

## Transformasi Digital: Pendampingan UMKM untuk Mewujudkan Ekonomi Berbasis Teknologi di Desa Cuanki Kabupaten Garut

### *Digital Transformation: Supporting MSMEs to Realize a Technology-Based Economy in Cuanki Village, Garut Regency*

Dida Farida LH, Resmi Afifah Fadilah\*, Winda Ningsih, Husni Muharam

Universitas Garut, Garut

\*Email: resmi.afifah@uniga.ac.id

(Diterima 08-08-2025; Disetujui 22-09-2025)

#### ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan untuk menjawab tantangan adaptasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perkembangan teknologi digital yang sangat pesat. Fokus kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Cuanki, Kabupaten Garut, melalui pendekatan sistematis berupa pelatihan, pendampingan, dan pemberdayaan berbasis digital. Metode kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan penggunaan media digital (e-commerce, media sosial bisnis, dan aplikasi pencatatan keuangan), serta pendampingan intensif berbasis praktik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan digital mitra UMKM, seperti terciptanya akun media sosial bisnis, penggunaan aplikasi akuntansi sederhana, serta penguatan promosi berbasis konten visual. Keberhasilan program ini juga ditunjukkan dengan terbentuknya komunitas digital UMKM sebagai wadah kolaborasi dan keberlanjutan. Program ini mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi serta sejalan dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Kata kunci: transformasi digital, UMKM, pendampingan, ekonomi desa, teknologi digital

#### ABSTRACT

*This community service activity was carried out to address the challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in adapting to rapid digital technology developments. The focus of the activity was to enhance the digital capacity of MSMEs in Cuanki Village, Garut Regency, through a systematic approach involving training, mentoring, and empowerment based on digital tools. The method included socialization, training in the use of digital media (e-commerce, business social media, and financial recording applications), and hands-on mentoring. The results showed a significant improvement in the digital capabilities of MSME partners, evidenced by the establishment of business social media accounts, utilization of basic accounting applications, and enhancement of content-based promotion. The success of the program was also reflected in the formation of a digital MSME community as a platform for collaboration and sustainability. This program supports the achievement of the university's Key Performance Indicators (IKU) and aligns with the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) policy.*

*Keywords: digital transformation, MSMEs, mentoring, rural economy, digital technology*

#### PENDAHULUAN

Bisnis kecil dan menengah (UMKM) adalah kegiatan usaha yang memiliki kemampuan untuk memperluas lapangan kerja dalam penyediaan layanan ekonomi (Daulay et al. 2025). UMKM juga dapat berpartisipasi dalam masyarakat dan berperan dalam proses penyesuaian dan perbaikan pendapatan masyarakat, promosi pertumbuhan ekonomi, dan perannya dalam mencapai stabilitas nasional (Fauziah et al. 2024). UMKM juga menjadi pilar pendukung ekonomi untuk melindungi peluang, dukungan, dan perlindungan terbaik dan pengembangan yang lebih luas (Munzirwan 2024).

Di era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), pemanfaatan teknologi digital dalam proses bisnis terbukti mampu meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing produk (Gustalika, Suryani, and Prasetyo 2025). Namun berdasarkan survei awal oleh tim peneliti menemukan bahwa masih banyak UMKM di pedesaan yang masih menghadapi keterbatasan dalam mengadopsi teknologi ini, baik

karena kurangnya pengetahuan maupun akses yang memadai terhadap sarana digital. Salah satunya adalah UMKM di Desa Cuanki, Kabupaten Garut.

Pada tahun 2022 wakil gubernur Jawa Barat UU Ruhzanul Ulum meresmikan kampung Cuanki di Pos Upaya Kesehatan Kerja (UKK) cuanki, Kelurahan Sukanegla, Kecamatan Garut Kota, Kabupaten Garut. Kampung cuanki ini menaungi 45 pelaku usaha cuanki rumahan. Setiap harinya kampung cuanki ini mampu memproduksi 125.000 cuanki dengan jumlah pekerja 255 orang (Garut 2023). Kampung Cuanki memiliki potensi ekonomi yang besar di sektor UMKM, terutama di bidang produksi cuanki. Namun, sebagian besar UMKM di desa ini masih menjalankan bisnis mereka secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, penjualan, atau manajemen usaha (Yudha Pratama and Wijaya 2024). Kondisi ini menyebabkan UMKM Desa Cuanki kurang mampu bersaing dengan usaha serupa dari daerah lain yang telah terintegrasi secara digital, sehingga pangsa pasar dan pendapatan mereka cenderung terbatas.

