



## Pendampingan untuk Pemberdayaan melalui Digital Ekonomi Desa Pangadegan untuk Membangun UMKM Bersaing di Kabupaten Sumedang

Hendri Abdul Qohar<sup>1</sup>, Shaski Audrey Nuradilah<sup>2</sup>, Firda Awalya Ningsih<sup>3</sup>, Farhatun Nisa Aulia<sup>4</sup>, Annisa Dwiana Fajrianti<sup>5</sup>, Yupita Astuti Dewi<sup>6</sup>, Riza Mochamad Syahrizal<sup>7</sup>, Aura Lutfiah Nur<sup>8</sup>, Iwan Satriyo Nugroho<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Universitas Islam Nusantara, Indonesia, 40286

E-mail:\* [iwansatriyo1410.uninus@gmail](mailto:iwansatriyo1410.uninus@gmail.com)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i3.2618>

---

### Info Artikel:

Diterima :

2025-08-01

Diperbaiki :

2025-08-04

Disetujui :

2025-08-05

### Kata Kunci:

digitalisasi ekonomi, UMKM, Desa Pangadegan, daya saing, platform digital

**Abstrak:** Digitalisasi ekonomi telah menjadi tren global yang turut memengaruhi sektor UMKM di wilayah pedesaan. pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan teknologi digital oleh pelaku UMKM di Desa Pangadegan serta dampaknya terhadap peningkatan daya saing mereka di Kabupaten Sumedang. Metode pengabdian kepada masyarakat menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Hasil menunjukkan bahwa sekitar 35–45% pelaku UMKM di Desa Pangadegan telah menggunakan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet. Meskipun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta kurangnya pendampingan masih menjadi hambatan utama. Saran yang diberikan mencakup perlunya pelatihan digital marketing rutin, penyediaan akses internet yang stabil, serta kolaborasi antar pelaku UMKM untuk membangun klaster bisnis digital. Dengan langkah-langkah strategis tersebut, Desa Pangadegan memiliki potensi besar menjadi contoh desa digital yang sukses.

**Abstract:** The digitalization of the economy has become a global trend that also affects the MSME sector in rural areas. This study aims to identify the adoption of digital technology by MSME actors in Pangadegan Village and its impact on improving their competitiveness in Sumedang Regency. The

**Keywords:** *digitalization of the economy, MSMEs, Pangadegan Village, competitiveness, digital platforms*

*research method uses a descriptive qualitative approach with data collection through interviews, observation, and literature studies. The results show that approximately 35–45% of MSME actors in Pangadegan Village have used digital platforms such as social media and e-commerce to expand their market reach and increase revenue. However, challenges such as low digital literacy, limited internet infrastructure, and lack of guidance remain major obstacles. Recommendations include the need for regular digital marketing training, provision of stable internet access, and collaboration among MSME actors to build a digital business cluster. With these strategic steps, Pangadegan Village has great potential to become a successful digital village model.*

## Pendahuluan

Komunitas dampingan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang. Isi dan fokus pengabdian adalah pendampingan untuk pemberdayaan UMKM di wilayah Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang. Subyek pengabdian dipilih karena Desa Pangadegan merupakan desa terbesar di seluruh Kecamatan Rancakalong dan merupakan salah satu desa dengan wilayah perkebunan kopi terluas dibandingkan 9 desa lainnya di seluruh Kecamatan Rancakalong. Selain itu Desa Pangadegan merupakan penghasil padi terbesar di seluruh Kecamatan Rancakalong, menurut data Tahun 2015 menghasilkan Padi seluas 2.760 Ton

Desa	Luas Panen (Ha)	Prod. (ton)	Kw/ Ha
[1]	[2]	[3]	[4]
Sukasimarasa	279	2 111	75,66
Pasirbiru	338	2 544	75,27
Rancakalong	293	2 213	75,53
Pamekaran	280	2 134	76,21
Sukamaju	259	2 007	77,49
Sukahayu	256	1 970	76,95
Nagarawangsi	302	2 327	77,05
Cibunar	300	2 236	74,53
Pangadegan	358	2 760	77,09
Cibungur	229	1 715	74,89
Kecamatan	2 894	22 017	76,08

*Gambar 1.* Luas dan produksi panen setiap desa di Kecamatan Rancakalong

Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu mengembangkan perubahan sosial bagi masyarakat di 3 dusun di Desa Pangadegan.

