

TRANSFORMASI DIGITAL USAHA BAGI PELAKU UMKM INDUSTRI HALAL PC PERSIS BANJARAN

Rudy Hartanto^{1*}, Rini Lestari², Edi Sukarmanto³, Asri Suangga⁴, Andhika Anandya⁵, Nazma Nur Annisa⁶, Almira Khayyira Tsarwah⁷

1), 2), 3), 4), 5), 6), 7) Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Bandung

Article history

Received : 2 Juni 2025

Revised : 5 Juni 2025

Accepted : 3 Juli 2025

*Corresponding author

Rudy Hartanto

Email : rudyhartanto05@gmail.com

Abstrak

Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. Namun, tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM, khususnya sektor industri halal, masih rendah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM industri halal PC Persis Banjaran dalam memanfaatkan e-commerce, khususnya marketplace Shopee. Kegiatan dilakukan dalam bentuk workshop yang mencakup materi digital business, praktik pendaftaran toko, optimasi produk, dan strategi penjualan. Para peserta menggunakan handphone untuk implementasi transformasi digitalisasi usaha mereka. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test berbasis self-efficacy theory. Hasil pre test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM sudah berada diangka yang sangat baik dengan nilai diatas 4 dari 5 skala. Hasil menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan e-commerce. Peserta mampu mengelola akun, mengoptimalkan tampilan produk, dan memahami strategi promosi secara digital. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan digital berbasis praktik mampu meningkatkan kesiapan UMKM dalam beradaptasi dengan transformasi digital dan memperluas akses pasar secara berkelanjutan.

Kata Kunci: E-Commerce; Pelatihan; Pendampingan; Transformasi Digital; UMKM Halal

Abstract

Digital transformation is urgently necessary for MSMEs to enhance their competitiveness in the digital economy era. However, the level of technology adoption among MSMEs, particularly in the halal industry sector, remains low. This community service activity aims to improve the understanding and skills of halal industry MSME actors under PC Persis Banjaran in utilizing e-commerce, specifically the Shopee marketplace. The activity was conducted as a workshop covering digital business, store registration practices, product optimization, and sales strategies. Evaluation was carried out through pre-tests and post-tests based on self-efficacy theory. The pre-test results of the digital business and e-commerce training and mentoring showed that participants already had a very good level of understanding, with scores above 4 on a 5-point scale. The results indicate a significant improvement in participants' experience and skills in using e-commerce. Participants were able to manage their accounts, optimize product displays, and understand digital promotion strategies. This activity demonstrates that practical-based digital mentoring can effectively increase MSMEs' readiness to adapt to digital transformation and sustainably expand their market access.

Keywords: E-Commerce; Training; Mentoring; Digital Transformation; Halal Msmes

Copyright © 2025 by Author, Published by Dhamawangsa University
Community Service Institution

PENDAHULUAN

Perubahan proses dan strategi menggunakan teknologi digital untuk mengubah cara bisnis beroperasi dan melayani pelanggan merupakan bagian dari transformasi digital usaha (Wijoyo et al., 2020). Perkembangan transformasi digital di Indonesia dapat terlihat dari nilai ekonomi digital Indonesia yang meningkat setiap tahun dan pada tahun 2024 berada diangka 210 miliar (Amali et al., 2025). UMKM di Indonesia

merupakan satu sektor industri terbesar di Indonesia yang memiliki kontribusi besar bagi perekonomian (Hariani & Sutrisno, 2023). Namun demikian, tingkat adopsi digital di kalangan UMKM masih rendah akibat keterbatasan akses, pengetahuan teknologi, dan minimnya pelatihan terstruktur (Fadhil et al., 2024; Mashuri & Ermaya, 2021). Tantangan tersebut juga dirasakan oleh pelaku UMKM industri halal yang tergabung dalam Pimpinan Cabang (PC) Persis Banjaran, yang sebagian besar masih mengandalkan metode konvensional dalam pengelolaan bisnis dan pemasaran produk. Meskipun industri halal memiliki potensi pasar yang luas dan terus berkembang, pelaku usahanya masih banyak yang bergantung pada metode konvensional dalam pengelolaan bisnis, promosi, dan distribusi produk (Lestari et al., 2025). Kurangnya adaptasi terhadap teknologi digital dapat membatasi pertumbuhan dan daya saing UMKM halal, baik di pasar lokal maupun global (Salsabila, 2024).

