e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

Peningkatan Literasi Komputasi Data bagi UMKM Desa Payageli dalam Mengidentifikasi Pola Perilaku Konsumen

Arpan[1*], Mohammad Yusup[2], Cindy Cahyani[3]

[1,2,3]Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Sains Data, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia
Email: [1*]arsevent@pancabudi.ac.id, [2]yusuf@pancabudi.ac.id, [3]cindycahyani@gmail.com
*Email Corresponding Author: Arsevent@pancabudi.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Payageli dalam melakukan pencatatan, pengolahan, dan analisis data penjualan melalui pelatihan komputasi data. Mayoritas UMKM di desa ini masih menggunakan pencatatan manual dan mengandalkan intuisi dalam mengambil keputusan usaha, sehingga berpotensi mengurangi efektivitas strategi pemasaran dan pengembangan bisnis. Pelatihan ini dirancang untuk memperkenalkan penggunaan aplikasi komputasi data, seperti Microsoft Excel dan Google Spreadsheet, agar pelaku UMKM mampu mengidentifikasi pola perilaku konsumen berdasarkan data penjualan yang mereka miliki. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, demonstrasi teknis, praktik langsung, dan pendampingan analisis data sederhana. Peserta dilatih untuk membuat tabel data penjualan, menerapkan rumus dasar, serta menghasilkan grafik yang menunjukkan tren penjualan, produk terlaris, dan waktu pembelian yang paling aktif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengolah data secara digital. Peserta mampu membaca pola perilaku konsumen secara lebih sistematis dan mulai memahami pentingnya pengambilan keputusan berbasis data untuk strategi usaha. Kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap literasi digital UMKM Desa Payageli serta membuka peluang keberlanjutan berupa pelatihan lanjutan dan pendampingan digital yang lebih mendalam. Dengan meningkatnya kemampuan komputasi data, UMKM diharapkan dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif, terukur, dan berdaya saing di masa depan.

Kata kunci: UMKM, Komputasi Data, Perilaku Konsumen, Analisis Penjualan, Desa Payageli.

Abstract

This community service program aimed to improve the ability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Payageli Village to record, process, and analyze sales data through data computing training. Most MSMEs in the village still rely on manual record-keeping and intuition when making business decisions, which may reduce the effectiveness of marketing strategies and business development. The training was designed to introduce the use of data computing applications, such as Microsoft Excel and Google Sheets, enabling MSME owners to identify consumer behavior patterns based on their sales data. The program employed interactive lectures, technical demonstrations, hands-on practice, and mentoring in basic data analysis. Participants were trained to create sales data tables, apply basic formulas, and generate charts illustrating sales trends, best-selling products, and peak purchasing periods. The results indicated an improvement in participants' knowledge and skills in digital data processing. They became more capable of systematically analyzing consumer behavior patterns and gained a better understanding of the importance of data-driven decision-making for business strategy. The training had a positive impact on the digital literacy of MSMEs in Payageli Village and created opportunities for follow-up activities, including advanced training and more comprehensive digital mentoring. By enhancing their data computing skills, MSMEs are expected to develop more effective, measurable, and competitive business strategies in the future.

Keywords: MSMEs, Data Computing, Consumer Behavior, Sales Analysis, Payageli Village.

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, khususnya di wilayah pedesaan. UMKM berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, serta menjadi penopang utama perekonomian keluarga di banyak desa di Indonesia(Auliya Rukmana Amar, 2025). Di Desa Payageli, UMKM menjadi salah satu penopang ekonomi rumah tangga sekaligus membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pencatatan manual dan pengalaman pribadi dalam mengambil keputusan terkait produksi, promosi, maupun strategi penjualan(Gustiana et al., 2024). Keputusan usaha umumnya diambil berdasarkan kebiasaan, perkiraan, dan ingatan, bukan pada data yang terstruktur. Padahal, setiap transaksi penjualan dan interaksi dengan konsumen pada dasarnya menghasilkan data yang sangat berharga apabila dikumpulkan, dicatat, dan diolah secara sistematis, karena data tersebut dapat menjadi dasar informasi yang kuat untuk melihat perkembangan usaha, menentukan arah strategi, serta meminimalkan risiko kesalahan pengambilan keputusan(Tri Widyastuti Ningsih et al., 2026).

