Jurnal Abdi Negeri

Vol. 3, No. 2 September 2025

STRATEGI *E-BUSINESS* BERKELANJUTAN: PENDAMPINGAN UMKM DESA CIBADUNG DALAM MENGEMBANGKAN MODEL BISNIS DIGITAL

Nugroho Heri Pramono[1*], Provita Wulandari[2], Hendy Surahman[3]
[1,2,3]Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
[*]email: nhpramono91@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cibadung melalui strategi e-bisnis yang berkelanjutan. Inisiatif ini didasarkan pada rendahnya adopsi teknologi digital di kalangan UMKM pedesaan, yang mengakibatkan keterbatasan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing bisnis. Program ini dilaksanakan dalam tiga tahap utama: mengidentifikasi kebutuhan UMKM melalui survei lapangan; melakukan pelatihan interaktif tentang penggunaan aplikasi keuangan, strategi pemasaran digital, dan alat produksi yang efisien; dan mengevaluasi dampak program melalui pra-tes, pasca-tes, dan pembentukan komunitas digital berbasis WhatsApp. Hasilnya menunjukkan bahwa program ini memiliki dampak yang signifikan di tiga bidang utama. Pertama, efisiensi bisnis meningkat karena 60% peserta mulai menggunakan aplikasi akuntansi digital, menghemat 2-3 jam waktu operasional per hari. Kedua, 75% peserta melaporkan peningkatan kunjungan dan transaksi melalui media sosial dan pasar online. Ketiga, terciptanya komunitas digital di kalangan pelaku UMKM mendorong pertukaran informasi, konsultasi, dan kolaborasi yang berkelanjutan. Program ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kebutuhan, pelatihan kontekstual, dan kolaborasi multi-pemangku kepentingan dapat secara efektif mempercepat adopsi teknologi inklusif. Diharapkan inisiatif ini dapat menjadi model percontohan transformasi digital UMKM berbasis desa dan direplikasi di daerah lain menggunakan pendekatan serupa untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata kunci: Digitalisasi, Desa Cibadung, E-Business, Pendampingan UMKM

Abstract

This community service program aims to enhance the digital capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Cibadung Village through a sustainable e-business strategy. The initiative is based on the low adoption of digital technology among rural MSMEs, which results in limited efficiency, market reach, and business competitiveness. The program was implemented in three main stages: identifying MSME needs through field surveys; conducting interactive training on the use of financial applications, digital marketing strategies, and efficient production tools; and evaluating the program's impact through pre-tests, post-tests, and the establishment of a WhatsApp-based digital community. The results indicate that the program had a significant impact in three key areas. First, business efficiency improved as 60% of participants began using digital accounting applications, saving 2–3 hours of operational time per day. Second, 75% of participants reported increased visits and transactions via social media and online marketplaces. Third, the creation of a digital community among MSME actors encouraged ongoing information exchange, consultation, and collaboration. The program demonstrates that a needs-based approach, contextual training, and multi-stakeholder collaboration can effectively accelerate inclusive technology adoption. It is expected that this initiative can serve as a pilot model for village-based MSME digital transformation and be replicated in other regions using a similar approach to foster sustainable local economic growth.

Keywords: Digitalization, Cibadung Village, E-Business, MSME Assistance

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi / KemenPAN-RB (2024), UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja. Peran strategis ini menjadikan UMKM sebagai sasaran utama dalam berbagai program pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan.

Meskipun kontribusinya sangat besar, masih banyak UMKM yang mengalami hambatan dalam mengembangkan usahanya secara optimal. Salah satu tantangan terbesar saat ini adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya di wilayah pedesaan. Studi oleh Draha et al., (2024) menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM di wilayah rural yang telah mengoptimalkan teknologi digital dalam aktivitas bisnis mereka. Rendahnya tingkat literasi digital, keterbatasan akses pelatihan, serta minimnya pemahaman terhadap manfaat teknologi menjadi beberapa faktor penyebab utama.

Kondisi tersebut juga terjadi di Desa Cibadung, sebuah wilayah yang memiliki potensi besar di sektor UMKM namun masih menggunakan pendekatan usaha yang konvensional. Mayoritas pelaku UMKM di desa ini masih mencatat transaksi keuangan secara manual. Teknik pemasaran masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut, dan proses produksi dijalankan menggunakan peralatan sederhana yang belum efisien. Keadaan ini berdampak langsung pada rendahnya daya saing produk, terbatasnya jangkauan pasar, serta lemahnya kemampuan usaha dalam mengelola keuangan dan merencanakan pertumbuhan bisnis.