Di Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang, UMKM menjadi salah satu sumber penghidupan utama bagi masyarakat setempat. Berbagai produk unggulan seperti kerajinan tangan, makanan olahan tradisional, serta hasil pertanian menjadi andalan ekonomi desa. Meskipun memiliki potensi yang besar, para pelaku usaha mikro di wilayah ini masih menghadapi sejumlah kendala dalam mengembangkan usahanya. Salah satu masalah utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Banyak dari mereka yang kurang memahami cara memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, atau aplikasi bisnis digital untuk memperluas jangkauan pasar.[i] Selain itu, akses terhadap infrastruktur internet yang stabil dan layanan pelatihan bisnis digital masih terbatas, sehingga memperlambat proses transformasi ekonomi digital di wilayah tersebut. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari beberapa akun media sosial milik pelaku UMKM di Sumedang, terdapat contoh nyata bagaimana digitalisasi mulai memberikan dampak positif. Misalnya, akun Instagram *@umkm.sumedang* mengunggah video tentang seorang ibu rumah tangga bernama Yanti yang sukses menjual aneka camilan tradisional seperti peuyeum dan oncom goreng melalui platform *WhatsApp* dan *Shopee*. Dalam unggahannya, Yanti mengatakan bahwa omzetnya meningkat hingga dua kali lipat sejak mulai aktif menggunakan media sosial untuk mempromosikan produknya. “Dulunya saya hanya mengandalkan penjualan langsung di pasar tradisional, tapi sekarang bisa sampai ke Bandung bahkan Jakarta karena ada yang pesan online,” ujarnya dalam video yang mendapat ratusan likes dan puluhan komentar dukungan dari warganet.

## Metode

pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Community Base Research* sebagai metode utama untuk menggali informasi mendalam mengenai proses pengembangan ekonomi digital di Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang, terutama dalam upaya membangun UMKM agar mampu bersaing di pasar lokal maupun regional. Pendekatan *Community Base Research* dipilih karena fokus pengabdian kepada masyarakat ini lebih menitikberatkan pada sosialisasi dan penyuluhan akan pemahaman konteks, dinamika sosial, serta pola perilaku pelaku usaha dalam merespons perubahan teknologi dan digitalisasi ekonomi. Wawancara langsung dilaksanakan dengan pelaku UMKM di Desa Pangadegan. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau melalui platform komunikasi digital seperti *WhatsApp* dan *Zoom*, tergantung pada ketersediaan waktu dan aksesibilitas responden. Para pelaku UMKM yang menjadi subjek pengabdian kepada

masyarakat dipilih secara purposif berdasarkan kriteria tertentu, seperti lama menjalankan usaha, jenis produk yang ditawarkan, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan bisnis mereka. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan tokoh masyarakat, pendamping UMKM, serta perwakilan dinas.



Gambar 1. Diagram Alur PKM

## Hasil dan Pembahasan

Penerapan teknologi digital dalam sektor UMKM merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan daya saing usaha mikro di tengah persaingan ekonomi modern. Pada sosialisasi dan penyuluhan di Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang, kami sampaikan mengenai perkembangan penggunaan platform digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk mulai menunjukkan tren positif, meskipun belum merata di seluruh pelaku usaha. Data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sumedang (2024) menyebutkan bahwa dari total 85 UMKM yang terdata di Desa Pangadegan, sekitar 35% di antaranya telah menggunakan platform digital secara aktif untuk menjual produk mereka. Angka ini menunjukkan adanya perubahan perilaku bisnis, meski masih relatif rendah jika dibandingkan dengan tingkat penetrasi digital di wilayah perkotaan. Jenis platform yang umum digunakan oleh pelaku UMKM di Desa Pangadegan bervariasi, namun mayoritas memilih media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* sebagai alat utama pemasaran. Platform-platform tersebut dinilai lebih mudah diakses, tidak memerlukan biaya besar, serta memiliki jangkauan pasar yang luas. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga mulai menggunakan *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee untuk memperluas akses pasar hingga ke luar wilayah Kabupaten Sumedang. Contohnya adalah Siti, seorang pelaku UMKM yang menjual aneka kerajinan tangan berbahan dasar daun aren. Melalui akun *Instagram @souvenir\_pangadegan*, ia berhasil mendapatkan pesanan dari Bandung, Jakarta, bahkan Surabaya. “Dulu hanya jualan di pasar desa, sekarang bisa kirim ke luar

pulau,” ujanya dalam unggahan video singkat yang viral di Story Instagramnya bulan Mei 2025.