Melalui program pengabdian kepada masyarakat, dilakukan pendampingan strategis untuk mendorong transformasi digital pelaku UMKM industri halal PC Persis Banjaran. Pendampingan ini tidak hanya memperkenalkan teknologi baru, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam memahami cara memanfaatkan media sosial untuk promosi, menggunakan e-commerce, mengelola konten digital, serta membangun branding usaha yang sesuai dengan prinsip halal (Firmansyah et al., 2022; Maryati et al., 2022). Dengan demikian, transformasi digital bukan sekadar adopsi alat digital, tetapi merupakan proses perubahan menyeluruh dalam pola pikir, perilaku, dan tata kelola usaha. Transformasi digital yang dijalankan tidak hanya sebatas pengenalan alat dan aplikasi, tetapi juga diarahkan pada pengembangan pola pikir digital (digital mindset) dan manajemen usaha berbasis data. Beberapa studi menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengadopsi strategi digital secara konsisten cenderung mengalami peningkatan penjualan, perluasan pasar, dan efisiensi biaya operasional (Falah et al., 2023; Setiawan, 2023).

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM industri halal dalam memanfaatkan e-commerce yang ada untuk penjualan yang dilakukan secara online. Banyak pelaku usaha, yang belum melakukan digitalisasi kegiatan usahanya. Oleh karena itu, dilaksanakanlah kegiatan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan para pelaku usaha UMKM dalam hal digitalisasi usaha di e-commerce. Dengan demikian, diharapkan mereka dapat lebih efektif dan efisien dalam mengelola bisnis mereka sehingga akan berdampak pada peningkatan laba usaha. Dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang belum melakukan digitalisasi dalam proses penjualannya. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan keterampilan digital, khususnya dalam penggunaan e-commerce, menjadi langkah penting yang perlu didukung secara sistematis (Aeni et al., 2023; Handayani & Suryaningrum, 2021). Dengan adanya intervensi melalui pelatihan dan pendampingan e-commerce ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat menjalankan kegiatan usaha secara lebih efisien dan produktif. Penggunaan e-commerce diyakini dapat meningkatkan akses terhadap pasar yang lebih luas, mempercepat proses transaksi, dan mengoptimalkan biaya pemasaran. Selain itu, transformasi digital juga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, meningkatkan daya saing, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis syariah (Fadilah et al., 2022; Wahyuni et al., 2021).

Dengan latar belakang tersebut, artikel ini akan membahas pelaksanaan pendampingan transformasi digital berbasis e-commerce kepada UMKM industri halal PC Persis Banjaran. Diharapkan pelaksanaan pelatihan dan penyusunan artikel ini dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM berbasis digital, serta mempertegas pentingnya kolaborasi antara akademisi, komunitas, dan pemerintah dalam mendukung ekosistem ekonomi digital inklusif di sektor industri halal.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pendampingan pemahaman pelatihan dan penggunaan e-commerce seperti shopee kepada para pelaku UMKM Industri Halal di PC Persis Banjaran. Tahapan kegiatan secara keseluruhan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan penyusunan tim. Tim kegiatan PKM terdiri dari dosen dan mahasiswa yang memiliki keahlian di bidang akuntansi keuangan, digital business, dan akuntansi manajemen. Persiapan kegiatan dilakukan dengan diskusi dengan PC Persis Banjaran selaku pembina UMKM untuk menentukan waktu kegiatan dan teknis pelaksanaannya. Hasil diskusi menunjukkan hasil bahwa kegiatan akan dilaksanakan pada tanggal 17 Mei 2025 di Gedung Bersama PC Persis Banjaran dengan kegiatan dalam bentuk workshop. Jumlah UMKM yang direncanakan akan ikut serta kegiatan adalah sebanyak 25 UMKM Industri Halal. Dalam rangka menjembatani teori dan praktik, maka workshop dilaksanakan dengan 2 pembicara, 1 pembicara berasal dari dosen dengan kepakaran digital business dan 1 lagi merupakan UMKM yang sudah memiliki e-commerce yaitu shopee dengan omset diatas 30 juta.

2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan kegiatan pendampingan, dilakukan pelatihan dan pendampingan yang terlaksana di tempat di gedung Kantor Bersama PC Persis Banjaran Jl Pejagalan No. 115 Banjaran Kabupaten Bandung pada tanggal 17 Mei 2025. Pelaksanaan kegiatan ini meliputi pemahaman mengenai pengantar digital bisnis dan juga materi mengenai cara berjualan dan optimasi produk dan toko di shopee.

3) Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan metode tanya jawab dan diskusi menggunakan lembar kuesioner post test dan pre test. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap peserta dan juga pemateri untuk melihat sejauh mana dampak dari kegiatan pendampingan dan pelatihan digitalisasi yang telah dilaksanakan. Pada tahap evaluasi kuesioner peserta diberikan 16 pertanyaan untuk mengetahui pemahaman peserta mengenai digital business dan juga penggunaan e-commerce seperti shopee. Kuesioner pre test dan post test disusun berdasarkan teori yang dikembangkan oleh Bandura pertama kali ditahun 1977 yaitu *self-efficacy theory* (Bandura, 1977). Oleh karena itu, indikator yang digunakan dalam kuesioner pre dan post test terdiri dari indikator *confidence*, *task mastery*, *Perceived ease of use*, dan *Perceived usefulness*.

Teori self-efficacy, yang dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1977, mengacu pada keyakinan individu tentang kemampuannya untuk berhasil dalam menjalankan tugas tertentu dan mencapai tujuan yang diinginkan. Teori ini merupakan bagian integral dari teori sosial kognitif, yang menekankan bahwa keyakinan ini memengaruhi perilaku, motivasi, dan ketahanan individu terhadap tantangan (Kodden, 2020). Bandura menjelaskan bahwa self-efficacy dibentuk melalui beberapa sumber informasi, termasuk pengalaman prestasi, pengamatan terhadap orang lain (pengalaman vikarius), dorongan verbal dari pihak lain, dan keadaan fisiologis atau emosional (Jiang et al., 2019; Pressley, 2021). Oleh karena itu, individu dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung lebih resilien dalam menghadapi tekanan dan lebih mampu mengelola hasil yang berhubungan dengan kinerja mereka (Karimy et al., 2018).

Dalam konteks pendidikan dan praktik, indikator yang sering digunakan dalam kuesioner pre dan post test untuk mengukur self-efficacy mencakup kepercayaan diri (*confidence*), penguasaan tugas (*task mastery*), serta persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan guna (*perceived usefulness*) dari suatu metode atau alat pedagogis. Penelitian menunjukkan bahwa self-efficacy guru berhubungan langsung dengan kualitas pengajaran yang mereka berikan di pendidikan vokasi, yang menegaskan bahwa keyakinan guru akan kemampuan mereka berkontribusi terhadap hasil belajar siswa (Na & Isa, 2024). Penelitian lain juga mengkonfirmasi bahwa individu yang memiliki tingkat self-efficacy tinggi akan lebih mudah untuk beradaptasi dan mengikuti perubahan serta perbaikan dalam proses belajar mereka (Domínguez-Gómez et al., 2021).

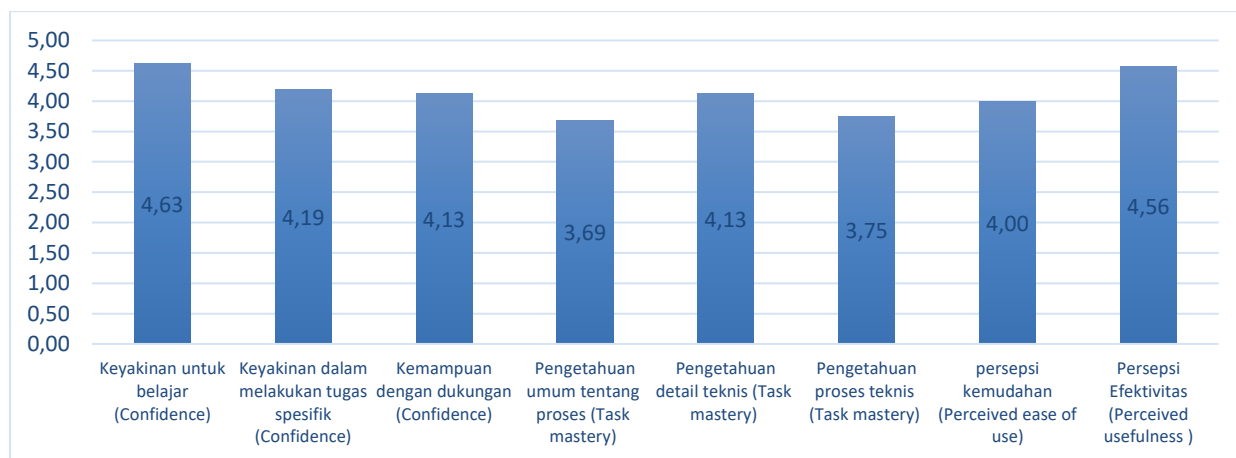
Indikator-indikator yang disebutkan di atas memiliki relevansi kuat dalam meningkatkan self-efficacy di berbagai konteks. Kepercayaan diri adalah aspek fundamental yang memberikan dorongan bagi individu untuk mencoba tindakan baru dan menghadapi situasi sulit (Sari et al., 2021). Penguasaan tugas, di sisi lain, berkaitan dengan sejauh mana individu merasa mampu untuk menyelesaikan tugas tertentu, yang berpengaruh langsung pada motivasi mereka untuk belajar dan berprestasi (Yuliasuti & Suhartini, 2018). Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan dan guna suatu alat atau metode akan meningkatkan kemungkinan individu untuk bersikap proaktif dalam menerapkan metode yang telah dibuktikan efektif, sehingga selanjutnya

dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan mereka dalam konteks yang lebih luas (Abusubhiah et al., 2023; Sheikhbardsiri et al., 2019).

Secara keseluruhan, teori self-efficacy Bandura menjelaskan bahwa keyakinan individu dalam kemampuannya, yang tercermin dalam indikator yang digunakan, sangat penting dalam menentukan perilaku mereka dan hasil belajar yang dicapai. Hal ini menekankan nilai penting dari pengembangan strategi yang mendukung peningkatan self-efficacy dalam berbagai setting, termasuk pendidikan dan pelatihan profesional.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan terhadap para pelaku usaha UMKM PC Persis Banjaran dilakukan dalam waktu 1 hari dalam bentuk workshop pada tanggal 17 Mei 2025 di Gedung Bersama PC Persis Banjaran dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang. Sebelum melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan, para peserta di informasikan mengenai penggunaan handphone yang akan digunakan untuk optimalisasi digital bisnis melalui penggunaan shopee. Selanjutnya, para peserta diberikan pre test terlebih dahulu untuk sejauh mana pemahaman mereka terhadap digital business dan e-commerce.



Gambar 1. Pre Test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce

Hasil pre test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM masih berada di angka berkisar 3 sampai dengan 4 dalam skala 5 (sangat baik). Hal yang paling dipahami dari 8 pertanyaan adalah point dalam persepsi efektivitas penggunaan e-commerce dalam meningkatkan omset penjualan (4,56). Sedangkan pengetahuan umum tentang proses digital bisnis dan penggunaan e-commerce masih rendah (3,69). Setelah dilakukan pre-test, selanjutnya peserta di berikan materi mengenai dasar-dasar digital business, bagaimana berjualan di shopee, serta optimasi produk dan toko di shopee.



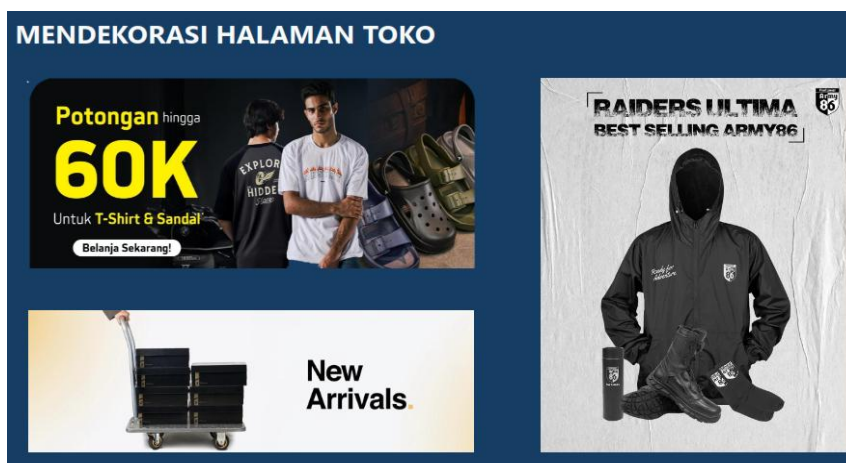
Gambar 2. Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan- Bagian 1



