

Pengembangan Model Capacity Building untuk Pemberdayaan UMKM Kader Nasyiatul Aisyiyah Kartasura

Asa Sheila Amelia¹, Maratul Azizah Zahro², Pinda Widya Safitri³,
Afanin Tsabita Riqqah Salsabila⁴

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta

⁴ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Sosial dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta

*e-mail: asa.sheila@umpku.ac.id¹, izahzahra@umpku.ac.id², 1202511004@students.umpku.ac.id³,
1202511001@students.umpku.ac.id⁴

Received:

20.01.2026

Revised:

14.02.2025

Accepted:

12.03.2025

Available online:

30.03.2026

Abstract: *This community service program aims to strengthen the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by members of Nasyiatul Aisyiyah through an integrated capacity building approach. The program involved 34 MSME participants, predominantly engaged in handmade and creative product sectors, with an average business age of 2–4 years and mostly high school educational backgrounds. The method consisted of three stages: (1) capacity strengthening through structured training, (2) implementation and mentoring over a three-month period, and (3) evaluation and reinforcement. Evaluation was conducted using a pre-test and post-test design consisting of 15 indicators covering managerial, financial literacy, and digital marketing competencies. The results show an average increase in participant scores from 60.2 (pre-test) to 75.3 (post-test), indicating a 25.08% improvement calculated using a percentage gain formula. In addition, 72% of participants successfully implemented structured financial recording, and 65% demonstrated consistency in digital marketing practices. This program highlights the importance of structured and measurable capacity building models in improving MSME performance and sustainability within community-based organizations.*

Keywords: *capacity building, MSMEs, digital marketing, production planning, community empowerment*

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh anggota Nasyiatul Aisyiyah melalui pendekatan capacity building yang terintegrasi. Program ini melibatkan 34 peserta UMKM yang sebagian besar bergerak di sektor produk handmade dan kreatif, dengan rata-rata usia usaha 2–4 tahun serta didominasi oleh latar belakang pendidikan tingkat SMA/ sederajat. Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahapan, yaitu: (1) penguatan kapasitas melalui pelatihan terstruktur, (2) implementasi dan pendampingan selama tiga bulan, serta (3) evaluasi dan penguatan. Evaluasi dilakukan menggunakan desain pre-test dan post-test yang terdiri dari 15 indikator yang mencakup kompetensi manajerial, literasi keuangan, dan digital marketing. Hasil menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor peserta dari 60,2 (pre-test) menjadi 75,3 (post-test), yang mengindikasikan peningkatan sebesar 25,08% berdasarkan perhitungan percentage gain. Selain itu, sebanyak 72% peserta berhasil menerapkan pencatatan keuangan secara terstruktur, dan 65% peserta menunjukkan konsistensi dalam praktik digital marketing. Program ini menegaskan pentingnya model capacity building yang terstruktur dan terukur dalam meningkatkan kinerja serta keberlanjutan UMKM berbasis organisasi masyarakat.

Kata kunci: capacity building, UMKM, pemasaran digital, perencanaan produksi, pemberdayaan masyarakat

1. PENDAHULUAN

Capacity building merupakan proses pengembangan dan penguatan kapasitas individu, kelompok, maupun organisasi melalui peningkatan keterampilan, kompetensi, kepercayaan diri, kemitraan, serta infrastruktur secara berkelanjutan agar suatu kegiatan dapat berjalan efektif dan memberikan dampak nyata pada praktik (Elvey et al., 2026). Secara konseptual, capacity building juga dipahami sebagai proses memperkuat kemampuan agar mampu beradaptasi dan menghadapi perubahan secara efektif (Badan et al., 1999). Dalam konteks organisasi dan pemerintahan, capacity building menjadi strategi penguatan untuk meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, efektivitas pencapaian tujuan, serta responsivitas terhadap kebutuhan yang terus berkembang (Badan et al., 1999). Strategi ini mencakup pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendidikan, penguatan organisasi, pembaruan kelembagaan, peningkatan koordinasi, pemanfaatan teknologi, serta peningkatan literasi (Margaretha, 2024). Pendekatan yang efektif

menekankan peningkatan kompetensi SDM, penguatan sistem manajemen, pemanfaatan teknologi, kepemimpinan yang kuat, serta penyesuaian dengan konteks organisasi (Anwar & Hanim, 2025).