Adopsi teknologi digital di kalangan pelaku UMKM Desa Pangadegan masih menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Salah satunya adalah keterbatasan infrastruktur internet yang stabil di beberapa wilayah pedesaan. Menurut laporan Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) tahun 2023, cakupan layanan internet di wilayah Sumedang bagian selatan masih berada di bawah rata-rata provinsi Jawa Barat. Hal ini membuat proses transaksi *online* dan upload konten promosi menjadi terhambat. Selain itu, rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama lainnya. Pada saat sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS di Desa Pangadegan didapati banyak pelaku usaha mikro yang kurang memahami cara mengelola akun bisnis, membuat konten menarik, atau menganalisis data penjualan melalui *platform digital*. Sebagian dari mereka juga masih ragu akan keamanan transaksi *online*, sehingga enggan untuk sepenuhnya beralih dari sistem konvensional ke digital. Masalah modal juga menjadi kendala tersendiri. Meskipun platform digital menawarkan kesempatan pemasaran yang luas, banyak pelaku UMKM yang kesulitan dalam membangun *brand awareness* karena minimnya anggaran untuk iklan berbayar atau produksi konten berkualitas. Pada saat sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS, seorang pelaku UMKM di Desa Cimanggung, dekat Desa Pangadegan, mengeluhkan sulitnya bersaing dengan brand besar yang sudah mapan di *marketplace*. “Kalau kita pasang iklan, budgetnya cepat habis, tapi hasilnya sedikit. Kalau tidak, produk kita tenggelam di tengah banyaknya penjual lain,” tuturnya. Hal ini pentingnya pemahaman mengenai persaingan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa inisiatif sosialisasi dan penyuluhan serta pembinaan telah dilakukan oleh Mahasiswa dan dosen UNINUS bekerja sama dengan pemerintah daerah dan lembaga swasta. Salah satunya adalah program pelatihan digital marketing yang digelar mahasiswa dan dosen UNINUS berkoordinasi dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumedang bekerja sama dengan komunitas *startup* lokal. Program ini mencakup materi tentang penggunaan media sosial untuk bisnis, manajemen toko online, dan optimasi penjualan di *e-commerce*.

Tabel 1. Kegiatan Penyuluhan

No	Materi	Waktu Penyuluhan	Jumlah Peserta
1	Media Sosial untuk Bisnis	10 Mei 2025	12 Orang
2	Manajemen Toko Online	21 Mei 2025	14 Orang
3	Optimasi penjualan di e-commerce	1 Juni 2025	10 Orang

Salah satu peserta pelatihan, Yudi, pemilik usaha peuyeum panggang, mengatakan bahwa dirinya berhasil meningkatkan omzet hingga 60% setelah ikut program tersebut. “Sekarang saya punya akun *Instagram* dan Tokopedia. Saya juga

belajar bikin konten menarik, ternyata responnya bagus banget,” ujarnya . Dukungan dari pihak perbankan juga mulai terasa. Bank BRI melalui program Desa Digital telah membantu pelaku UMKM di beberapa desa di Sumedang dalam membuat QRIS, akun *e-commerce*, serta memfasilitasi transaksi non-tunai. Di Desa Cimanggung, program ini berhasil meningkatkan jumlah pelaku UMKM yang menggunakan pembayaran digital dari hanya 12% menjadi 38% dalam waktu enam bulan.



*Gambar 3.* Sosialisasi dengan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) Desa Pangadegan dan Perangkat Kecamatan Rancakalong

Meskipun Desa Pangadegan belum sepenuhnya terlibat dalam program tersebut, ada harapan bahwa model ini dapat direplikasi guna memberikan dampak yang lebih luas bagi pelaku UMKM di wilayah tersebut. Menurut pendapat Schumpeter (1934), perubahan ekonomi terjadi melalui inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk baru, tetapi juga pada cara produksi, distribusi, dan pemasaran yang lebih efisien.[ii] Dalam konteks UMKM, digitalisasi merupakan salah satu bentuk inovasi penting yang dapat membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar. Oleh karena itu, langkah-langkah konkret seperti sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS dalam membangun kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Pangadegan menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pelatihan, dan pelaku usaha besar diperlukan agar transformasi digital dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan. Meskipun tantangan masih banyak, potensi pengembangan ekonomi digital di Desa Pangadegan cukup besar. Dengan didukung oleh kebijakan yang tepat, infrastruktur yang memadai, serta sumber daya manusia yang berkualitas, UMKM di wilayah ini memiliki peluang untuk naik kelas dan bersaing baik di tingkat kabupaten maupun nasional. Upaya digitalisasi tidak hanya akan meningkatkan produktivitas dan omzet usaha, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