Pemanfaatan teknologi informasi melalui pendekatan e-business menjadi strategi yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut. E-business bukan hanya mencakup aktivitas jual-beli secara online, melainkan mencakup seluruh aspek proses bisnis yang terintegrasi dengan teknologi digital. Menurut Solihin et al., (2022) *e-business* melibatkan penggunaan sistem informasi untuk mendukung berbagai fungsi bisnis mulai dari produksi, pencatatan keuangan, layanan pelanggan, hingga manajemen pemasaran. Romney & Steinbart (2015) menambahkan bahwa integrasi digital mampu menciptakan nilai tambah berupa efisiensi operasional, ekspansi pasar, dan pengambilan keputusan yang lebih tepat berdasarkan data.

Penerapan e-business oleh UMKM akan membawa manfaat yang luas. Sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi dapat meningkatkan akurasi dan efisiensi laporan keuangan. Penggunaan media sosial dan marketplace memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Otomatisasi proses produksi dengan alat bantu sederhana akan mempercepat output dan menekan biaya tenaga kerja. Semua ini memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan skala usaha dan daya saing produk secara berkelanjutan.

Berbagai penelitian telah membuktikan efektivitas e-business dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Anjarwati et al., (2023) mencatat bahwa digitalisasi akuntansi dapat menurunkan biaya operasional hingga 25%. Thaha & Kuncoro, (2022) menyatakan bahwa strategi pemasaran digital melalui media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dua kali lipat dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Hayati et al., (2023) menekankan pentingnya pendekatan pelatihan yang kontekstual, menyesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan lokal pelaku usaha.

Berangkat dari latar belakang tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini disusun untuk membantu UMKM di Desa Cibadung melakukan transformasi digital secara bertahap dan berkelanjutan. Program ini mengusung strategi e-business dengan pendekatan pelatihan partisipatif, pendampingan teknis, dan pembentukan komunitas

digital. Fokus utama kegiatan mencakup tiga aspek, yaitu: peningkatan efisiensi produksi, penguatan manajemen usaha berbasis aplikasi digital, serta pengembangan strategi pemasaran melalui media sosial dan marketplace.

Pelaksanaan program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku usaha, tetapi juga membentuk pola pikir digital yang adaptif dan kolaboratif. Dengan intervensi yang tepat, UMKM di Desa Cibadung diharapkan mampu bertransformasi menjadi entitas usaha yang lebih produktif dan berdaya saing.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dirancang melalui tiga tahapan utama, yang diadaptasi dari model pendampingan digital UMKM oleh Draha et al., (2024). Adapun tiga tahapan tersebut antara lain:

1) Fase Persiapan

Tim pengabdian melakukan survei kepada 20 pelaku UMKM di Desa Cibadung untuk memetakan kebutuhan, potensi, dan hambatan dalam adopsi teknologi. Hasil survei digunakan sebagai dasar penyusunan modul pelatihan yang mengacu pada pendekatan adaptif terhadap teknologi, seperti disarankan oleh (8).

2) Fase Pelaksanaan

Workshop interaktif dilaksanakan secara tatap muka, dengan materi meliputi:

a. Penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital

Gambar 1. Pelaku UMKM Memperhatikan Penjelasan tentang Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital

b. Strategi dasar SEO dan media sosial
c. Pengenalan alat produksi efisien

Gambar 2. Penjelasan Pengenalan Alat Produksi Efisien

3) Fase Evaluasi dan Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test. Komunitas digital UMKM dibentuk melalui grup WhatsApp untuk kolaborasi dan diskusi berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini terbukti memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat strategi pemasaran digital, serta membangun jejaring dan kolaborasi yang produktif di antara pelaku UMKM. Ketiga aspek ini merupakan indikator penting dalam transformasi digital yang berkelanjutan, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang menghadapi berbagai tantangan adaptasi terhadap era digital.

Pertama, dari sisi efisiensi, implementasi program ini mendorong pelaku UMKM untuk mulai menggunakan berbagai aplikasi keuangan digital, seperti pencatatan keuangan harian, pelaporan arus kas, hingga penghitungan laba-rugi otomatis. Berdasarkan data yang dihimpun, sekitar 60% peserta program mulai memanfaatkan aplikasi pencatatan keuangan digital setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Anjarwati et al., (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi keuangan digital dapat menghemat waktu pencatatan manual hingga 2–3 jam per hari. Efisiensi ini sangat penting bagi pelaku UMKM, terutama yang menjalankan usaha secara mandiri tanpa bantuan tenaga administratif, karena waktu yang dihemat dapat dialihkan untuk kegiatan produksi atau pemasaran.

Kedua, dari aspek pemasaran digital, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan dan transaksi yang dilakukan melalui media sosial dan marketplace. Sekitar 75% peserta melaporkan bahwa mereka mengalami peningkatan jumlah pengunjung toko daring, pertambahan follower di media sosial, serta peningkatan volume transaksi setelah mengoptimalkan fitur-fitur digital seperti promosi berbayar, konten visual, dan tautan pembelian langsung. Fakta ini memperkuat temuan dari Draha et al., (2024) yang menunjukkan bahwa UMKM yang aktif memanfaatkan strategi pemasaran digital mampu meningkatkan omzetnya hingga dua kali lipat. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan digital dalam hal promosi, pengelolaan akun media sosial, dan penggunaan marketplace merupakan modal penting bagi keberlanjutan usaha.