Namun demikian, kebutuhan pelatihan implementasi masih jauh lebih besar dibandingkan ketersediaannya, khususnya di negara berkembang, sehingga diperlukan pendekatan capacity building yang lebih luas melalui kolaborasi, peningkatan keterlibatan praktisi dan pembuat kebijakan, serta penguatan pembelajaran berbasis praktik dan jaringan kemitraan (Dinis et al., 2026). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa self capacity building berpengaruh signifikan terhadap kinerja, meskipun peningkatan fasilitas kerja dan kualitas pelatihan tetap diperlukan agar dampaknya lebih optimal (Simamora, 2023). Program pelatihan personal capacity building juga meningkatkan pemahaman tentang pelayanan prima, tetapi membutuhkan perbaikan sarana dan pemantauan berkelanjutan untuk memastikan efektivitas implementasinya (Syakurah, 2023). Bahkan pada organisasi nirlaba, capacity building menjadi strategi penting dalam mengatasi tantangan melalui penguatan sumber daya manusia, sistem organisasi, dan pemanfaatan teknologi guna meningkatkan kinerja serta keberlanjutan misi sosial (Akuntansi et al., 2025).

Dalam konteks ekonomi nasional, penguatan kapasitas menjadi sangat relevan bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan strategis sebagai pendorong daya beli masyarakat sekaligus penggerak utama perekonomian melalui kontribusinya terhadap berbagai sektor usaha dan peningkatan pendapatan (Akuntansi et al., 2025). Kontribusi tersebut turut memengaruhi Produk Domestik Bruto sebagai indikator utama pertumbuhan ekonomi dan dasar perumusan kebijakan pembangunan berkelanjutan (Yolanda et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas pelaku UMKM menjadi kebutuhan mendesak untuk memperkuat daya saing, produktivitas, dan keberlanjutan usaha.

Salah satu organisasi perempuan yang memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah Nasyyiatul Aisyiyah sebagai organisasi otonom perempuan muda Muhammadiyah yang aktif dalam pengembangan dakwah sosial dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Melalui berbagai kegiatan kewirausahaan dan penguatan UMKM anggota, Nasyyiatul Aisyiyah berkontribusi dalam peningkatan kemandirian ekonomi perempuan. Namun, dalam praktiknya, pelaku usaha di lingkungan organisasi masih menghadapi tantangan dalam aspek perencanaan produksi, pengelolaan usaha, serta optimalisasi pemasaran digital. Perencanaan produksi yang tepat menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan industri karena memungkinkan optimalisasi sumber daya, peningkatan efisiensi dan kualitas produk, serta pemenuhan permintaan konsumen secara tepat waktu dengan biaya yang lebih terkendali (Indah et al., 2024).

Di sisi lain, perkembangan teknologi pada era revolusi industri 4.0 dan Society 5.0 telah mendorong transformasi digital dalam berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran (Banjarmasin et al., 2024). Perkembangan internet telah menggeser metode pemasaran tradisional menuju pemasaran digital dan membuka peluang yang lebih luas bagi UMKM untuk memasarkan produk mereka (Fifian, 2025). Pemasaran digital memungkinkan pelaku UMKM menyampaikan informasi, membangun interaksi langsung dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, serta mendorong pertumbuhan penjualan (Febriyantoro et al., n.d.). Pemanfaatan teknologi digital pada abad ke-21 juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas akses pasar secara lebih optimal (Firdausya et al., 2023). Dalam sektor ekonomi kreatif, khususnya kuliner, pemanfaatan ide, informasi, dan kearifan lokal menjadi strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk di tengah arus digitalisasi (Khalik et al., n.d.).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di lingkungan Nasyyiatul Aisyiyah melalui pendekatan capacity building yang terintegrasi, meliputi penguatan kompetensi sumber daya manusia, peningkatan kemampuan perencanaan produksi, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital. Melalui pelatihan, pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan, diharapkan anggota Nasyyiatul Aisyiyah yang