Transformasi digital telah membawa dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi daerah, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di Kabupaten Sumedang, digitalisasi ekonomi mulai memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing pelaku UMKM, baik secara internal maupun eksternal. Salah satu indikator utama dari perubahan ini adalah peningkatan omzet dan jangkauan pasar yang dapat dicapai oleh pelaku usaha mikro setelah beralih ke platform digital. Menurut laporan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumedang tahun 2024, sekitar 45% pelaku UMKM yang aktif menggunakan media sosial dan *e-commerce* mengalami peningkatan omzet hingga 50–100% dalam waktu kurang dari satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar tren, tetapi juga menjadi alat strategis untuk pertumbuhan bisnis di tingkat lokal.

Peningkatan omzet tersebut tidak lepas dari perluasan jangkauan pasar yang dimungkinkan oleh penggunaan *platform digital*. Sebelum era digital, banyak UMKM di Desa Pangadegan hanya bergantung pada penjualan langsung di pasar tradisional atau melalui relasi dekat di lingkungan desa. Namun, dengan adanya media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp*, pelaku usaha dapat menjangkau pembeli dari berbagai wilayah, bahkan lintas provinsi. Pada saat sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS didapatkan contoh dilapangan yaitu kasus milik Sari, pemilik usaha makanan olahan oncom yang berbasis di Desa Pangadegan. Digitalisasi juga turut meningkatkan brand awareness produk lokal Desa Pangadegan. Dengan adanya akun media sosial resmi desa dan komunitas UMKM yang aktif, masyarakat luar desa mulai mengenal produk-produk unggulan seperti kerajinan daun aren, peuyeum panggang, dan aneka camilan tradisional. Pada bulan Maret 2024, akun @umkm.sumedang mengunggah video dokumenter singkat tentang proses produksi peuyeum di Desa Pangadegan, yang kemudian mendapat ribuan tayangan dan puluhan komentar positif dari warganet. Video tersebut tidak hanya memperkenalkan produk secara visual, tetapi juga menonjolkan nilai-nilai budaya lokal yang melekat pada setiap proses pembuatan. Hal ini menciptakan citra positif dan identitas kuat bagi produk asal Desa Pangadegan di mata konsumen digital. Peningkatan daya saing tidak selalu berarti tanpa persaingan. Di tengah upaya digitalisasi, UMKM di Desa Pangadegan juga harus bersaing dengan pelaku usaha serupa dari desa-desa lain di Kabupaten Sumedang. Misalnya, Desa Cimanggung dan Desa Sukamulya juga memiliki produk unggulan serupa, seperti dodol garut dan minuman herbal tradisional. Dalam dunia digital, persaingan tidak hanya soal harga dan kualitas produk, tetapi juga cara promosi, branding, dan pengalaman belanja konsumen. Menurut survei yang dilakukan oleh Komunitas Ekonomi Digital Nusantara (2024), salah satu faktor utama yang membuat suatu UMKM lebih diminati adalah konten promosi yang menarik dan profesional. Oleh karena itu, penting untuk sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS bagi pelaku UMKM di Desa Pangadegan untuk tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga pada bagaimana mereka

mempresentasikan produk tersebut kepada calon pembeli. Meskipun terdapat persaingan, digitalisasi juga membuka peluang kolaborasi antar UMKM di berbagai wilayah. Disampaikan bahwa melalui jejaring digital, pelaku usaha di Desa Pangadegan dapat saling berbagi informasi, berkolaborasi dalam produksi, hingga memperluas pasar secara kolektif. Konsep kluster UMKM digital, sebagaimana dikemukakan oleh UNCTAD (2021), menjadi penting dalam membangun kekuatan kolektif yang mampu menembus batas geografis dan meningkatkan daya tawar pelaku usaha kecil di mata pasar. Berdasarkan sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS, sejumlah pelaku UMKM dari Desa Pangadegan, Cimanggung, dan Sukamulya sepakat untuk membentuk komunitas bisnis digital bernama Sumedang *Local Brand*. Komunitas ini bertujuan untuk menyelenggarakan pelatihan bersama, sharing session, hingga event virtual marketplace yang melibatkan semua anggota. Langkah ini menunjukkan bahwa meskipun ada kompetisi, semangat gotong royong dan sinergi masih kuat di kalangan pelaku UMKM di Sumedang.

