODOLOGI PENYULUHAN

3.1. Tempat dan Waktu

Pelaksanaan Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Waktu penyuluhan dilaksanakan mulai bulan September 2025 sampai dengan Januari 2026, yang meliputi kegiatan mulai dari persiapan, pencarian data, dan informasi peserta, pelaksanaan penyuluhan sampai dengan penyusunan laporan kegiatan PkM.

3.2. Inventarisi Peserta

Sebelum melakukan penyuluhan terlebih dahulu menginventarisasi peserta dengan cara mempelajari data demografis RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Dari kegiatan inventarisasi ini akan diperoleh beberapa hal penting, antara lain gambaran umum penduduk yang meliputi usia, pendidikan, dan pekerjaan. Hasil inventarisasi ini akan menjelaskan profil peserta penyuluhan. Penyuluhan ini akan diikuti 15 pedagang kecil yang berada di lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan (Profil Peserta Penyuluhan Terlampir)

3.3. Metodologi Penyuluhan

- a. Penyuluhan ini akan dilakukan dengan metode ceramah dimana peserta akan diberikan penjelasan baik secara teori dan ilustrasi yang relevan dengan topik.
- b. Bahan dan Alat Pelatihan
Beberapa bahan dan alat penyuluhan yang dibutuhkan, antara lain persiapan ruangan, spanduk, kuesioner, toa, materi pelatihan (power point), lap top, dan proyektor (infokus).
- c. Pemberdayaan Pegusaha Kecil dan Menengah
Pendekatan ini dilakukan untuk mengembangkan kemampuan pedagang kecil agar semakin mampu mengelola usahanya sehingga akan dapat melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dan pada gilirannya dapat meningkatkan penghasilan.
- d. Pengusaha Kecil dan Menengah Binaan
Pendekatan ini dilakukan adalah membuat suatu kerjasama yang berkesinambungan antara USNI dengan pengusaha kecil dan menengah, artinya USNI dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis mengaplikasikan ilmunya untuk membina pengusaha kecil dan menengah agar dapat mengelola usahanya lebih maju.

3.4. Pelaksanaan Penyuluhan

a. Tahap Awal

Pada tahap awal ini dibagikan kuesioner kepada peserta untuk diisi, tujuannya adalah untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan (pre test).

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan tahap lanjutan dari tahap awal, yaitu melaksanakan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini kepada peserta dibagikan kembali kuesioner yang sama pada tahap awal, tujuannya adalah untuk mengetahui kemampuan peserta sesudah mengikuti penyuluhan (post test).

3.5. Analisis Data

a. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penyuluhan ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari jawaban para peserta penyuluhan, yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

b. Analisis Deskriptif

Analisis pendahuluan dengan menggunakan statistic, yaitu SPSS versi 26,0.

3.6. Uji Hipotesis

Data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu dengan menggunakan Uji Beda (*T Test*) atau Uji Perbandingan Dua Rata-rata (*Paired Samples Test*), yaitu menganalisis perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan, yang meliputi *Paired Samples Statistics*, *Paired Samples Correlations*, dan *Paired Samples Test*

a. *Paired Samples Statistics*

Paired Samples Statistics menjelaskan tentang statistik data dari sampel berpasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan dan sesudah penyuluhan.

b. *Paired Samples Correlations*

Paired Samples Correlations menjelaskan seberapa besar hubungan antara kemampuan peserta sebelum penyuluhan dengan sesudah penyuluhan.

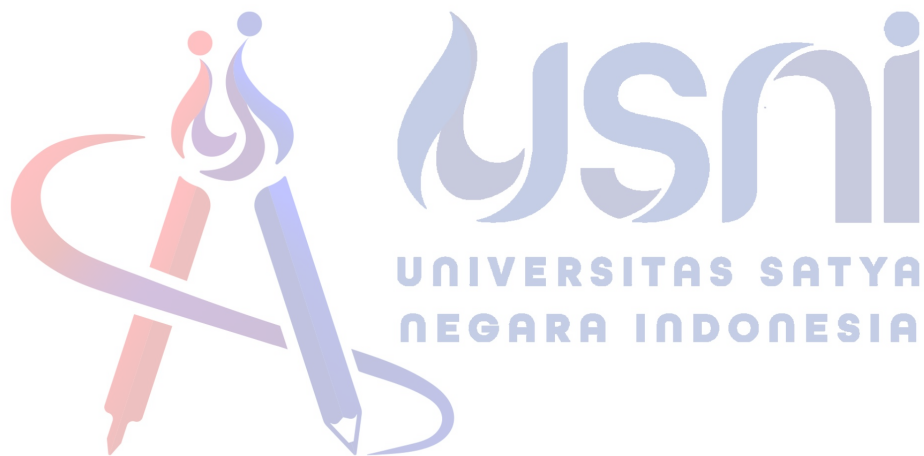
c. *Paired Samples Test*

Paired Samples Test menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan apakah signifikan atau tidak, dengan memperhatikan nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,05. maka kesimpulannya ada perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.

Ho : Tidak ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah penyuluhan.

Ha : Ada perbedaan nilai tes antara sebelum dan setelah pelatihan.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai t tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk tingkat signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dan dengan derajat kebebasan (df) $n-1$.