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan-Bagian 2

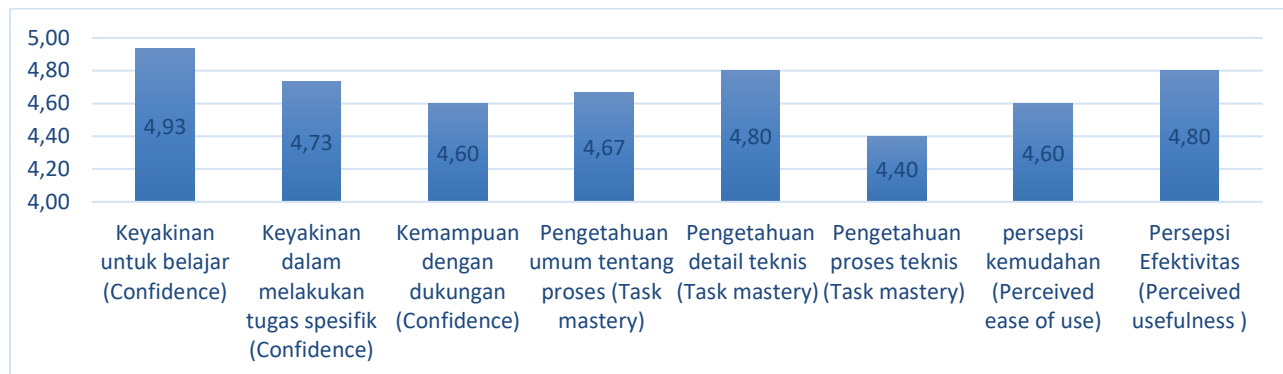
Kegiatan pada gambar 3 adalah pemaparan materi mengenai cara berjualan dan optimasi produk dan toko di shopee. Sedangkan kegiatan pada gambar 2 merupakan pemahaman mengenai digital business. Pada kegiatan praktik optimasi produk dan toko di shopee diberikan pelatihan praktik secara langsung di marketplace shopee. Tahapan praktik secara langsung tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Tahap Pendaftaran
Para peserta diberikan pemahaman dan praktik terlebih dahulu mengenai cara membuat akun dan mendaftar di shopee. Selain itu, diberikan pemahaman mengenai bagaimana optimasi nama toko dan hal-hal yang harus dihindari.
- 2) Tahap Optimasi
Para peserta diberikan pemahaman dan praktik mengenai bagaimana agar produk yang sudah dimiliki UMKM bisa masuk ke dalam katalog produk. Selanjutnya, peserta diberikan pemahaman dan informasi cara optimasi produk agar lebih menarik, informatif, dan relevan dengan pencarian pembeli. Optimasi dilakukan dengan membimbing peserta untuk menjadi mitra UMKM di shopee. Selanjutnya peserta diarahkan dalam penggunaan menu yang sering digunakan dalam optimalisasi penjualan melalui aplikasi shopee.
- 3) Tahap Penjualan Produk
Para peserta diberikan pemahaman mengenai berbagai strategi agar produk dibeli oleh konsumen. Langkah-langkah yang perlu dilakukan antara lain yaitu membuat judul produk yang menarik, membuat halaman produk yang memiliki keunggulan yaitu dengan modifikasi foto produk, menentukan hal jual dengan mengikuti campaign yang selenggarakan oleh shopee. Pembuatan halaman toko dapat dilakukan secara sederhana menggunakan canva yang dapat diakses melalui laptop atau handphone.
- 4) Berikut ini disajikan contoh tampilan dekorasi halaman produk yang dapat dilakukan oleh para peserta pelaku UMKM Industri halal.