Di era digital saat ini, kemampuan komputasi data (data computing) menjadi salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh pelaku usaha(Yusuf et al., 2022), termasuk UMKM di Desa Payageli. Melalui pengelolaan data yang baik, pelaku UMKM dapat mengidentifikasi produk-produk yang paling diminati konsumen, mengetahui periode atau waktu-waktu terjadinya penjualan tertinggi dan terendah, serta memahami karakteristik konsumen mereka, seperti frekuensi pembelian, jenis produk favorit, serta kisaran pengeluaran rata-rata(Mobilingo et al., 2023). Informasi tersebut tidak hanya bermanfaat untuk memantau kinerja usaha, tetapi juga menjadi dasar dalam merancang strategi promosi yang lebih tepat sasaran, mengatur stok barang, menentukan inovasi produk, serta mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki(Lady & Olivia, 2026).

Namun demikian, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Desa Payageli belum familiar dengan penggunaan aplikasi komputer sederhana untuk pengolahan data, seperti Microsoft Excel atau Google Spreadsheet(Cikayanti et al., 2024). Banyak di antara mereka yang belum memahami cara menyusun format pencatatan yang rapi, menggunakan rumus-rumus dasar, maupun membuat visualisasi sederhana seperti tabel dan grafik untuk membaca tren penjualan(Ali et al., 2025). Selain itu, pemahaman mengenai konsep dasar analisis data untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumen juga masih terbatas. Hal ini menyebabkan data usaha yang sebenarnya tersedia menjadi kurang termanfaatkan, bahkan sebagian hanya tersimpan dalam bentuk catatan acak atau sekadar ingatan pelaku usaha(Putri & Hanif, 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian memandang perlu adanya upaya sistematis untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Payageli dalam memanfaatkan data usaha mereka secara lebih optimal(Diva Riyandini et al., 2025). Oleh karena itu, diselenggarakan kegiatan "Pelatihan Komputasi Data untuk Identifikasi Pola Perilaku Konsumen UMKM Desa Payageli" sebagai sarana untuk mengenalkan pentingnya pengelolaan data, melatih penggunaan aplikasi komputasi data sederhana, serta memberikan panduan praktis dalam membaca dan menganalisis pola perilaku konsumen(Putra, 2025). Melalui pelatihan ini diharapkan pelaku UMKM tidak hanya mampu melakukan pencatatan data secara teratur, tetapi juga mampu menjadikan data tersebut sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif, terukur, dan berorientasi pada pengembangan usaha jangka panjang(Ahmadi, 2024).

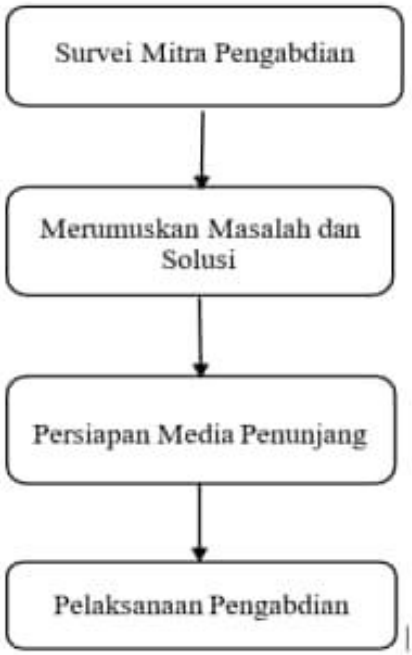
2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pendekatan yang Ditawarkan

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat, tim pengabdian telah merancang beberapa tahapan yang akan dilakukan sebagai berikut :

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156



Gambar 1. Struktur Penelitian

a. Survei Mitra Pengabdian

Tahap awal dilakukan melalui survei dan observasi langsung kepada mitra pengabdian untuk mengetahui kondisi UMKM di Desa Payageli. Pada tahap ini tim melakukan identifikasi terhadap sistem pencatatan penjualan yang digunakan, tingkat literasi digital pelaku usaha, serta kebutuhan pelatihan yang diperlukan. Hasil survei menjadi dasar dalam menentukan bentuk kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan.

b. Merumuskan Masalah dan Solusi

Berdasarkan hasil survei, tim pengabdian merumuskan berbagai permasalahan yang dihadapi mitra, antara lain masih menggunakan pencatatan manual, belum memanfaatkan aplikasi pengolahan data, dan belum mampu menganalisis perilaku konsumen berdasarkan data penjualan. Selanjutnya dirumuskan solusi berupa pelatihan komputasi data menggunakan Microsoft Excel dan Google Spreadsheet agar peserta mampu melakukan pengolahan data secara digital.