BAB IV

SUSUNAN TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. **Judul Pengabdian** : “Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan”

2. **Bidang Ilmu** : Manajemen
3. **Ketua Proyek** :
 - a. **Nama** : Dr. Guston Sitorus, SE.MM.
 - b. **NIK/NIDN** : 05.U03.05.90.00010/0302086502
 - c. **Jenis Kelamin** : Laki-laki
 - d. **Pangkat/Golongan** : Penata/IV-B
 - e. **Jabatan Fungsional** : Lektor Kepala
 - f. **PTS** : Universitas Satya Negara Indonesia
 - g. **Fakultas/Jurusan** : Ekonomi/Manajemen
 - h. **Alamat Kantor** : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - i. **Alamat Rumah** : Jl. Kerja Bakti III No.11 RT008/002 Makasar, Jaktim.

- A. **Anggota-1:**
 - a. **Nama** : GL. Hery Prasetya, SE.MM.
 - b. **NIK/NIDN** : 05.U03.08.15.00143/0627026701
 - b. **Jenis Kelamin** : Laki-laki
 - c. **Pangkat/Golongan** : Penata Tingkat I/III-D
 - d. **Jabatan Fungsional:** Lektor
 - e. **PTS** : Universitas Satya Negara Indonesia
 - f. **Fakultas/Jurusan** : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 - g. **Alamat Kantor** : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
 - h. **Alamat Rumah** : Jl. Warakas`VI, Gg. 18, No.92, Papanggo
Tanjung Priok – Jakarta Utara

B. Anggota-2:

- a. Nama** : **Muhammad Tegar**
- b. NIM** : **220400052**
- b. Jenis Kelamin** : **Laki-laki**
- c. Pangkat/Golongan:** **Mahasiswa**
- d. PTS** : **Universitas Satya Negara Indonesia**
- e. Fakultas/Jurusan** : **Ekonomi dan Bisnis/Manajemen**
- f. Alamat Kantor** : **Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan**
- g. Alamat Rumah** : **Bogor Asri Blok 05 No.3 RT 10 /RW 11**
Kel. Nanggewer, Kec. Cibinong Bogor.

C. Anggota-3:

- a. Nama** : **Yunita Dwi Cahyani**
- b. NIM** : **220400023**
- b. Jenis Kelamin** : **Perempuan**
- c. Pangkat/Golongan** : **Mahasiswi**
- d. PTS** : **Universitas Satya Negara Indonesia**
- e. Fakultas/Jurusan** : **Ekonomi dan Bisnis/Manajemen**
- f. Alamat Kantor** : **Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan**
- g. Alamat Rumah** : **Perum Sabar Ganda Blok A No.3, Juramangu Barat**

BAB V

BIAYA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

5.1. Sumber Dana:

a. Anggaran USNI	: Rp. 6.500.000,-	
b. Pribadi Tim	: <u>Rp. 3.500.000,-</u> +	
JUMLAH		Rp. 10.000.000,-

5.2. Pengeluaran:

a. Alat Tulis Kantor	: Rp. 450.000,-	
b. Penyusunan Proposal	: Rp. 225.000,-	
c. Pelaksanaan Penyuluhan	: Rp. 5.200.000,-	
d. Pengolahan Data:	: Rp. 375.000,-	
e. Seminar Hasil PkM.	: Rp. 300.000,-	
f. Laporan Final PkM.	: Rp. 450.000,-	
g. Honor PkM.	: <u>Rp. 300.000,-</u> +	
JUMLAH		Rp.10.000.000,-

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

BAB VI

HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1. Pelaksanaan Penyuluhan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan topik “**Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM**” telah dilaksanakan bagi para pedagang kecil di Lingkungan RT012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan sesuai dengan yang direncanakan. Pedagang kecil ini pada umumnya usaha rumahan yang menjual jenis makan dan minuman kecil, yaitu warung makan, warung sayur-mayur, kelontong kecil, warung rokok dan minuman, warung kebutuhan sehari-hari, dan sebagainya. Penyuluhan ini diikuti diikuti 20 pedagang kecil yang pada umumnya wanita dan masih muda.

Penyuluhan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) diikuti oleh para peserta dan Ketua RT dengan penuh konsentrasi dan penuh ketekunan sehingga mereka dapat menyerap dengan baik semua materi yang disampaikan oleh Tim Penyuluh, yaitu Dosen Tetap Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI. Setiap penyuluhan diawali dengan membagikan kuesioner untuk mengetahui kemampuan peserta sebelum mengikuti penyuluhan ini (pre test). Agar hasil kuesioner objektif atau maksimal maka masing-masing nara sumber memberikan penjelasan tentang materi kuesioner yang dibagikan, sehingga jawaban dari masing-masing peserta objektif.

Selama mengikuti penyuluhan mereka sangat senang dan mengikutinya dengan tekun mulai dari awal hingga selesai dari sesi yang satu ke sesi lainnya dari hari pertama hingga hari terakhir mereka semua berpartisipasi aktif, Di setiap penyuluhan diadakan diskusi dan tanya-jawab hampir semua peserta terlibat dan mengajukan berbagai pertanyaan.

Sebagai akhir dari penyuluhan kepada peserta dibagikan lagi kuesioner yang sama dengan kuesioner yang telah dibagikan pada awal penyuluhan. Tujuannya adalah untuk mengetahui perkembangan kemampuan para peserta setelah mengikuti **Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM**.