Menurut pendapat Schumpeter (1934), perubahan ekonomi terjadi melalui inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk baru, tetapi juga pada cara produksi, distribusi, dan pemasaran yang lebih efisien. Dalam konteks UMKM, digitalisasi merupakan salah satu bentuk inovasi penting yang dapat membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Porter dan Lindegaard (2017), yang menekankan bahwa digitalisasi bukan sekadar alat teknologi, tetapi juga bagian dari strategi kompetitif yang harus dimiliki oleh pelaku usaha dalam memenangkan pasar. Selaras dengan hal tersebut, Todaro dan Smith (2015) menyatakan bahwa pembangunan ekonomi tidak hanya diukur dari pertumbuhan angka, tetapi juga dari peningkatan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, langkah-langkah konkret melalui sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS, dalam membangun kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Pangadegan menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pelatihan, dan pelaku usaha besar diperlukan agar transformasi digital dapat berjalan secara inklusif dan berkelanjutan. Meskipun tantangan masih banyak, potensi pengembangan ekonomi digital di Desa Pangadegan cukup besar. Dengan didukung oleh kebijakan yang tepat, infrastruktur yang memadai, serta sumber daya manusia yang berkualitas, UMKM di wilayah ini memiliki peluang untuk naik kelas dan bersaing baik di tingkat kabupaten maupun nasional. Upaya digitalisasi tidak hanya akan meningkatkan produktivitas dan omzet usaha, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi lokal yang mandiri dan berkelanjutan.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada saat kegiatan observasi yang dilanjutkan dengan sosialisasi dan penyuluhan oleh mahasiswa dan dosen UNINUS, penerapan teknologi digital dan dampaknya terhadap daya saing UMKM di Desa Pangadegan, Kabupaten Sumedang, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi ekonomi telah memberikan kontribusi positif bagi sebagian pelaku usaha mikro di wilayah tersebut. Meskipun tingkat adopsi masih belum merata, sekitar 35–45% pelaku UMKM yang sudah menggunakan platform digital seperti media sosial dan *e-commerce* mulai menunjukkan peningkatan omzet hingga dua kali lipat dalam waktu kurang dari setahun. Hal ini sejalan dengan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sumedang (2024), yang menyebutkan bahwa penggunaan platform digital oleh UMKM berkontribusi signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar dan peningkatan brand awareness produk lokal. Contohnya, akun Instagram @souvenir\_pangadegan berhasil menjual produk kerajinan daun aren ke luar pulau Jawa, membuktikan bahwa digitalisasi bukan hanya sekadar alat promosi, tetapi juga sarana untuk meningkatkan nilai ekonomi desa.

Digitalisasi juga mendorong munculnya kompetisi sehat antar UMKM di berbagai wilayah di Kabupaten Sumedang. Pelaku usaha dari Desa Pangadegan, Cimanggung, Sukamulya, dan wilayah lain mulai bersaing tidak hanya dalam hal kualitas produk, tetapi juga dalam strategi pemasaran digital. Namun, persaingan ini juga membuka ruang kolaborasi yang cukup besar. Pada bulan April 2024, sejumlah pelaku UMKM dari berbagai desa sepakat membentuk komunitas bisnis digital bernama Sumedang *Local Brand*. Komunitas ini bertujuan untuk saling berbagi informasi, mengadakan pelatihan bersama, serta memperkuat posisi UMKM lokal dalam pasar digital nasional. Tantangan utama yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Pangadegan adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur internet, serta minimnya pendampingan kurangnya pemahaman akan manfaatnya, atau khawatir akan risiko keamanan transaksi online. Banyak pelaku UMKM di Desa Pangadegan kesulitan dalam membuat konten promosi yang menarik dan profesional, sehingga produk mereka sering tenggelam di tengah gempuran brand besar di marketplace. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah konkret dari berbagai pihak untuk mempercepat proses transformasi digital di Desa Pangadegan. Untuk pelaku UMKM, sangat penting untuk meningkatkan kapasitas digital mereka melalui pelatihan dan pembelajaran mandiri. Mereka perlu familiar dengan tools digital seperti *Instagram Ads*, *Google Analytics*, atau *TikTok for Business* agar bisa memaksimalkan potensi pasar yang ditawarkan oleh platform digital. Sebagai inspirasi, Sari, seorang pelaku UMKM olahan oncom di Desa Pangadegan, berhasil meningkatkan omzetnya secara signifikan setelah aktif menggunakan *Instagram Story* dan *WhatsApp* sebagai sarana promosi dan pelayanan pelanggan.