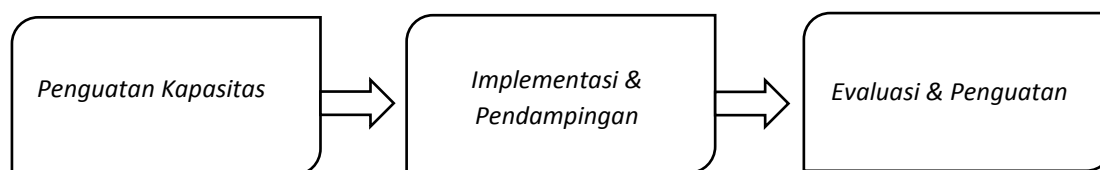
menjalankan usaha mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi dinamika ekonomi digital.

2. METODE

Metode pengabdian dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yang saling terintegrasi, yaitu (1) Penguatan Kapasitas, (2) Implementasi & Pendampingan, dan (3) Evaluasi & Penguatan. Ketiga tahapan ini dirancang secara sistematis untuk memastikan terjadinya peningkatan kapasitas UMKM kader Nasyyatul Aisyiyah Kartasura secara terukur, partisipatif, dan berkelanjutan.

Untuk memperjelas alur pelaksanaan program, metode pengabdian divisualisasikan dalam model tiga tahapan yang menunjukkan keterkaitan logis antara peningkatan kompetensi, penerapan praktik usaha, serta evaluasi berkelanjutan sebagai siklus pengembangan usaha.

Gambar 1. Model Metode Pengabdian Tiga Tahapan



Keterangan: Model ini menggambarkan alur sistematis pelaksanaan pengabdian mulai dari peningkatan kompetensi dasar, penerapan melalui pendampingan, hingga evaluasi dan penguatan untuk menjamin keberlanjutan peningkatan kapasitas UMKM.

Sumber: Desain Program Pengabdian Tim Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta, 2026.

Metode pengabdian dirancang dalam tiga tahapan terintegrasi untuk memastikan peningkatan kapasitas UMKM kader Nasyyatul Aisyiyah Kartasura berjalan secara sistematis dan berkelanjutan.

(1) Penguatan Kapasitas

Tahap pertama diawali dengan pelaksanaan needs assessment guna mengidentifikasi kondisi awal peserta dalam aspek kompetensi manajerial, digital marketing, serta tata kelola keuangan. Hasil pemetaan kebutuhan menjadi dasar dalam merancang pelatihan yang kontekstual dan sesuai dengan karakteristik usaha peserta.

Intervensi pada tahap ini meliputi penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat perencanaan usaha, optimalisasi media sosial (khususnya Instagram Business) untuk penguatan branding dan pemasaran digital, serta pelatihan pencatatan keuangan sederhana yang mencakup pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan arus kas, serta perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP).

Metode pembelajaran dilakukan secara partisipatif melalui ceramah interaktif, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung agar peserta mampu menyusun rencana implementasi yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan usahanya.

(2) Implementasi & Pendampingan

Tahap kedua difokuskan pada penerapan hasil pelatihan ke dalam operasional usaha masing-masing peserta. UMKM mulai mengimplementasikan model bisnis yang telah disusun, mengoptimalkan kanal digital sebagai media promosi, serta menerapkan sistem pencatatan keuangan secara rutin.