c. Persiapan Media Penunjang

Pada tahap ini dilakukan penyusunan materi pelatihan, pembuatan modul praktik, penyediaan laptop, LCD proyektor, akses internet, serta perangkat lunak Microsoft Excel dan Google Spreadsheet yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung. Selain itu tim juga melakukan koordinasi dengan pemerintah desa mengenai jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan.

d. Pelaksanaan Pengabdian

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan pengabdian, yaitu memberikan materi mengenai pentingnya pengelolaan data usaha, praktik penggunaan aplikasi komputasi data, pengolahan data penjualan menggunakan rumus dasar, pembuatan grafik penjualan, serta simulasi analisis perilaku konsumen. Selama kegiatan berlangsung

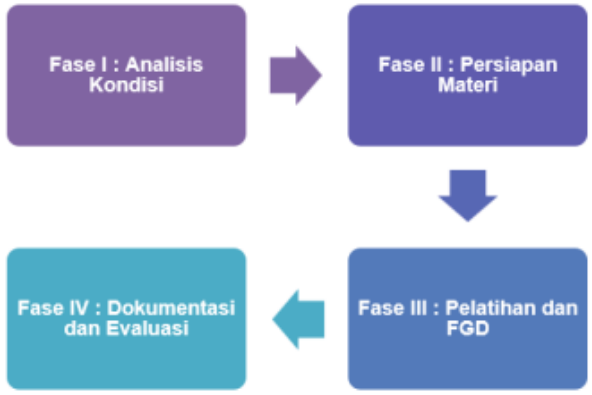
Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

peserta memperoleh pendampingan secara langsung sehingga mampu mengikuti setiap tahapan praktik dengan baik

2.2 Prosedur Kerja

Berikut adalah gambaran prosedur kerja pada pengabdian yang dilakukan :



Gambar 2. Prosedur Kerja

a. Fase I : Analisis Kondisi

Pada fase ini tim pengabdian melakukan analisis kondisi mitra melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui tingkat literasi digital, pola pencatatan data penjualan, serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengelola data usaha. Informasi yang diperoleh menjadi dasar penyusunan materi pelatihan

b. Fase II : Persiapan Materi

Setelah kebutuhan mitra diketahui, tim menyusun materi pelatihan yang meliputi konsep dasar komputasi data, penggunaan Microsoft Excel dan Google Spreadsheet, penerapan rumus dasar, pengolahan data penjualan, serta pembuatan grafik sebagai media visualisasi data. Selain itu dilakukan persiapan sarana dan prasarana pelatihan.

c. Fase III : Pelatihan dan Focus Group Discussion (FGD)

Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, serta diskusi kelompok (Focus Group Discussion). Pada tahap ini peserta mempraktikkan penginputan data, penggunaan rumus dasar, pembuatan grafik, dan melakukan analisis sederhana terhadap pola perilaku konsumen berdasarkan data penjualan yang dimiliki. Melalui sesi FGD peserta juga dapat berdiskusi mengenai kendala yang dihadapi dan memperoleh solusi dari tim pengabdian.

d. Fase IV : Dokumentasi dan Evaluasi

Tahap akhir dilakukan dokumentasi seluruh rangkaian kegiatan serta evaluasi terhadap hasil pelatihan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola data penjualan secara digital, sekaligus mengukur keberhasilan program pengabdian sebagai dasar penyusunan kegiatan pendampingan lanjutan.

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

2.3 Rencana Kegiatan

Kegiatan diawali dengan penetapan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Desa Payageli dalam mencatat, mengolah, dan menganalisis data penjualan sehingga mampu memahami perilaku konsumen dan mendukung pengambilan keputusan usaha. Pada tahap persiapan, tim melakukan analisis kebutuhan melalui wawancara dan observasi, menyusun materi pelatihan sesuai tingkat literasi digital peserta, menyiapkan sarana pelatihan, serta membentuk tim pelaksana dan pendamping.