6.2. Profil Peserta Penyuluhan

Gambaran umum mengenai peserta yang menjadi subyek dalam penyuluhan ini ditunjukkan pada tabel di bawah ini adalah para pedagang kecil di lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan sebanyak 15 orang. Deskripsi peserta responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, lamanya usaha, dan hasil penjualan.

a. Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin secara umum dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu bidang kerja jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas yang dilakukan oleh individu. Data mengenai peserta berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	0	0%
2.	Perempuan	15	100%
Total			100,00%

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh pesertanya adalah perempuan, artinya bahwa kegiatan UMKM pada umumnya diikuti para ibu rumah tangga untuk membantu penghasilan keluarga sebagai tambahan dari penghasilan kepala keluarga atau suami. Maka untuk itu perlu dilakukan penyuluhan untuk meningkatkan kemampuan para pedagang kecil dalam meningkatkan kemampuannya mengelola bisnis.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia dalam keterkaitannya dengan perilaku individu di lokasi kerja biasanya adalah sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggungjawab individu. Data mengenai peserta berdasarkan usia dapat dilihat pada di bawah ini.

Tabel 6.2
Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	2	13,33%
1	21-30 Tahun	4	26,66%
2	31-40 Tahun	6	40,00%
3	> 40 Tahun	3	20,00%
Total		15	100,00%

Sumber: Data Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden di bawah 20 tahun yaitu sebanyak 2 orang atau 13,33%, diikuti dengan usia responden 21 - 30 tahun sebanyak 4 orang atau 26,66%, diikuti dengan usia responden 31–40 tahun sebanyak 6 orang atau 40%, dan di atas 40 tahun sebanyak 3 orang atau 20%. Jika dilihat dari segi usia bahwa pedagang kecil berada pada usia produktif yang berada di usia 21 tahunan sampai dengan umur 40 tahunan.

c. Karakteristik Peserta Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan seringkali dipandang sebagai satu kondisi yang mencerminkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menghitung dan/atau merencanakan usahanya termasuk pengeluaran dan penerimaannya. Penyajian data peserta berdasarkan pendidikan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.3
Status Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD atau sederajat	4	26,66%
SMP atau sederajat	4	26,66%
SMA atau sederajat	7	46,66%
S1 atau sederajat	0	0%
Total	15	100,00%

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta untuk pendidikan SD atau sederajat sebanyak 4 orang (26,66%), pendidikan SMP atau sederajat sebanyak 4 orang atau 26,66%, untuk pendidikan SMA atau sederajat sebanyak 7 orang atau 46,66%, dan peserta yang berpendidikan S1 atau sederajat sebanyak 0 orang (0%). Data pendidikan ini menunjukkan bahwa pedagang kecil pada umumnya berpendidikan menengah atau SMA dan pendidikan SMP, artinya dilihat dari pendidikan formalnya bisa dikatakan mereka belum pernah mendapat materi di sekolah mengenai Mindset Digitalisasi UMKM, untuk itu dalam rangka mengembangkan usahanya peserta tersebut perlu diberikan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.

d. Besarnya Hasil Penjualan Per Hari

Hasil penjualan merupakan hal yang paling penting diperhatikan dalam melihat perkembangan sebuah usaha, hal ini menunjukkan kemampuan seseorang mengelola usahanya terutama dalam menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Penyajian data peserta berdasarkan hasil penjualan adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.4
Hasil Penjualan Per Hari

Pendidikan	Jumlah	Persentase
0 – Rp. 499.000,-	5	33,33%
Rp.500.000 – Rp. 999.000	8	53,33%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	2	13,33%
Lebih Besar Rp. 2.000.000	0	0,00%
Total	15	100,00%

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta dengan hasil penjualan di bawah Rp.499.000,- per hari sebanyak 5 orang (33,33%), hasil penjualan Rp. 500.00 sd Rp.999.000,- per hari sebanyak 8 orang (53,33%), dan dengan hasil penjualan Rp. 1.000.000 sd Rp. 2.000.000,- sebanyak 2 orang (13,33%), sedangkan dengan hasil penjualan di atas Rp. 2.000.000,- belum ada. Data ini menunjukkan bahwa para pedagang kecil ini masih tergolong pengusaha mikro yang hasil

penjualannya rata-rata berada di antara Rp.500.000,- sd Rp.999.000, atau hasil penjualan ini belum memberikan hasil yang maksimal, artinya para pedagang kecil belum memiliki Mindset Digitalisasi usahanya untuk meningkatkan penjualannya, maka untuk itu perlu diberikan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM untuk meningkatkan hasil penjualannya.

e. Lamanya Usaha Berdiri

Lamanya sebuah usaha berdiri atau umur sebuah usaha merupakan salah satu factor yang perlu diperhatikan untuk melihat perkembangan suatu dari waktu ke waktu yang hubungannya dengan prestasi yang sudah dicapai. Penyajian data peserta berdasarkan lama (umur) usaha adalah sebagaimana terlihat pada tabel di bawah berikut ini:

Tabel 6.5
Usia Usaha

Pendidikan	Jumlah	Presentase
0 – 3 Tahun	2	13,33%
3 Tahun sd 4,9 Tahun	4	26,66%
5 Tahun sd 9,9 Tahun	7	46,66%
Lebih dari 10 Tahun	2	13,33%
Total	15	100,00%

Sumber: Data Diolah 2026

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data bahwa jumlah peserta didasarkan lamanya usaha atau usia usaha, yaitu yang paling banyak berada pada 5 – 9,9 tahun sebanyak 7 pedagang atau 46,66%, artinya kalau dilihat dari sisi usia usaha ini di bandingkan dengan hasil penjualan per hari sangat tidak signifikan sehingga perlu penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.