Tim pengabdian melakukan pendampingan berkala selama tiga bulan melalui monitoring dan klinik bisnis. Proses ini mencakup evaluasi konten pemasaran digital, konsistensi unggahan media sosial, serta pengecekan praktik pencatatan keuangan. Pendekatan ini bertujuan memastikan transformasi kapasitas berlangsung secara aplikatif dan tidak berhenti pada tahap transfer pengetahuan semata.

(3) Evaluasi & Penguatan

Tahap ketiga dilakukan untuk menilai efektivitas program serta mengukur tingkat peningkatan kapasitas peserta. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test, analisis perubahan praktik manajerial dan keuangan, serta monitoring perkembangan pemasaran digital dan potensi peningkatan omzet.

Hasil evaluasi menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi penguatan lanjutan guna mendukung keberlanjutan program dan kemandirian UMKM dalam jangka panjang. Dengan pendekatan bertahap ini, model pengabdian tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga mendorong perubahan perilaku usaha secara nyata dan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test yang terdiri dari 15 butir pertanyaan, dengan rincian indikator sebagai berikut:

- (1) Pemahaman Business Model Canvas (3 item),
- (2) Perencanaan produksi (3 item),
- (3) Literasi keuangan (4 item), dan
- (4) Digital marketing (5 item).

Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5, kemudian dikonversi ke dalam skala 0–100 untuk memperoleh nilai komparatif yang lebih representatif dalam mengukur peningkatan kapasitas peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Needs Assessment

Kegiatan pengabdian diawali dengan pelaksanaan *needs assessment* terhadap 34 pelaku UMKM kader Nasyyatul Aisyiyah Kartasura. Analisis ini bertujuan untuk memetakan kapasitas awal usaha dalam aspek manajerial, keuangan, digital marketing, dan branding sebagai dasar penyusunan model *capacity building* yang kontekstual dan berbasis kebutuhan riil mitra. Peserta kegiatan didominasi oleh pelaku usaha pada sektor produk handmade dan aksesoris kreatif ($\pm 70\%$), serta sektor kuliner ($\pm 30\%$). Berdasarkan usia usaha, sebanyak 35% berada pada tahap awal (< 2 tahun), 50% pada fase berkembang (2–4 tahun), dan 15% telah menjalankan usaha lebih dari 4 tahun, dengan rata-rata usia usaha sekitar ± 3 tahun. Dari sisi pendidikan, mayoritas peserta merupakan lulusan SMA/ sederajat (65%), sedangkan sisanya (35%) merupakan lulusan diploma dan sarjana. Rata-rata omzet usaha berkisar antara Rp500.000 hingga Rp1.500.000 per bulan, dengan kanal pemasaran yang masih terbatas pada promosi offline (pameran/event), WhatsApp, dan Instagram.

Hasil kuesioner skala Likert dan wawancara semi-terstruktur menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah melakukan pencatatan kas masuk–keluar secara sederhana, namun belum terstruktur dan belum konsisten dalam memisahkan keuangan usaha dan pribadi. Dalam aspek digital marketing, penggunaan Instagram dan WhatsApp sudah dilakukan, tetapi belum memanfaatkan fitur Instagram Business, strategi konten terjadwal, maupun marketplace secara optimal. Sementara itu, branding usaha masih berada pada tahap awal dengan identitas visual dan kemasan yang belum profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berada pada tahap *early growth*, sehingga membutuhkan penguatan kapasitas pada aspek fundamental, khususnya dalam perencanaan usaha, literasi keuangan, dan optimalisasi digital marketing.