Pelatihan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dengan pengenalan pentingnya pengelolaan data usaha dan konsep perilaku konsumen. Selanjutnya, peserta memperoleh pelatihan praktik menggunakan Microsoft Excel atau Google Spreadsheet untuk menginput data, menggunakan rumus dasar, mengolah data, serta membuat grafik tren penjualan dan produk terlaris. Pada tahap akhir, peserta mengikuti simulasi analisis data penjualan untuk mengidentifikasi pola pembelian konsumen, produk yang paling diminati, waktu penjualan tertinggi, dan karakteristik pelanggan. Kegiatan diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih efektif.

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1 Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan "Pelatihan Komputasi Data untuk Identifikasi Pola Perilaku Konsumen UMKM Desa Payageli" berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari para peserta. Kegiatan dimulai dengan penyampaian materi mengenai pentingnya pengelolaan data penjualan secara sistematis sebagai dasar dalam memahami pola perilaku konsumen. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar data penjualan, pentingnya pencatatan terstruktur, serta contoh nyata bagaimana data dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pengambilan keputusan usaha.

Sesi praktik penggunaan aplikasi Excel/Google Spreadsheet menjadi bagian yang paling menarik bagi peserta. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Payageli sebelumnya belum pernah menggunakan aplikasi komputasi data secara formal, sehingga pelatihan ini memberikan pengalaman baru bagi mereka. Peserta belajar melakukan input data, menggunakan rumus sederhana seperti SUM, AVERAGE, COUNT, serta membuat grafik tren penjualan dan grafik produk terlaris. Dengan pendampingan langsung, peserta dapat mengikuti langkah demi langkah dan berhasil membuat tabel serta grafik sederhana berdasarkan data latihan yang diberikan.



Gambar 3. Kegiatan di Desa Payageli

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

Hasil pengamatan selama pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memahami dan mengoperasikan fitur dasar komputasi data. Banyak peserta yang awalnya ragu dan kesulitan, namun setelah diberikan bimbingan, mereka mampu membuat grafik dan membaca hasil analisis dengan cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan langsung (hands-on practice) sangat efektif diterapkan pada pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan penggunaan teknologi. Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak positif pada cara pandang peserta terhadap pentingnya data. Peserta menyadari bahwa kebiasaan lama mencatat secara manual atau mengandalkan ingatan tidak lagi efektif dalam menghadapi persaingan usaha saat ini. Peserta juga mulai memahami bagaimana data dapat memberikan gambaran mengenai produk yang paling diminati, waktu penjualan tertinggi, serta karakteristik konsumen yang membeli produk mereka.



Gambar 4. Kegiatan di Desa Payageli

Dalam diskusi dan simulasi analisis, beberapa peserta dapat mengidentifikasi potensi peningkatan usaha berdasarkan data sederhana yang dianalisis. Misalnya, ada pelaku UMKM kuliner yang menyadari bahwa penjualan meningkat pada akhir pekan, sementara pelaku usaha kerajinan menemukan bahwa jenis produk tertentu lebih diminati oleh kelompok konsumen tertentu. Temuan-temuan ini menjadi bukti awal bahwa analisis data dapat membantu UMKM merencanakan strategi produksi, stok, dan promosi secara lebih terarah.

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156



Gambar 5. Kegiatan di Desa Payageli

Keberhasilan kegiatan ini juga tidak terlepas dari dukungan Pemerintah Desa Payageli yang menyediakan fasilitas balai desa dan membantu koordinasi peserta. Ketersediaan perangkat seperti proyektor, laptop, jaringan listrik, serta akses internet yang memadai turut memperlancar kegiatan pelatihan. Partisipasi aktif peserta dan suasana pelatihan yang kondusif menjadi faktor penting dalam tercapainya tujuan kegiatan.

Meskipun kegiatan berjalan lancar dan memberikan hasil positif, terdapat beberapa kendala yang masih perlu diperhatikan. Sebagian peserta belum memiliki perangkat laptop pribadi sehingga harus berbagi selama pelatihan, yang menghambat kelancaran praktik. Selain itu, beberapa peserta masih membutuhkan waktu adaptasi lebih lama untuk memahami konsep-konsep baru terkait komputasi data. Kendala-kendala ini menjadi masukan penting bagi pelatihan lanjutan yang lebih intensif dan terstruktur.

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan komputasi data memberikan dampak langsung pada peningkatan kompetensi digital pelaku UMKM Desa Payageli. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teori, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Kegiatan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam membangun budaya pengambilan keputusan berbasis data di kalangan UMKM desa, sekaligus membuka peluang pengembangan pelatihan lanjutan untuk memperkuat daya saing UMKM lokal.