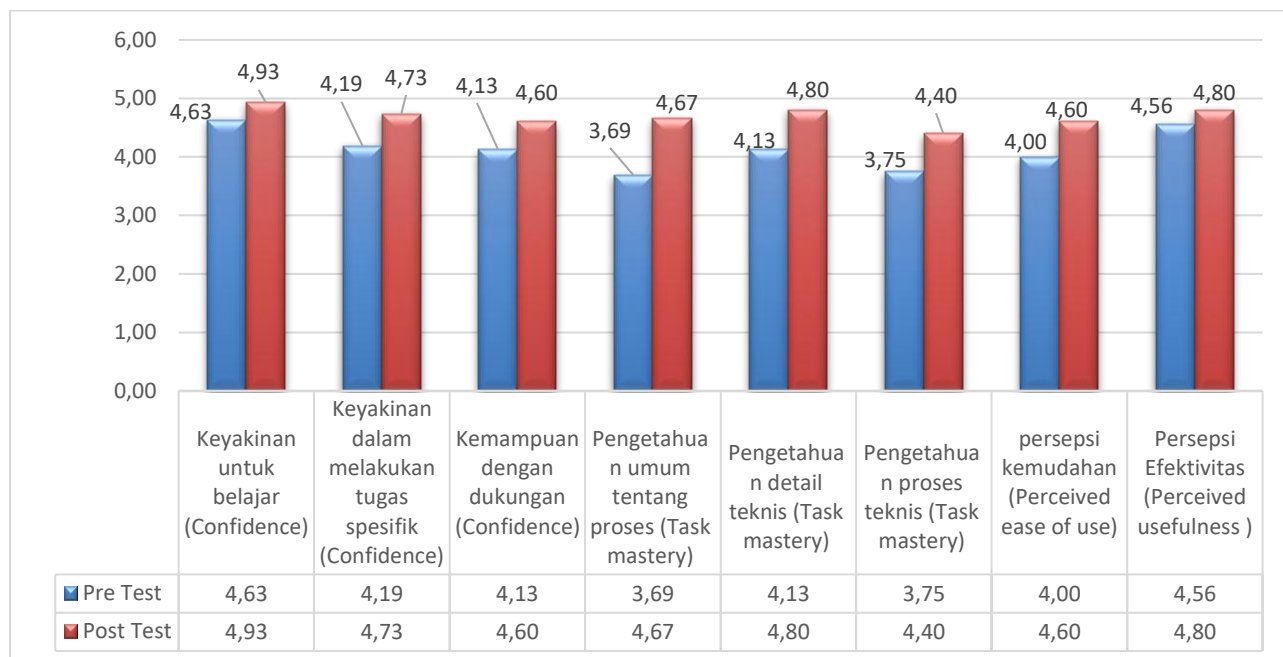
Gambar 4. Studi Kasus pembuatan dekorasi halaman produk dalam kegiatan PKM

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan, tahapan selanjutnya adalah para peserta diberikan kesempatan untuk melakukan diskusi dengan pembicara untuk kendala yang dihadapi selama praktik secara langsung. Pada tahapan akhir pelatihan, peserta diberikan post test untuk mengetahui sejauh mana pemahaman yang didapatkan oleh peserta selama pelatihan berlangsung. Hasil pre-test adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Post Test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce

Hasil pre test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM sudah berada di angka yang sangat baik dengan nilai diatas 4 dari 5 skala. Jika dilakukan perbandingan hasil pre test dan post test, maka dapat terlihat perbedaan dari hasil kuesioner tersebut. Hasil menunjukkan ada perubahan positif dari sebelum pemberian materi yang dilihat dari hasil post-test dan setelah pemberian materi yang dilihat dari hasil pre-test. Hal tersebut ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 6. Hasil Perbandingan Pre dan Post Test Pelatihan dan Pendampingan digital business dan e-commerce

Pada gambar 6 menunjukkan bahwa terdapat perubahan yang signifikan setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan digital business dan e-commerce. Dalam konteks ini, peningkatan nilai post-test dibandingkan dengan pre-test mengindikasikan bahwa pelatihan berhasil memberikan pengalaman langsung

kepada peserta dalam menggunakan platform e-commerce, yang memperkuat aspek *task mastery* mereka. Selain itu, adanya pendampingan serta dukungan selama proses pelatihan turut memperkuat aspek *confidence*, terutama dalam keyakinan melakukan tugas spesifik, belajar hal baru, dan menjalankan tugas dengan bantuan. Terdapat indikator yang meningkat secara signifikan dari aspek *task mastery* yaitu sekitar 0,98 yang merupakan selisih dari nilai pre test sebesar 3,69 dengan nilai post test sebesar 4,67. Hal tersebut menunjukkan arti bahwa terdapat peningkatan dalam hal pengetahuan proses penggunaan e-commerce khususnya market place shopee. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa pengalaman langsung dalam menggunakan marketplace secara praktik memberikan dampak besar terhadap pemahaman dan keyakinan peserta dalam menjalankan bisnis digital.