Tabel 1. Ringkasan Kondisi Kapasitas Awal UMKM

No	Aspek Kapasitas	Indikator	Kondisi Aktual	Kategori
1	Manajerial	Perencanaan usaha	Tidak ada rencana tertulis	Rendah–Sedang
2	Keuangan	Pencatatan & pemisahan keuangan	Buku kas sederhana	Sedang
3	Digital Marketing	Pemanfaatan IG & marketplace	Promosi IG & WA, belum optimal	Sedang
4	Branding & Packaging	Identitas visual	Belum memiliki brand kuat	Sedang
5	Skala Omzet	Omzet rata-rata/bulan	$\pm$ Rp500.000	Rendah

Temuan ini menunjukkan adanya **capacity gap** antara kondisi aktual dan kondisi ideal UMKM berdaya saing tinggi, khususnya dalam aspek perencanaan usaha, tata kelola keuangan, dan strategi digitalisasi.

Klasifikasi kategori kapasitas ditentukan berdasarkan skor rata-rata kuesioner skala Likert (1–5) dengan interval sebagai berikut:

- Rendah: 1.00 – 2.50
- Sedang: 2.51 – 3.75
- Tinggi: 3.76 – 5.00

Kategori “Rendah–Sedang” menunjukkan bahwa nilai berada pada rentang batas bawah hingga menengah (± 2.3 – 3.2), yang mengindikasikan bahwa praktik sudah mulai dilakukan namun belum optimal dan belum terstruktur.

Gambar 1. Kegiatan Needs Assessment



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2026.

Keterangan: Pelaksanaan needs assessment melalui kuesioner dan wawancara kepada 34 pelaku UMKM sebagai dasar perancangan intervensi program. Model ini menggambarkan siklus capacity building yang terdiri dari tiga tahapan utama yang saling terhubung secara iteratif, yaitu penguatan kapasitas sebagai fondasi peningkatan kompetensi, implementasi melalui pendampingan berbasis praktik, serta evaluasi sebagai mekanisme umpan balik untuk penguatan berkelanjutan. Model ini tidak bersifat linear, melainkan siklikal, di mana hasil evaluasi menjadi dasar perbaikan pada siklus berikutnya (continuous improvement), sehingga meningkatkan efektivitas program secara berkelanjutan.

2. Penguatan Kapasitas

Berdasarkan hasil needs assessment, tahap pertama difokuskan pada penguatan kompetensi dasar melalui pelatihan terstruktur meliputi: penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), segmentasi pasar dan strategi harga, optimalisasi Instagram Business, strategi konten digital, serta pelatihan pencatatan keuangan dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP).

Hasil pelaksanaan menunjukkan $\geq 75\%$ peserta mampu menyusun draft BMC, dan $\geq 70\%$ peserta mulai memahami pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Tahap ini membentuk fondasi perencanaan usaha yang lebih sistematis.

Gambar 2. Pelatihan Business Model Canvas



Keterangan: Sesi pelatihan penyusunan Business Model Canvas pada tahap Penguatan Kapasitas.
 Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2026.

3. Implementasi & Pendampingan

Tahap kedua difokuskan pada penerapan hasil pelatihan dalam praktik usaha. Peserta mulai mengimplementasikan model bisnis yang telah disusun, mengaktifkan Instagram Business, memperbaiki tampilan konten, serta menerapkan pencatatan kas terstruktur. Pendampingan dilakukan selama tiga bulan melalui monitoring berkala dan klinik bisnis. Hasilnya menunjukkan $\geq 60\%$ peserta konsisten mengunggah konten promosi dan $\geq 70\%$ peserta menerapkan pencatatan keuangan terstruktur termasuk perhitungan HPP.

Tabel 2. Capaian Implementasi Program

Tahapan	Indikator	Target	Capaian
Penguatan Kapasitas	Penyusunan BMC	$\geq 75\%$	78%
Implementasi Digital	Konsistensi konten	$\geq 60\%$	65%
Literasi Keuangan	Pencatatan terstruktur	$\geq 70\%$	72%
Evaluasi	Peningkatan skor post-test	$\geq 20\%$	25%

Gambar 3. Pendampingan Digital Marketing



Keterangan: Pendampingan optimalisasi Instagram Business dan strategi konten digital pada tahap Implementasi & Pendampingan.
 Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2026.