Tabel 1. Hasil yang Diharapkan dari Kegiatan Pelatihan

No	Tahapan Kegiatan	Indikator Hasil	Target Capaian
1	Analisis kebutuhan peserta	Teridentifikasinya tingkat literasi digital dan kebutuhan pelatihan UMKM	100% peserta mengisi asesmen kebutuhan
2	Pelatihan konsep pengelolaan data	Peserta memahami pentingnya pencatatan data dan analisis perilaku konsumen	≥80% peserta memahami materi dasar
3	Pelatihan komputasi data (Excel/Google Spreadsheet)	Peserta mampu menginput dan mengolah data penjualan menggunakan rumus dasar	≥80% peserta mampu mengoperasikan aplikasi secara mandiri
4	Pembuatan grafik penjualan	Peserta mampu membuat grafik tren penjualan dan produk terlaris	≥75% peserta berhasil membuat grafik sesuai data

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

5	Simulasi analisis perilaku konsumen	Peserta mampu mengidentifikasi produk favorit, waktu penjualan tertinggi, dan pola pembelian konsumen	≥75% peserta mampu melakukan analisis sederhana
6	Evaluasi pelatihan	Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta	Nilai post-test lebih tinggi dibandingkan pre-test
7	Implementasi pada usaha	UMKM mulai menerapkan pencatatan dan analisis data dalam kegiatan usahanya	Sebagian besar peserta menerapkan pencatatan digital setelah pelatihan

Pelatihan komputasi data untuk identifikasi pola perilaku konsumen pada UMKM Desa Payageli diharapkan memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola data usaha secara lebih sistematis. Berdasarkan tahapan kegiatan yang direncanakan, hasil awal diperoleh melalui analisis kebutuhan yang mampu mengidentifikasi tingkat literasi digital, kebiasaan pencatatan penjualan, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Informasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

Pada tahap pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pencatatan data usaha dan analisis perilaku konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis. Selanjutnya, melalui praktik menggunakan Microsoft Excel atau Google Spreadsheet, peserta dilatih untuk menginput data penjualan, menggunakan rumus-rumus dasar, mengolah data, serta menyajikan informasi dalam bentuk grafik. Kegiatan praktik ini membantu peserta memahami cara memanfaatkan data penjualan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan mudah dianalisis.

Melalui simulasi analisis data, peserta diharapkan mampu mengidentifikasi produk yang paling diminati, waktu penjualan tertinggi, rata-rata transaksi, serta kecenderungan perilaku konsumen berdasarkan data yang dimiliki. Kemampuan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam menentukan strategi pemasaran, mengelola persediaan produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini diharapkan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan pencatatan digital dan analisis data sebagai bagian dari pengelolaan usaha. Keberhasilan kegiatan diukur dari peningkatan pemahaman peserta, kemampuan mengoperasikan aplikasi komputasi data, serta penerapan hasil pelatihan dalam kegiatan usaha sehari-hari sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dan berbasis data.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Kegiatan Pelatihan Komputasi Data untuk Identifikasi Pola Perilaku Konsumen UMKM Desa Payageli telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM yang terlibat. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pemahaman baru tentang pentingnya pencatatan data usaha secara sistematis serta manfaat menggunakan aplikasi komputasi data seperti Excel dan Google Spreadsheet dalam mendukung pengambilan keputusan. Peserta juga mampu mempraktikkan penggunaan rumus dasar, pembuatan grafik, dan analisis sederhana untuk mengidentifikasi tren penjualan, produk terlaris, serta pola perilaku konsumen. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan digital peserta, terutama bagi UMKM yang sebelumnya belum familiar dengan penggunaan aplikasi pengolahan data. Peserta semakin menyadari bahwa pengelolaan data yang baik dapat membantu meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, mengatur stok, menentukan volume produksi, dan memahami preferensi konsumen dengan lebih akurat. Pelatihan ini juga memperlihatkan bahwa dukungan pemerintah desa, fasilitas pelatihan yang memadai, serta partisipasi aktif peserta menjadi faktor utama keberhasilan kegiatan. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan utama yaitu meningkatkan literasi digital UMKM Desa Payageli dan menumbuhkan kesadaran pentingnya pengambilan keputusan berbasis data dalam pengembangan usaha.