6.3. Kemampuan Awal dan Akhir Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM

a. Kemampuan Awal Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM

TABEL 6.6
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SEBELUM
PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISSI UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu memahami Pengertian Mindset Digitalisasi UMKM	0	3	0	10	2
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami Mengapa Mindset Digital Lebih Penting dari Teknologi	0	2	1	10	2
3.	Apakah Bapak/Ibu memahami Prinsip-Prinsip Mindset Digital UMKM	0	1	1	10	3
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Manfaat Mindset Digital bagi UMKM	0	2	2	7	4
5.	Apakah Bapak/Ibu memahami Peran Penyuluhan dalam Membangun Mindset Digital	0	2	4	6	3
	JUMLAH	0	10	8	43	14
	PERSENTASI	0%	13,3%	10,7%	57,3%	18,7%

Sumber: Data Diolah 2026

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan para pedagang kecil dalam memiliki Mindset Digitalisasi UMKM sebelum penyuluhan dapat dikatakan pada tingkat kurang memiliki (D) 57,3%, diikuti sangat kurang

memiliki (E) 18,7%, memiliki (B) 13,3%, cukup memiliki (C) 10,7%, dan sangat memiliki (A) 0%

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang kecil ini sebelum mengikuti penyuluhan berada pada tingkat kurang memiliki Mindset Digitalisasi UMKM. Untuk itu perlu dilakukan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.

b. Kemampuan Akhir Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM

TABEL 6.7
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN SESUDAH
PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM

No	PERTANYAAN	A	B	C	D	E
1.	Apakah Bapak/Ibu memahami Pengertian Mindset Digitalisasi UMKM	6	7	3	0	0
2.	Apakah Bapak/Ibu memahami Mengapa Mindset Digital Lebih Penting dari Teknologi	3	8	4	0	0
3.	Apakah Bapak/Ibu memahami Prinsip-Prinsip Mindset Digital UMKM	4	4	7	0	0
4.	Apakah Bapak/Ibu memahami Manfaat Mindset Digital bagi UMKM	8	5	2	0	0
5.	Apakah Bapak/Ibu memahami Peran Penyuluhan dalam Membangun Mindset Digital	3	8	4	0	0
	JUMLAH	24	32	19	0	0
	PERSENTASI	32%	42,7%	25,3%	0%	0%

Sumber: Data Diolah 2026

Dari table di atas dapat dilihat bahwa pada umumnya kemampuan pedagang Skecil dalam Membangun Mindset Digitalisi UMKM sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan pada umumnya berada pada tingkat memahami atau memiliki (B) 42,7%, sangat memahami (A) 32%, cukup memahami (C) 25,3%, dan tidak ada lagi peserta yang berada pada tingkat kurang memahami 0,0% dan sangat kurang memahami 0,0%.

Jadi dapat dikatakan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM ini berhasil meningkatkan kemampuan para peserta menjadi lebih baik pemahamannya tentang Mindset Digitalisasi UMKM.

6.4. Keberhasilan Penyuluhan Kunci Sukses Pemisnis UMKUM

TABEL 6.8

**KEBERHASILAN PENYULUHAN
MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKUM**

No	Kemampuan	Sebelum Penyuluhan	Sesudah Penyuluhan	Perubahan
1.	A=Sangat Memahami	0,0%	32,0%	+32,0%
2.	B=Memahami	13,3%	42,7%	+29,4%
3.	C=Cukup Memahami	10,7%	25,3%	-14,6%
4.	D=Kurang Memahami	57,3%	0,0%	-57,3%
5.	E=Sangat Kurang Memahami	18,7%	0,0%	-18,7%

Sumber: Data Diolah 2025

Dari table di atas dapat dilihat bahwa kemampuan pedagang kecil dalam di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, sesudah mengikuti penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM meningkat secara signifikan, yaitu kemampuan sangat memahami (A) naik sebesar +32,0%, memahami (B) naik sebesar +29,4%, cukup memahami (C) turun +4,2%, sedangkan kurang memahami (D) turun -57,3%, dan sangat kurang memahami (E) turun -18,7%, Artinya pelaksanaan penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM BERHASIL meningkatkan kemampuan pedagang kecil di Lingkungan RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan dalam Membangun Mindset Digitalisasi UMKM.