4. Evaluasi & Penguatan

Tahap evaluasi dilakukan melalui perbandingan pre-test dan post-test, analisis perubahan praktik usaha, serta refleksi partisipatif peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman rata-rata sebesar 25% dan perubahan perilaku usaha yang lebih terstruktur, khususnya dalam perencanaan dan pencatatan keuangan.

Integrasi tiga tahapan (Penguatan Kapasitas → Implementasi & Pendampingan → Evaluasi & Penguatan) menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif efektif dalam mempersempit capacity gap UMKM kader Nasyiatul Aisyiyah Kartasura.

Secara kuantitatif, rata-rata skor pre-test peserta sebesar 60.2, sedangkan rata-rata skor post-test sebesar 75.3. Persentase peningkatan dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Peningkatan (\%)} = \frac{(\text{Post-test} - \text{Pre-test})}{\text{Pre-test} \times 100}$$

$$\text{Sehingga diperoleh: } \frac{(75.3 - 60.2)}{60.2 \times 100} = 25.08\%$$

Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas yang signifikan secara kuantitatif, khususnya dalam aspek manajerial, literasi keuangan, dan digital marketing.

Program yang dilaksanakan oleh tim dari Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta ini menghasilkan perbaikan pada aspek tata kelola usaha, konsistensi pemasaran digital, serta peningkatan literasi keuangan. Meskipun peningkatan omzet belum signifikan secara merata, terdapat tren pertumbuhan engagement dan profesionalisme pengelolaan usaha yang menunjukkan arah penguatan berkelanjutan.

Gambar 4. Evaluasi dan Refleksi Program



Keterangan: Sesi evaluasi dan refleksi untuk mengukur efektivitas program dan menyusun strategi penguatan lanjutan.

Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2026.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Sosial, dan Humaniora Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta terhadap UMKM kader Nasyiatul Aisyiyah Kartasura menunjukkan bahwa model tiga tahapan (Penguatan Kapasitas, Implementasi & Pendampingan, Evaluasi & Penguatan) efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha secara terstruktur dan partisipatif. Hasil program mengindikasikan adanya peningkatan kompetensi manajerial melalui penyusunan *Business Model Canvas*, peningkatan literasi keuangan melalui penerapan pencatatan kas terstruktur dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), serta peningkatan pemanfaatan digital marketing melalui optimalisasi Instagram Business dan strategi konten. Secara kuantitatif, terjadi peningkatan pemahaman peserta berdasarkan hasil pre-test dan post-test, serta peningkatan konsistensi praktik pencatatan keuangan

dan aktivitas promosi digital. Secara kuantitatif, efektivitas program diperkuat oleh hasil pengukuran pre-test dan post-test yang menunjukkan peningkatan rata-rata sebesar 25.08%, sehingga membuktikan bahwa model capacity building yang diterapkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga terukur secara empiris.