Oleh karena itu, pendampingan dan pengembangan berbasis digital sangat diperlukan untuk memperkuat posisi UMKM Kampung Cuanki di pasar yang semakin kompetitif. Melalui program ini, UMKM akan diberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan platform digital, baik untuk pemasaran melalui media sosial, pembuatan toko online, hingga pengelolaan inventaris dan keuangan dengan aplikasi sederhana. Dengan pendampingan ini, diharapkan UMKM Desa Cuanki dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Program pendampingan berbasis digital ini juga sejalan dengan visi pemerintah dalam memperkuat perekonomian nasional melalui pemberdayaan UMKM di seluruh daerah, khususnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi (Nursansiwati, D.A 2023). Melalui pengabdian kepada masyarakat ini, tim berkomitmen untuk membantu UMKM di Desa Cuanki mencapai potensi terbaiknya dan bertransformasi menuju UMKM yang lebih modern, kompetitif, dan mandiri.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu: 1) meningkatkan literasi digital bagi pelaku UMKM Cuanki, yaitu membantu pelaku UMKM memahami dan menguasai keterampilan dasar digital, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk mengembangkan usaha mereka, 2) Memperluas akses pasar UMKM melalui pemasaran digital, yaitu memfasilitasi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk, sehingga mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik regional, nasional maupun internasional, 3) Mengoptimalkan pengelolaan keuangan dengan teknologi digital, yaitu mendorong UMKM untuk menggunakan aplikasi pembukuan dan manajemen keuangan sederhana berbasis digital agar pengelolaan keuangan lebih rapi dan transparan.

## BAHAN DAN METODE

Metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang mencakup metode dan langkah-langkah konkrit untuk mengatasi permasalahan pada mitra UMKM di Desa Cuanki yaitu fokus pada bidang permasalahan yaitu permasalahan dalam bidang pemasaran produk melalui digital dan pengelolaan keuangan UMKM. Jumlah UMKM yang akan diberikan pelatihan dan pendampingan sekitar 10 UMKM di kampung cuanki. Adapun langkah-langkah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diuraikan sebagai berikut:

1. **Sosialisasi.** Pada tahap ini bertujuan untuk mengenalkan program pengabdian kepada masyarakat dan membangun kesadaran diantara pelaku UMKM tentang pentingnya pemasaran digital dan strategi pemasaran yang efektif serta bagaimana melakukan pembukuan sederhana untuk mengelola keuangannya. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:
  - a. Melakukan FGD awal, dengan mengadakan pertemuan awal dengan para pelaku UMKM untuk menjelaskan tujuan program, manfaat pemasaran digital dan cara-cara yang akan diterapkan.
  - b. Penyampaian informasi dengan cara menyediakan materi informasi berupa presentasi tentang pemasaran digital, pentingnya branding, dan studi kasus sukses dari UMKM lain yang berhasil, serta pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif.
  - c. Kemudian melakukan sesi tanya jawab untuk mendengarkan kekhawatiran dan kebutuhan pelaku UMKM serta membangun kepercayaan mereka terhadap program ini.