6.5. Uji Perbandingan Dua Rata-Rata (*Paired Samples Test*)

a. Paired Samples Statistics

TABEL 6.9.
PAIRED SAMPLE STATISTIC

		Paired Samples Statistics			
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	SEBELUM	10.9333	15	2.57263	1.062219
	SESUDAH	20.9333	15	3.92663	.82038

Dari tabel di atas dapat dijelaskan tentang statistik data dari sampel berpasang-pasangan, yaitu kemampuan rata-rata sebelum mengikuti penyuluhan adalah sebesar 10.9333 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 20.9333, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam Membangun Minset Digitalisasi UMKM sebesar 10.0000,-

b. Paired Samples Correlations

TABEL 6.10.
PAIRED SAMPLES CORRELATIONS

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 SEBELUM & SESUDAH	15	0.712	.026

Sumber: Output SPSS 26

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi sebesar 0,712 artinya terdapat hubungan yang kuat antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, sedangkan nilai signifikansinya $0,026 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Membangun Minset Digitalisasi UMKM.

c. Paired Samples Test

TABEL 6.11.
PAIRED SAMPLES TEST

One-Sample Test						
Test Value = 0						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
SEBELUM	10.293	14	.000	10.9333	8.552	13.2115
SESUDAH	24.785	14	.000	10.9333	18.5738	22.0929

Tabel di atas dapat menjelaskan tentang hasil uji sampel berpasangan (*Paired samples T Test*), diketahui nilai signifikansi (Sig 2-tailed) sebesar 0,000 nilainya kurang dari 0,01, maka kesimpulannya Ho Ditolak dan Ha Diterima, artinya terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan. Jadi dapat disimpulkan terdapat perbedaan kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan Membangun Minset Digitalisasi UMKM.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

1. Kemampuan pedagang kecil dalam Membangun Minset Digitalisasi UMKM sebelum mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat **kurang memahami (D)**, dan sesudah mengikuti penyuluhan dapat dikatakan berada pada tingkat **memahami (B)**. Artinya Pedagang Kecil setelah mengikuti penyuluhan sangat memahami bahwa Membangun Minset Digitalisasi UMKM sangat diperlukan dalam mencapai keberhasilan bisnisnya.
2. Terdapat perbedaan kemampuan rata-rata peserta penyuluhan sebelum dan sesudah penyuluhan. Sebelum mengikuti penyuluhan adalah rata-rata kemampuan peserta sebesar 10.9333 sedangkan sesudah penyuluhan rata-rata kemampuan meningkat 20.9333, artinya terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam Membangun Minset Digitalisasi UMKM sebesar 10.0000-
3. Terdapat hubungan yang kuat ($r=0,712$) antara kemampuan peserta sebelum dengan sesudah penyuluhan, dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$, maka dapat disimpulkan terjadi hubungan yang kuat dan signifikan antara kemampuan peserta sebelum dan sesudah penyuluhan.
4. Pelaksanaan PkM dengan topik "Penyuluhan Membangun Minset Digitalisasi UMKM di RT012/09 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan" dapat dikatakan **BERHASIL MENINGKATKAN KEMAMPUAN PEDAGANG KECIL DALAM MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM.**

7.2. Saran

1. Penyuluhan Kunci Sukses Pebisnis UMKM perlu dilakukan secara teratur dengan materi-materi yang aplikatif yang berhubungan dengan bisnis ditekuni, misalnya di bidang digital marketing, Pengelolaan Keuangan Elektronik, dan sebagainya.
2. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat diikuti atau melibatkan lebih banyak dosen dengan berbagai aspek ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya atau bahkan berkolaborasi dengan berbagai dosen dari prodi lain atau kampus lain.
3. Penyuluhan seperti ini sebaiknya dapat diikuti oleh lebih banyak peserta dari berbagai lokasi dan berbagai jenis bisnis yang teknis pelaksanaannya dapat diaur sedemikian rupa.

4. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat berbagai kebijakan baik di instansi pemerintah dan di USNI.
4. Hasil Pelaksanaan Penyuluhan ini dapat digunakan sebagai bahan karya ilmiah di Jurnal Abdimas,

DAFTAR PUSTAKA

1. Adecco Group. (2025). *The Importance of a Digital Mindset in the Changing Future of Work* — digital mindset sebagai pendorong inovasi dan pemecahan masalah lebih dari sekadar penggunaan teknologi.
2. Bahtiar, H., Rabbany, L. R., Bele, Y. F., & Matulesy, G. S. (2025). *Digital transformation towards sustainability: Challenges and opportunities for Indonesian MSMEs*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana.
3. Benke, R. (2013). Concept of *Digital Mindset* as a Structure of Knowledge in the Digital Society. (Discussed in context of digital mindset literature)
4. Bank Indonesia. (2024). *Digital mindset menjadi kunci dari transformasi digital pada UMKM*. ANTARA News.
5. Costa, R. F. da, Brauer, M., Victorino, L., & Abreu, L. (2024). *Clave Digital Mindset Scale: Development and Validity Evidence*. Revista de Administração Mackenzie, 25(1), 1–27.
6. Goldmann, P., Schäfer, B., & Altendorfer, C. (2025). *Development and Validation of the Digital Mindset Scale*. Journal of Business Research.
7. Harvard Business Review. (2023). *Why Digital Transformation Is More About People Than Technology* — perubahan pola pikir dan perilaku sebagai inti transformasi digital.
8. Kartika et al. (2025). *Edukasi Peran Digitalisasi Marketing dan Pembukuan untuk UMKM Desa Sidomulyo*. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat.
9. Kumparan. (2025). *Karakteristik Digital Mindset sebagai Senjata Menghadapi Perubahan Industri* — mindset digital lebih dari kemampuan teknis, meliputi kreativitas dan kolaborasi.
10. Pratama, A. S. (2025). *Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*. Biro Pengembangan Inovasi dan Karir Universitas Medan Area.
11. Ramadhani, N. A., Ilham, M., & Hidayat, R. (2025). *Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital*. Journal of Community Action.
12. “UMKM dan Tantangan Transformasi Digital.” Fakultas Ekonomi Universitas Medan