Kelebihan program ini terletak pada pendekatan partisipatif yang mendorong keterlibatan aktif peserta serta adanya pendampingan berkelanjutan yang memastikan implementasi berjalan secara aplikatif. Model capacity building yang integratif juga memungkinkan penguatan kompetensi secara simultan pada aspek manajerial, pemasaran, dan keuangan. Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan waktu pendampingan, variasi tingkat literasi digital peserta, serta belum meratanya peningkatan omzet dalam jangka pendek. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada pendampingan digital intensif berbasis marketplace, integrasi sistem pencatatan keuangan digital sederhana, serta strategi scaling-up usaha berbasis kolaborasi komunitas. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat tata kelola usaha dan kemandirian ekonomi kader, serta berpotensi direplikasi pada komunitas UMKM perempuan lainnya dengan karakteristik serupa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan dan jajaran Universitas Muhammadiyah PKU Surakarta atas dukungan kelembagaan dan fasilitasi kegiatan pengabdian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Pimpinan Cabang Nasiatul Aisyiyah Kartasura beserta seluruh kader UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian program. Dukungan dan kolaborasi yang terjalin menjadi faktor kunci keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, J., Ekonomi, I., Kasus, S., Kitabisa, K., Dalam, C., & Donasi, P. (2025). *Strategi Capacity Building Dalam Organisasi Nirlaba*. 05, 484–495.
- Anwar, C., & Hanim, Z. (2025). *Pengembangan Kapasitas Lembaga (Strategi dan Kebijakan untuk Peningkatan Kualitas Sistem Layanan dan Kelembagaan)*. 07(02), 12374–12384.
- Badan, P., Daerah, K., & Jombang, K. (1999). *Pengembangan kapasitas* (. 1(3), 103–110.
- Banjarmasin, P. N., Tadulako, U., Islam, U., Dahlan, A., Pura, U. D., & Padjadjaran, U. (2024). *Politeknik Negeri Banjarmasin, 2 Universitas Tadulako, Universitas Islam Ahmad Dahlan, 4 Universitas Dhyana Pura 5 Universitas Padjadjaran*. 08(02), 1–10.
- Dinis, A., Murphy, E., Sherr, K., Mohanty, R., & Means, A. R. (2026). *Intensive capacity building in implementation science : an evaluation of the University of Washington Implementation Science Summer Institute*.
- Elvey, R., Atkinson, R., Twelvetree, T., & Lewis, P. (2026). Early career research capacity-building for the health and social care workforce: process evaluation of internships and fellowships provided through a research-practice partnership. *Health Research Policy and Systems*. <https://doi.org/10.1186/s12961-025-01439-0>
- Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Febriyantoro, M. T., Arisandi, D., Universal, U., & Pemasaran, M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. 1(2), 61–76.
- Fifian, F. (2025). *Penerapan Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Usaha Mikro , Kecil dan Menengah*. 6(5), 3642–3650.
- Firdausya, L. Z., Ompusunggu, D. P., Pembangunan, J. E., Raya, U. P., & Raya, U. P. (2023). *Usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di era digital abad 21 micro, small and medium enterprises (msme) the digital age of the 21*. 1(3), 14–18.
- Indah, A. B. R., Pongrekun, K., & Setiawan, I. (2024). *Arabika Coffee Production Capacity Planning with Rough Cut Capacity Planning (RCCP)*. 02007.
- Khalik, M. H., Nugroho, B. A., Ilmu, F., & Universitas, B. (n.d.). *PENGEMBANGAN UMKM KULINER DI ERA DIGITALISASI*. 111–116.

- Margaretha, R. (2024). *Strategi Capacity Building dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia*. 248–256.
- Simamora, L. (2023). *Pemanfaatan Sarana Prasarana Kerja , Self Capacity Building , dan Kinerja Tenaga Administrasi Sekolah Menengah Atas di Kota Medan*. 2(1), 194–201.
- Syakurah, R. A. (2023). *Gambaran Manajemen Pelatihan Personal Capacity Building Pada Petugas Pelayanan Di Rsud Bangka Tengah Description of Personal Capacity Building Training Management for Service Officers At Bangka Tengah Hospital antusiasme dari pegawai agar sistem dapat Personal Capacity Building . Grindle menyatakan bahwa Capacity Building tersebut harus memusatkan perhatian kepada dimensi pengembangan sumber daya Metodologi dilakukan dalam bentuk kegiatan pelatihan Personal Capacity Building di RSUD Bangka Tengah . Kegiatan dilaksanakan pada bulan Tahap Inisiasi Kegiatan awal dari suatu kegiatan dimana dilakukan*. 8(1), 133–140.
- Yolanda, C., Hasanah, U., Tjut, U., Dhien, N., Studi, P., Pembangunan, E., Tjut, U., Dhien, N., & Manajemen, P. S. (2024). *2830-7690 peran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) dalam pengembangan ekonomi indonesia 1*. 2(3), 170–186.