Peningkatan juga terlihat dalam aspek persepsi terhadap kemudahan dan efektivitas penggunaan e-commerce (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*), yang menunjukkan bahwa peserta tidak hanya lebih percaya diri secara pribadi, tetapi juga memiliki keyakinan bahwa e-commerce dapat mendukung keberhasilan usaha mereka. Temuan ini sejalan dengan kerangka *self-efficacy* dan memberikan gambaran bagaimana pelatihan praktis mampu meningkatkan kesiapan individu dalam menjalankan usaha berbasis digital. Untuk memperjelas hubungan antara teori *self-efficacy* dan hasil pengukuran pre-post test, berikut disajikan tabel yang menunjukkan kaitan antara masing-masing indikator dengan konsep dalam teori *self-efficacy* (Bandura, 1977):

Tabel 1. Hubungan antara Indikator Self Efficacy dengan Indikator Hasil Pelatihan Melalui Pre dan Post Test

Indikator	Jenis Efikasi Diri	Pre Test	Post Test	Selisih	Interpretasi hasil
Keyakinan untuk belajar	Confidence	4.63	4.93	+0.31	Meningkat karena pengaruh verbal persuasian dan lingkungan belajar yang positif.
Keyakinan dalam melakukan tugas spesifik	Confidence	4.19	4.73	+0.55	Dipengaruhi oleh mastery experience (pengalaman langsung dalam pelatihan).
Kemampuan dengan dukungan	Confidence	4.13	4.60	+0.48	Berkaitan dengan pengaruh vicarious experience dan verbal persuasian dari fasilitator.
Pengetahuan umum tentang proses	Task mastery	3.69	4.67	+0.98	Peningkatan signifikan akibat pengalaman langsung (mastery experience) selama pelatihan.
Pengetahuan detail teknis	Task mastery	4.13	4.80	+0.68	Berkaitan dengan penguasaan teknis setelah praktik penggunaan marketplace.
Pengetahuan proses teknis	Task mastery	3.75	4.40	+0.65	Menguatkan pemahaman prosedural melalui latihan langsung.
persepsi kemudahan	Perceived ease of use (TAM)	4.00	4.60	+0.60	Efikasi diri berperan dalam persepsi bahwa teknologi mudah digunakan.
Persepsi Efektivitas	Perceived usefulness (TAM)	4.56	4.80	+0.24	Meningkat seiring tumbuhnya keyakinan bahwa e-commerce mampu meningkatkan omset.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pelatihan digital business dan e-commerce memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan efikasi diri peserta, khususnya dalam hal penguasaan tugas (*task mastery*) dan keyakinan diri (*confidence*) dalam menjalankan aktivitas penjualan online di marketplace seperti Shopee. Peningkatan tersebut juga berkontribusi terhadap persepsi kemudahan dan efektivitas penggunaan e-commerce sebagai sarana usaha. Pelatihan yang memadukan praktik langsung, pembelajaran sosial, dan pendampingan personal berhasil mendorong

peserta merasa lebih siap dan percaya diri dalam memulai dan mengelola toko daring. Hal ini selaras dengan teori self-efficacy dari Bandura, yang menekankan pentingnya pengalaman langsung, observasi sosial, persuasi verbal, dan dukungan emosional dalam membentuk kepercayaan diri individu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat terlaksana dengan baik dan diselesaikan hingga tahap penulisan artikel. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam bentuk pendanaan untuk pelaksanaan kegiatan ini. Kami juga berterima kasih kepada mitra yaitu komunitas pelaku UMKM industri halal PC Persis Banjaran Kab. Bandung yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan pendampingan ini. Semangat dan antusiasme mereka dalam mengikuti kegiatan ini sangat berarti bagi keberhasilan program. Dengan partisipasi dan keterbukaan mereka, program ini berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif bagi semua pihak.

PUSTAKA

- Abusubhiah, M., Walshe, N., Creedon, R., Noonan, B., & Hegarty, J. (2023). Self-efficacy in the context of nursing education and transition to practice as a registered practitioner: A systematic review. *Nursing Open*, 10(10), 6650-6667.
- Aeni, I. N., Mahmud, A., Susilowati, N., & Nurfasikha, N. (2023). Akuntansi Batik Shibori Berbasis SAK-ETAP Sebagai Upaya Akses Permodalan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 212-219.
- Amali, M. S., Fatmawati, S., & Rosdiana, D. (2025). Peran platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia [The role of digital platforms in the development of MSMEs in Indonesia]. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*,
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Domínguez-Gómez, J. A., Pinto, H., & González-Gómez, T. (2021). The social role of the university today: From institutional prestige to ethical positioning. *Universities and Entrepreneurship: Meeting the Educational and Social Challenges*,
- Fadhil, A. A. A., Umar, F., Sahrir, S. S., Sari, E., Safrillah, N. F., & Ali, A. M. (2024). Pengaruh E-commerce, Budaya Organisasi, dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Palopo. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(6), 2152-2160.
- Fadilah, N., Nur Aliah, S., & Hidayati Purnama Lubis, S. (2022). *Pengaruh Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM*. CV Pena Persada.
- Falah, M., Fitri, A., & Elviani, L. (2023). Pengaruh Literasi keuangan dan Pengelolaan Keuangan UMKM: Studi Literatur. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(6).
- Firmansyah, F., Abia, A., & Layli, M. (2022). Sosialisasi Akuntansi dan Perpajakan Bagi Wajib Pajak UMKM di Desa Lung Barang Kecamatan Mentarang Hulu Kabupaten Malinau. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 465-470.