2. **Pelatihan.** Pada tahap ini dirancang untuk memberikan keterampilan dan pengetahuan praktis kepada para pelaku UMKM mengenai pemasaran digital dan strategi pemasaran serta pengelolaan keuangan yang baik. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:
  - a. Mengadakan workshop pemasaran digital. Tugas ini adalah workshop intensif tentang strategi menggunakan platform media sosial e-commerce dan metode pemasaran internet lainnya.
  - b. Pelatihan Branding. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM memahami bagaimana menciptakan logo, kemasan yang menarik, serta mengetahui cara merek mereka berbeda dengan pesaingnya.
3. **Penerapan Teknologi.** Pada tahapan ini yaitu penerapan atau implementasi teknologi yang diperlukan untuk memfasilitasi pemasaran digital. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:
  - a. Pengembangan website atau toko online, membantu UMKM untuk membuat akun di platform *e-commerce* yang sesuai dengan produk mereka.
  - b. Penggunaan aplikasi pembukuan: memperkenalkan aplikasi pembukuan digital untuk membantu UMKM dalam mencatat transaksi, mengelola keuangan dan memonitor penjualan.
4. **Pendampingan dan Evaluasi,** yaitu memberikan dukungan berkelanjutan dan melakukan evaluasi untuk memastikan pelaksanaan program berjalan dengan baik. Adapun langkah-langkah yang dilakukan antara lain:
  - a. Pendampingan per kelompok, masyarakat UMKM nanti dibentuk sebuah kelompok dan per kelompok tersebut akan didampingi oleh mentor atau dari tim pengabdian untuk membantu mereka menerapkan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan yang telah dipelajari.
  - b. Evaluasi berkala, dengan mengadakan pertemuan rutin untuk mengevaluasi hasil pemasaran, memonitor kemajuan dan memberikan feed back.
5. **Keberlanjutan program.** Pada tahap ini tim pengabdian memastikan bahwa program yang telah dilaksanakan dapat berlanjut dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pelaku UMKM. Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan adalah:
  - a. Pembentukan komunitas. Membangun komunitas pelaku UMKM yang saling mendukung dan berbagi pengalaan, sehingga mereka dapat terus belajar dan beradaptasi dengan tren pemasaran.
  - b. Melakukan monitoring dengan membuat grup WA untuk mengetahui keberlanjutan program dan melakukan sharing apabila peserta UMKM ada kendala atau yang perlu ditanyakan di grup.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Lokasi dan waktu kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Sukanegla, Kecamatan Garut kota Kabupaten Garut (Gambar 1). Kegiatan ini diikuti oleh 10 pelaku UMKM yang bergerak di bidang produksi cuanki yang mayoritas masih menjalankan usaha secara konvensional. Lokasi kegiatan ini berada di kecamatan Garut kota, yaitu seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. Peta Wilayah Kecamatan Garut Kota

Hasil seluruh rangkaian kegiatan terbagi ke dalam beberapa tahapan berikut:

### 1. Sosialisasi dan Pembentukan Mitra

Kegiatan diawali dengan sosialisasi kepada Pemerintah Desa Cuanki dan pelaku UMKM. Tim PKM memaparkan maksud dan tujuan kegiatan serta bentuk dukungan yang akan diberikan. Proses ini menghasilkan kerja sama dengan 10 UMKM mitra yang bersedia terlibat secara aktif selama program berlangsung.

### 2. Identifikasi Permasalahan melalui FGD

Setelah mitra terbentuk, dilaksanakan Focus Group Discussion (FGD) untuk menggali permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM. Beberapa masalah yang teridentifikasi antara lain:

- 1) Tidak adanya sistem pencatatan keuangan usaha,
- 2) Pemasaran masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut,
- 3) Tidak adanya media sosial usaha,
- 4) Belum mengenal aplikasi keuangan dan pemasaran digital.

Hasil FGD ini menjadi dasar untuk menyusun materi pelatihan dan strategi pendampingan.

### 3. Pelatihan Teknologi Digital

Pelatihan dilakukan dalam tiga sesi utama:

- 1) **Pelatihan media sosial bisnis:** pengenalan dan pembuatan akun WhatsApp Business, Instagram untuk UMKM.
- 2) **Pengenalan e-commerce lokal:** pengenalan cara berjualan di Shopee dan Instagram.
- 3) **Pencatatan keuangan digital:** penggunaan aplikasi BukuKas dan SiApik untuk mencatat penjualan, biaya, dan laba.

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif, dengan metode demonstrasi langsung menggunakan smartphone peserta. Mahasiswa terlibat sebagai fasilitator dan pendamping teknis.



Gambar 2. Pelatihan Kepada UMKM Desa Sukanegla

### 4. Pendampingan Lapangan

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan individual kepada masing-masing mitra. Pendampingan dilakukan minimal dua kali untuk setiap mitra, mencakup:

- 1) Evaluasi penggunaan media sosial usaha,
- 2) Revisi kemasan dan desain promosi menggunakan aplikasi Canva,
- 3) Pengisian data awal pencatatan keuangan digital,

Kegiatan ini membantu UMKM menerapkan keterampilan yang telah dipelajari selama pelatihan ke dalam praktik usaha sehari-hari.