LAMPIRAN 1: SURAT TUGAS DEKAN FEB



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Arteri Pondok Indah No. 11. Jakarta Selatan 12240
Telp. (021) 739 8393 (Hunting), Fax. (021) 720 0352
website <http://www.usni.ac.id>

SURAT TUGAS

Nomor : 455A/D-EKO/IX/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M.
NIP : 05.U03.01.25.00242
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Satya Negara Indonesia

Dengan ini menugaskan kepada yang namanya tersebut dibawah ini :

No	Nama	Pangkat Akademik	Materi Penyuluhan
1	Dr. Guston sitorus, SE. MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Tujuan, Manfaat dan Prinsip Digitalisasi UMKM
2	GL. Hery Prasetya, SE. MM. (Anggota Tim)	Lektor	Tantangan dan Strategi Digitalisasi UMKM
3	Tegar Anggaran (Anggota Tim)	Mahasiswa	Tenaga Pendukung Kegiatan
4	Yunita Cahyani (Anggota Tim)	Mahasiswa	Tenaga Pendukung Kegiatan

Sebagai Dosen Tetap dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis USNI untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dengan Topik "Penyuluhan Membangun Mindset Digitalisasi UMKM Di Lingkungan RT 012/09, Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan"

Surat Tugas ini berlaku sejak 20 September 2025 sampai dengan 20 Februari 2026.

Demikian surat tugas ini dibuat agar dilaksanakan sebaik - baiknya dan penuh dengan tanggung jawab.

Jakarta, 15 September 2025
Dekan,

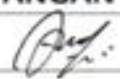
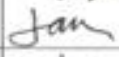
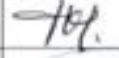







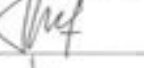
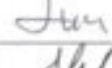



Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M.

Tembusan Yth.:

1. Rektor (sebagai laporan)
2. Wakil Rektor I, II, III
3. Ketua LPPM
4. Ka. Biro MSDM dan Hukum

LAMPIRAN 2: DAFTAR HADIR PESERTA KEGIATAN PKM

DAFTAR HADIR PESERTA PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09, KRAMAT PELA, KEBAYORAN LAMA, JAKARTA SELATAN HARI: RABU, 28 JANUARI 2026

NO	NAMA	JENIS USAHA	TANDA TANGAN
1	SUNARTI	MINUMAN & GORENGAN	
2	JAMILAH	kelontongan	
3	NUR AZIZAH	mie AYAM	
4	SUMIHARTINI	TOKO BUNGA	
5	Chotijatul. Fatmahan.	ayam goreng / Pecal lele	
6	Maimanah	Nasi bebek	
7	Sukriyah.	Jajanan Sertacem SOSIS	
8	KRANTI	kebab WANGKES	
9	Fitri Aprida	Minuman & Snack anak	
10	Suparni	Wacung sembako	
11	NANI NASIFAH	Lep. Baku Gorengan	
12	Caswi	w.g. kelontong	
13	Lil Kurnin	bakso Pentol	
14	Sukarti	Ketoprak sayur	
15	Siti Martini	isi ULANGMAUP	
16			
17			
18			
19.			
20.			

RT. 012/09
KRAMAT PELA,
KEBAYORAN LAMA
5013003
(AWALUDIN)

KETUA TIM PKM
FEB USNI
(DR. GUSTON SITORUS, SE. MM.)

LAMPIRAN 3: SURAT KETERANGAN

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AWALUDIN
 Alamat : Jl. Pandan VIII, RT012/009
 Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.
 Jabatan : Ketua RT012/09 Kelurahan Kramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Dengan ini menerangkan nama-nama tersebut di bawah ini sebagai berikut:

No.	NAMA	PANGKAT AKADEMIK	MATERI PENYULUHAN
1.	Dr. Guston sitorus, SE. MM. (Ketua Tim)	Lektor Kepala	Tujuan, Manfaat, dan Prinsip Digitalisasi UMKM
2.	GL. Hery Prasetya, SE. MM. (Anggota Tim)	Lektor	Tantangan dan Strategi Digitalisasi UMKM
3.	Muhammad Tegar (Anggota Tim)	Mahasiswa	Tenaga Pendukung Kegiatan
4.	Yunita Cahyani (Anggota Tim)	Mahasiswa	Tenaga Pendukung Kegiatan

Telah melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan Topik **"PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09, KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN"** sejak bulan September 2025 sampai dengan Januari 2026.

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 28 Januari 2026
RT. 012/09
 Ketua RT 012/09
 KELURAHAN KRAMAT PELA
 KECAMATAN KEBAYORAN BARU
 (AWALUDIN)

LAMPIRAN 5: SERTIFIKAT KEGIATAN PKM

SERTIFIKAT

Diberikan kepada

DR. GUSTON SITORUS, SE.MM.

Atas Partisipasinya Pada

"PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT"

Sebagai

NARASUMBER

**"PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM
DI LINGKUNGAN RT008/03 KRAMAT PELA,
KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN"**

Jakarta, 28 JANUARI 2026

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Dekan,



(AWALUDIN)

Ketua Tim

(DR. GUSTON SITORUS, SE. MM.)