Ketiga, dari aspek jejaring dan kolaborasi, program ini berhasil membentuk komunitas digital melalui grup WhatsApp yang menjadi ruang interaksi antar peserta. Grup ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi tempat untuk berdiskusi, bertukar informasi, konsultasi bisnis, serta berbagi praktik baik dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Inisiatif ini menjadi penting karena memberikan rasa keterhubungan dan dukungan sosial antar pelaku UMKM yang sebelumnya bekerja secara individual. Hal ini sejalan dengan pendekatan kolaboratif yang diangkat oleh Hayati et al., (2023) di mana interaksi multipihak, termasuk pelaku usaha, fasilitator, dan instansi pendukung, dapat menciptakan ekosistem usaha yang saling menguatkan.

Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan dampak positif secara langsung terhadap pelaku UMKM, tetapi juga berperan dalam membentuk ekosistem digital yang inklusif dan kolaboratif. Transformasi yang terjadi mencerminkan bahwa pendekatan digital tidak sekadar berbasis teknologi, tetapi juga memerlukan pendekatan sosial dan pembelajaran kolektif yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan program strategi e-business berkelanjutan di Desa Cibadung telah memberikan dampak positif yang nyata bagi para pelaku UMKM, khususnya dalam meningkatkan kapasitas digital mereka. Program ini mencakup berbagai pelatihan dan pendampingan yang menyasar pada tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Penerapan teknologi sederhana yang disesuaikan dengan kondisi lapangan dan kebutuhan pelaku UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat sistem pencatatan keuangan dan pengelolaan stok barang. Keberhasilan program ini tidak terlepas dari pendekatan berbasis kebutuhan *(need-based approach)* yang digunakan selama proses identifikasi masalah dan perencanaan intervensi. Selain itu, metode pelatihan yang bersifat kontekstualmenggunakan studi kasus lokal, praktik langsung, serta simulasi berbasis aplikasi digital meningkatkan partisipasi aktif peserta dan mempercepat pemahaman. Pelibatan tokoh masyarakat dan fasilitator lokal juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan antusiasme peserta. Adapun saran untuk program pengabdian masyarakat selanjutnya agar berkesinambungan antara lain: Pertama, perlu dilakukan penyelenggaraan pelatihan lanjutan secara berkala, khususnya untuk pembaruan teknologi dan tren digital marketing yang terus berkembang. Kedua, pendampingan intensif selama enam bulan ke depan sangat penting agar peserta tidak hanya menerapkan teknologi, tetapi juga mampu mengatasi hambatan teknis dan manajerial secara mandiri. Ketiga, dibutuhkan kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan Dinas UMKM, agar tercipta ekosistem pendukung yang mampu mendorong inovasi, fasilitasi akses permodalan, serta memperluas jaringan usaha bagi UMKM di Desa Cibadung secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang yang telah memberi dukungan **financial** terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. KemenPAN-RB. Kominfo Targetkan 30 Juta UMKM Adopsi Teknologi Digital pada 2024 [Internet]. 2024. Available from: https://menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024
2. Draha AB, Zebua D, Zega A, Zebua MK. Dampak Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan UMKM di Era Industri 4.0. JUKONI Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis. 2024;01(01):27–32.
3. Solihin HH, Hasan FN, Puspowati RIA, Kharisma IL, Himawan A, Perdana RS, et al. Konsep Sistem Informasi di Era Digital. Bandung: Kaizen Media Publishing; 2022.
4. Romney MB, Steinbart PJ. Accounting Information Systems. New York: Pearson Education, Inc.; 2015.
5. Anjarwati S, Zaena RR, Fitrianingsih D, Sulistiana I. Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Efisiensi dan Pengurangan Biaya pada Perusahaan Wirausaha UMKM di Kota Bandung. Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuang. 2023;5(1):57–72.
6. Thaha AR, Kuncoro S. Konteks Teknologi terhadap Aktivitas Bisnis melalui Penggunaan E-Bisnis pada UMKM. SANG PENCERAH: Jurnal Ilmiah Universitas

Muhammadiyah Buton. 2022;8(4):1085–97.

7. Hayati KR, Nugraha I, Sholeha F, Adriyanto A, Astutik RL. Penerapan E-Business Teknologi Informasi dalam Revolusi Industri 5.0. Konsorsium Seminar Nasional Waluyo Jatmiko. 2023;16(1):401–10.
8. Panggabean EF, Yunas HA, Taufiqurrahman, Nurbaiti. Perkembangan Teknologi E-Business Terhadap Globalisasi Modern Pada Saat Ini. Jumek: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif. 2024;2(1):132–9.
9. Anjani YF, Pramono. Perkembangan E-Business di Negara Indonesia dalam Era Digital. JKPIM: Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen. 2024;2(2):69–80.