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

e-ISSN: 3110-1437 | p-ISSN: 3123-2477
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BERDAMPAK (JUPEMBA)
Volume 2 No 2 Mei 2026 | Page: 246-254
https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/jupemba
DOI : https://doi.org/10.64803/jupemba.v2i2.156

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan Pelatihan Komputasi Data untuk Identifikasi Pola Perilaku Konsumen UMKM Desa Payageli dapat terlaksana dengan baik, khususnya kepada pemerintah Desa Payageli, para pelaku UMKM, serta semua pihak yang telah berpartisipasi dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

6. REFERENSI

Ahmadi, M. A. (2024). MANAJEMEN STRATEGI DALAM EVALUASI SWOT UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): LITERATURE REVIEW. *Mount Hope Management International Journal*, *2*(1), 1–11. https://doi.org/10.61696/momil.v2i1.239

Ali, S. S., Krisbiantoro, D., & Afiana, F. N. (2025). PENERAPAN REKOMENDASI ALGORITMA FP-GROWTH UNTUK TREN PENJUALAN PADA TOKO SANWIKARTA. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, *10*(2), 1010–1021. https://doi.org/10.29100/jipi.v10i2.6150

Auliya Rukmana Amar. (2025). Peran Ibu Rumah Tangga dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga di Desa Bontomanai Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Riset Akuntansi*, *3*(1), 55–63. https://doi.org/10.54066/jura-itb.v3i1.2879

Cikayanti, Y., Watanikar, N. H., Sudrajat, A., & Supratikta, H. (2024). Pemanfaatan Google Formulir Dan Google Spreadsheet Pada Optimalisasi Pengelolaan Pendaftaran Peserta Pelatihan Di Perusahaan Pelatihan Yang Berada Di Depok. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*, *1*(3), 1216–1222. https://doi.org/10.62567/micjo.v1i3.144

Diva Riyandini, Lailatul Fadhila, Agung Wibowo, & Eko Nur Hermansyah. (2025). Basis Data untuk Meningkatkan Efisiensi Manajemen Produk pada UMKM Online. *Jurnal Informatika Dan Kesehatan*, *2*(1), 28–36. https://doi.org/10.35473/ikn.v2i1.3690

Gustiana, Z., E, A. H., & Firah, A. (2024). Peningkatan Pemasaran UMKM dengan Teknologi Cloud dan Digital Marketing. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, *3*(1), 276–284. https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.241

Lady, & Olivia, C. (2026). Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Untuk Meningkatkan Kualitas Serta Engagement dari UMKM. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, *4*(3), 609–617. https://doi.org/10.62712/juribmas.v4i3.835

Mobilingo, S. Y., Boekoesoe, Y., & Bakari, Y. (2023). ANALISIS KARAKTERISTIK PENGELUARAN DAN PENDAPATAN RUMAH TANGGA PETANI PADI SAWAH DI KECAMATAN SUMALATA KABUPATEN GORONTALO UTARA. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, *7*(2), 137–145. https://doi.org/10.37046/agr.v7i2.17964

Putra, H. D. P. (2025). Membaca Pikiran Konsumen: Menyelami Psikologi di Balik Strategi Pemasaran yang Sukses. *BISMA : Business and Management Journal*, *3*(1), 18–26. https://doi.org/10.59966/bisma.v3i1.1599

Putri, K. Y., & Hanif, A. (2024). Accounting Practices Based on Memory in the Tofu and Tempe Business. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, *15*(3). https://doi.org/10.21070/ijccd.v16i1.1149

Tri Widyastuti Ningsih, Rangga Putra Wardana, Ahmad Syafi' Bariklana, Ika Putri Agustina, Zahwa Qonita Qurrota A'yun, Ishlahul Khoiriyah, Sabrina Septiani Ramandhani, & Irsyad Bagus Wicaksono. (2026). Peran Konsultan Keuangan dalam Mendukung Good Corporate Governance. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, *5*(1), 333–341. https://doi.org/10.62712/juribmas.v5i1.1079

Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). PROSPEK PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PROFITABILITAS DAN KEMUDAHAN PELAYANAN KONSUMEN: LITERATURE REVIEW. *Jurnal Darma Agung*, *30*(3), 505. https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268

Copyright © 2026 Author. Published by CV. Raskha Media Group. This is an open-access article under the CC BY-SA license (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)