DR. DRS.DHARMAWAN P. HADAD, MM.

UNIVERSITAS SATYA
NEGERA INDONESIA

SERTIFIKAT

Diberikan kepada

GL. HERY PRASETYA, SE.MM.

Atas Partisipasinya Pada

"PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT"

Sebagai

NARASUMBER

**"PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM
DI LINGKUNGAN RT008/03 KRAMAT PELA,
KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN"**

Jakarta, 28 JANUARI 2026

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Dekan,



(AWALUDIN)

Ketua Tim

(DR. GUSTON SITORUS, SE. MM.)

DR. DRS.DHARMAWAN P. HADAD, MM.

LAMPIRAN 6: IDENTITAS PESERTA PENYULUHAN PKM

IDENTITAS PESERTA DAN JENIS USAHA PESERTA PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09 KRAMAT PELA, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN.



Nama : Awaludin
Ketua : Rt 012 Rw 09
Kel. : Kramat Pela
Kec : Kebayoran Baru
No Hp : 0812 1343 2362



NO.	IDENTITAS PEDAGANG	FOTO PEDAGANG DAN USAHANYA
1.	 <p>Nama : Nur Azizah Lama Usaha : 3 Tahun Pendidikan Terakhir : SMEA Keuntungan Penjual per hari : Rp.300.000 Jenis Usaha : Mie Ayam</p>	

2.	 <p> Nama : JAMILAH Lama Usaha : 6 Tahun Pendidikan Terakhir : SD Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha : Kelontongan </p>	
3.	 <p> Nama : NANI NAFISAH Lama Usaha : 10 Tahun Pendidikan Terakhir : SMP Keuntungan Per Hari : Rp.125.000 Jenis Usaha : Nasi Campur dan Gorengan </p>	
4.	 <p> Nama : SUKRIYAH Lama Usaha : 6 Tahun Pendidikan Terakhir : SD Keuntungan Per Hari : Rp.300.000 Jenis Usaha : Jajanan Sosis Dll </p>	

5.	 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174054604920004 Nama : FITRI APRIDA Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 06-04-1992 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : JL. KRAMAT, ASRAMA POLRI RT/RW : 007/001 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 17-10-2024 </p> <p> Nama : Fitri Aprida Lama Usaha : 5 Tahun Pendidikan Terakhir : SMK Keuntungan Per Hari : Rp.100.000 Jenis Usaha : Es Dan Cemilan Anak </p>	
6.	 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 317405502840001 Nama : IRWATI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 18-02-1984 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : KP. DUKU JL. JARUH RT/RW : 007/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP JAKARTA SELATAN 15-08-2023 </p> <p> Nama : IRWATI Lama Usaha : 16 TAHUN Pendidikan Terakhir : SMK Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha'y : Pop Ice, Kopi. Es Campur </p>	
7.	 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174054712620012 Nama : SUPARMI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 07-12-1982 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : KP. DUKU RT/RW : 007 / 002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : 07-12-2017 JAKARTA SELATAN 31-08-2012 </p> <p> Nama : Suparmi Lama Usaha : 4 Thn Pendidikan Terakhir : SMA Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha : Warung Sembako </p>	

8.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3276064712790002</p> <p>Nama : SUKATI Tempat/Tgl Lahir : TRENGGALEK, 07-12-1979 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : JL. PANDAN RT/RW : 014 / 009 Kel/Desa : KRAMAT PELTA Kecamatan : KEBAYORAN BARU Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : 07-12-2018</p> <p>JAKARTA SELATAN 31-12-2013</p> <p>Nama : Sukati Lama Usaha : 2 Tahun Pendidikan Terakhir : SD Keuntungan Per Hari : Rp.500.000 Jenis Usaha : Ketupat Sayur</p>	
9.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3217015010780023</p> <p>Nama : NIA KURNIA Tempat/Tgl Lahir : BANDUNG, 10-10-1978 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : JL. RAMBAI BAWAH RT/RW : 005/002 Kel/Desa : KRAMAT PELTA Kecamatan : KEBAYORAN BARU Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 07-09-2022</p> <p>Nama : Nia Kurnia Lama Usaha : 4 Thn Pendidikan Terakhir : SD Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha : Jualan Bakso Pentol</p>	
10.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174076008730002</p> <p>Nama : SRI MURTINI Tempat/Tgl Lahir : KLATEN, 20-08-1973 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : B Alamat : JL. PANDAN VIII NO.34 RT/RW : 012/009 Kel/Desa : KRAMAT PELTA Kecamatan : KEBAYORAN BARU Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : KARYAWAN SWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 10-07-2025</p> <p>Nama : Sri Murtini Lama Usaha : 5 Tahun Pendidikan Terakhir : SLTA Keuntungan Per Hari : Rp.150.000 Jenis Usaha : Jualan Air Isi Ulang</p>	