### 5. Evaluasi dan Keberlanjutan

Pada akhir kegiatan, dilakukan evaluasi melalui survei dan wawancara kepada mitra. Hasil menunjukkan adanya perubahan positif pada perilaku usaha mitra, antara lain:

- 1) UMKM sudah menggunakan media sosial untuk promosi produk;
- 2) UMKM sudah mulai mencoba menggunakan aplikasi pencatatan keuangan;
- 3) UMKM mulai menjual produknya melalui e-commerce;

Sebagai upaya keberlanjutan, tim membentuk grup WhatsApp *Komunitas UMKM Digital Cuanki* yang berisi para mitra, pendamping, dan perangkat desa untuk memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi usaha secara berkala.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya kemajuan signifikan dalam kompetensi digital pelaku UMKM. Beberapa pencapaian utama antara lain:

- 1) Seluruh mitra telah berhasil membuat dan mengoperasikan akun media sosial usaha mereka (WA Business dan Instagram).
- 2) Lebih dari 80% mitra mulai menggunakan aplikasi BukuKas dan SiApik untuk mencatat transaksi harian dan memantau arus kas.
- 3) Produk UMKM mulai dipasarkan melalui platform digital, dengan konten promosi yang dibuat sendiri menggunakan aplikasi desain seperti Canva.
- 4) Pembentukan grup komunitas digital UMKM di WhatsApp memungkinkan komunikasi lintas pelaku usaha, berbagi pengalaman, dan diskusi solusi bersama.

Pembahasan menunjukkan bahwa intervensi berbasis praktik langsung dan pendekatan partisipatif sangat efektif dalam mendorong perubahan perilaku bisnis pelaku UMKM. Keberhasilan kegiatan ini juga mengindikasikan bahwa kendala adopsi teknologi digital di sektor UMKM tidak hanya bersumber dari kurangnya fasilitas, tetapi lebih dominan pada rendahnya literasi dan kepercayaan diri pelaku usaha terhadap teknologi baru.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini telah berhasil meningkatkan literasi dan kapasitas digital UMKM di Desa Cuanki. Pelaku usaha kini lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi, mampu mengelola pencatatan keuangan secara digital, serta memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa transformasi digital pada sektor UMKM desa sangat mungkin dilakukan dengan pendekatan pelatihan yang tepat dan pendampingan yang konsisten.

Ke depan, disarankan agar kegiatan serupa dilanjutkan dengan materi lanjutan, seperti manajemen toko daring, analisis laporan keuangan, dan penguatan branding produk. Perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan lembaga pendamping UMKM diharapkan dapat bersinergi membentuk inkubator UMKM digital yang dapat menjangkau lebih banyak pelaku usaha lokal.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Universitas Garut, LPPM, UPPM Fakultas Ekonomi, Pemerintah Desa Cuanki, serta para pelaku UMKM mitra atas partisipasi dan dukungan dalam kegiatan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, Agutami, Muhammad Ihsan Zaki, M. Hidayat, and Andrian Febriansyah. 2025. "Derivatif : Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi Yayasan Salmiah Education Global International (YSEGI) Peran Umkm Dalam Menggerakkan Pembangunan Ekonomi Lokal Dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." 23–32.
- Fauziah, Afrini, Amanda Viola, Andita Rheinisa Ardianti, and Friska Maulida. 2024. "Peran UMKM Terhadap Stabilitas Ekonomi Indonesia." 2(4).
- Garut, Info. 2023. "Resmikan Kampung Cuanki Di Garut, Wagub Jabar: Ini Aset Bagi Kami." Retrieved (<https://infogarut.id/resmikan-kampung-cuanki-di-garut-wagub-jabar-ini-aset-bagi-kami>).
- Gustalika, Muhamad Azrino, Riri Irma Suryani, and Novian Adi Prasetyo. 2025. "Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Digital Marketing Pada UMKM." 8(204):97–109. doi: 10.33474/jipemas.v8i1.22542.
- Munzirwan. 2024. "UMKM Sebagai Pilar Ekonomi Dan Strategi Pengelolaan Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha." *Ameena Journal 2* No. 4:448–57.
- Nursansiwati, D.A, dkk. 2023. "Pendampingan UMKM Dalam Penerapan Teknologi Digital Guna

Meningkatkan Daya Saing Usaha.” *Jurnal Abdi Masyarakat Nusantara* 1 No.01:16–25.

Yudha Pratama, Rindi, and Ardi Wijaya. 2024. “Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha Umkm Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital.” *Communnity Development Journal* 5(3):4285–88.