- Handayani, S., & Suryaningrum, D. H. (2021). Penerapan ETAP untuk Pencatatan Keuangan pada Usaha Kecil Menengah. *Small Business Accounting Management Entrepreneurship Review*, 1(1), 22-34.
- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 76-91.
- Jiang, X. J., Jiang, H., Lu, Y. H., Liu, S. L., Wang, J. P., Tang, R. S., & Li, M. Z. (2019). The effectiveness of a self-efficacy-focused structured education programme on adults with type 2 diabetes: A multicentre randomised controlled trial. *Journal of Clinical Nursing*, 28(17-18), 3299-3309.
- Karimy, M., Koohestani, H. R., & Araban, M. (2018). The association between attitude, self-efficacy, and social support and adherence to diabetes self-care behavior. *Diabetology metabolic syndrome*, 10, 1-6.
- Kodden, B. (2020). The impact of self-efficacy. *The Art of Sustainable Performance: A Model for Recruiting, Selection, Professional Development*, 31-38.
- Lestari, R., Sukarmanto, E., Nurwandi, L., Komaran, M. D., Hartanto, R., Suangga, A., & Anandya, A. (2025). Transformasi Perhitungan Zakat UMKM Industri Halal Melalui Sistem Informasi Akuntansi "Kaashir". *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 361-370.
- Maryati, S., Adhitama, F., Dwirini, D., Soediro, A., & Farhan, M. (2022). Peningkatan Pencatatan Akuntansi Keuangan Pribadi dan Keluarga Melalui Metode Manual dan Metode Teknologi Berbasis Aplikasi. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 555-565.
- Mashuri, A. A. S., & Ermaya, H. N. L. (2021). Peningkatan kualitas penyusunan laporan keuangan manual menjadi digitalisasi akuntansi sederhana pada pelaku UMKM di Kabupaten Serang. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(1).
- Na, C., & Isa, Z. M. (2024). Exploring the influence of teacher self-efficacy on teaching quality in higher vocational education. *Journal of Digitainability, Realism Mastery*, 3(07), 16-27.
- Pressley, T. (2021). Returning to teaching during COVID-19: An empirical study on elementary teachers' self-efficacy. *Psychology in the Schools*, 58(8), 1611-1623.
- Salsabila, S. (2024). *Merancang sistem informasi akuntansi untuk optimalisasi pengelolaan keuangan dan pengembangan strategi pemasaran global: Studi pada UMKM Mozzare Shop, Bali* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Sari, D. P., Yana, Y., & Wulandari, A. (2021). Pengaruh Self Efficacy dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa MTs Al-Khairiyah Mampang Prapatan di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Pendidikan STKIP Kusuma Negara*, 13(1), 1-11.
- Setiawan, Y. (2023). Digitalisasi Umkm Melalui E-Commerce Sebagai Peningkatan Pendapatan Nasional. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 76-83.
- Sheikhbardsiri, H., Mousavi, S. H., Doustmohammadi, M. M., Karimi, M., & Salahi, S. (2019). The effect of educational workshop on emergency department nurses' self-efficacy in patient training. *Journal of education health promotion*, 8(1), 136.
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021*,

Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, Sunarsi, D., Haudi, Dodi, . .Musnaini. (2020). *Digitalisasi UMKM*. CV Insan Cendikia Mandiri.

Yuliasuti, E., & Suhartini, S. (2018). Case Study: Awarding Education of Fluids Restriction Management on Impaired Kidney Perfusion for Improving Self-Efficacy of Patients and Families. *International Journal of Nursing Health Services*, 1(1), 49-59.

Format Sitasi: Hartanto, R., Lestari, R., Sukarmanto, E., Suangga, A., Anandya, A., Annisa, N.N., Tsarwah, A.K. (2025). Transformasi Digital Usaha bagi Pelaku UMKM Industri Halal PC PERSIS Banjaran. *Reswara. J. Pengabdian Kpd. Masy.* 6(2): 1146-1155. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v6i2.6692>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))