11.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056501940005</p> <p>Nama : CHOTIJATUL FATONAH Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 25-01-1994 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : JL. BARU II RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 19-02-2025</p> <p>Nama : Chotijatul Fatonah Lama Usaha : 1thn Pendidikan Terakhir : SMK Keuntungan Per Hari : Rp.300.000 Jenis Usaha : Pecel Lele Ayam Goreng</p>	
12.	 <p>PROVINSI JAWA TIMUR KABUPATEN SAMPANG</p> <p>NIK : 3527086809950001</p> <p>Nama : MAIMANAH Tempat/Tgl Lahir : SAMPANG, 28-09-1995 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : - Alamat : DUSU MAMBULU RT/RW : 000/000 Kel/Desa : MAMBULU BARAT Kecamatan : TAMBELANGAN Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : WIRASWASTA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>SAMPANG 11-06-2015</p> <p>Nama : Maimanah Lama Usaha : 2 Thn Pendidikan Terakhir : SD Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha : Nasi Bebek</p>	
13.	 <p>PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN</p> <p>NIK : 3174056106780009</p> <p>Nama : SUNARTI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 21-06-1978 Jenis kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : JL. BARU II RT/RW : 004/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : CERAI MATI Pekerjaan : MENGURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP</p> <p>JAKARTA SELATAN 01-06-2023</p> <p>Nama : Sunarti Lama Usaha : 15 Th Pendidikan Terakhir : SMK Keuntungan Per Hari : Rp.200.000 Jenis Usaha : Minuman + Gorengan</p>	 <p>WARUNG MBAK NARTI</p> <p>MAKANAN MENYEDIAKAN MINUMAN</p> <p>AYAM BAKAR / GORENG GORENGAN DONAT KENTANG SALJU / MESIS</p> <p>-ANEKA JUS BUAH -ES CAMPUR -SOP BUAH -ES TEH MANIS -ES JERUK / PANAS -NUTRI SATU -GOOD DAY -POP ES -KOPI -SUSU</p>

14.	 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174056009840001 Nama : SUMIHARTINI Tempat/Tgl Lahir : JAKARTA, 20-09-1984 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : AB Alamat : J. BARU 8 GG. JAMAN RT/RW : 002/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGEKURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP </p> <p> Nama : SUMIHARTINI Lama Usaha : 15 TAHUN Pendidikan Terakhir : SMA Keuntungan Per Hari : Rp.300.000 Jenis Usaha : TOKO BUNGA </p>	
15.	 <p> PROVINSI DKI JAKARTA JAKARTA SELATAN NIK : 3174055101760010 Nama : JUMAROH Tempat/Tgl Lahir : INDRAMAYU, 11-01-1976 Jenis Kelamin : PEREMPUAN Gol. Darah : O Alamat : GG. JAMAN NO. 9 RT/RW : 003/002 Kel/Desa : KEBAYORAN LAMA UTARA Kecamatan : KEBAYORAN LAMA Agama : ISLAM Status Perkawinan : KAWIN Pekerjaan : MENGEKURUS RUMAH TANGGA Kewarganegaraan : WNI Berlaku Hingga : SEUMUR HIDUP </p> <p> NAMA : JUMAROH ALAMAT : Gang JAMAN : RT.003 RE.02 No.9 KEBAYORAN LAMA UTARA No.Hp : 081932396687 JENIS USAHA : KANTIN SEKOLAH SLB </p>	

LAMPIRAN 7: FOTO-FOTO PELAKSANAAN PENYULUHAN

FOTO-FOTO PENYULUHAN MEMBANGUN MINDSET DIGITALISASI UMKM DI LINGKUNGAN RT012/09 KRAMAT PELA, KEBAYORAN PELA, JAKARTA SELATAN.”















LAMPIRAN 8:**JAWABAN RESPONDEN SEBELUM PENYULUHAN**

NO	NAMA	K1	K2	K3	K4	K5	JLH
1	SUNARTI	4	4	3	4	4	19
2	JAMILAH	4	4	4	4	4	20
3	NUR AZIZAH	2	2	2	2	2	10
4	SUMIHARTINI	1	1	1	2	2	7
5	CHATIFATUL FATONAH	2	2	2	2	3	11
6	MAIMUNAH	2	2	2	1	2	9
7	SUKRIYAH	2	2	2	2	2	10
8	IRWATI	4	3	2	2	3	14
9	FITRI AFRIDA	2	2	1	2	2	9
10	SUPARMI	1	1	1	1	1	5
11	NANI SAFINAH	2	2	2	3	3	12
12	CASWI	2	2	2	3	3	12
13	NINA KURNIA	2	2	2	1	1	8
14	SUKATI	2	2	2	2	2	10
15	SRI MARTINI	2	2	2	1	1	8
							164

JAWABAN RESPONDEN SESUDAH PENYULUHAN

NO	NAMA	1	2	3	4	5	JLH
1	SUNARTI	5	5	5	5	5	25
2	JAMILAH	4	4	5	5	5	23
3	NUR AZIZAH	4	4	4	4	4	20
4	SUMIHARTINI	5	5	5	5	5	25
5	CHATIFATUL FATONAH	5	5	5	5	4	24
6	MAIMUNAH	4	3	4	4	4	19
7	SUKRIYAH	4	4	3	4	3	18

8	IRWATI	4	3	3	4	3	17
9	FITRI AFRIDA	4	5	4	4	4	21
10	SUPARMi	4	4	4	4	4	20
11	NANI SAFINAH	3	3	3	3	3	15
12	CASWI	3	3	3	3	3	15
13	NINA KURNIA	5	4	3	5	4	21
14	SUKATI	5	4	3	5	4	21
15	SRI MARTINI	5	4	3	5	4	21
							305