Pemerintah desa dan kabupaten juga memiliki peran strategis dalam mendukung upaya digitalisasi ekonomi. Salah satunya adalah penyediaan program

pelatihan rutin tentang penggunaan platform digital, manajemen toko online, dan optimasi penjualan di marketplace. Tanpa dukungan infrastruktur dan edukasi yang memadai, sulit bagi pelaku UMKM untuk benar-benar memanfaatkan peluang digital secara maksimal. Salah satu contoh bagaimana masyarakat bisa ikut serta dalam mempromosikan produk lokal melalui unggahan video dokumenter singkat tentang proses produksi peuyeum di Desa Pangadegan. Video tersebut mendapat ribuan tayangan dan menjadi viral di kalangan warganet, menunjukkan bahwa partisipasi publik bisa menjadi kekuatan besar dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan dinamis. Menurut Todaro dan Smith (2015), pembangunan ekonomi tidak hanya diukur dari pertumbuhan angka, tetapi juga dari peningkatan kualitas hidup masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Pangadegan Sekretaris Desa Pangadegan, Perangkat Desa Pangadegan.

### **Referensi**

FIDELA, Alifah; PRATAMA, Aprinaldi; NURSYAMSI AH, Tita. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2020, 2.3: 493–498-493–498.

Fujianti, Lailah, Indra Satria, and Shanti Lysandra. "Pelatihan Pembukuan Usaha Berbasis Aplikasi bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Pamulihan Sumedang." *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7.1 (2024): 37-46.

[https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/info\\_singkat/Info%20Singkat-XV-24-II-P3DI-Desember-2023-241.pdf](https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/info_singkat/Info%20Singkat-XV-24-II-P3DI-Desember-2023-241.pdf)

<https://diskuk.jabarprov.go.id/berita-diskuk-jabar/kabupaten-sumedang-didominasi-usaha-mikro>

[https://jabar.bps.go.id/id?spm=a2ty\\_o01.29997173.0.0.5b03c921wSmqpy](https://jabar.bps.go.id/id?spm=a2ty_o01.29997173.0.0.5b03c921wSmqpy)

<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

<https://pajak.go.id/id/berita/dukung-umkm-naik-kelas-pajak-sumedang-gelar-bds>

<https://sumedangkab.go.id/berita/detail/pelaku-umkm-dilatih-digital-marketing-sekaligus-dibagi-ponsel-pintar>

<https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024>

[https://www.google.com/search?q=BAKTI+Kemkominfo+%E2%80%93+Laporan+Akses+Internet+Wilayah+Pedesaan+2023&coq=BAKTI+Kemkominfo+%E2%80%93+Laporan+Akses+Internet+Wilayah+Pedesaan+2023&gs\\_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBBzQ2OWowajSoAgCwAgE&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=BAKTI+Kemkominfo+%E2%80%93+Laporan+Akses+Internet+Wilayah+Pedesaan+2023&coq=BAKTI+Kemkominfo+%E2%80%93+Laporan+Akses+Internet+Wilayah+Pedesaan+2023&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBBzQ2OWowajSoAgCwAgE&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

<https://www.temasek.com.sg/content/dam/temasek-corporate/news-and-views/resources/reports/google-temasek-bain-e-conomy-sea-2023-report.pdf>

Nugroho, I.S. , Srimurni, R.R., Ghoer, F.R., Hidayatuloh, R., Juleha, S., Hikmat, A.M.R.S. 2024 , Pendampingan Manajemen Pemanfaatan Lahan oleh Kelompok Wanita Tani dalam menurunkan Stunting di Desa Rancakalong: 5 (4) . <https://www.jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/jurpikat/article/view/20221316:1331>; <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i4.2022>

Nugroho, I.S., Srimurni, R.R., 2024. Sosialisasi dan Pendampingan Produk Unggulan Desa Berupa Kopi Gugus Cinta Gunung Cijambu (Kopi Guci) dengan Pemasaran secara Digital Guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Lembaga Desa, 5(3), 787 - 801; <https://jurnal.politeknik-kebumen.ac.id/jurpikat/article/view/1825>;  
<https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i3.1825>

Nugroho, I.S., Bhagya, T.G., Rosinawati, 2020 D. Industri dan supply chain halal dilihat dari aspek keilmuan teknik industri: 2(2); 58-71  
<https://doi.org/10.37577/sainteks.v2i2.264>,  
<https://ejournal.uicm.ac.id/index.php/sainteks/article/view/264/151>

PASARIBU, Martha KN, et al. Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2023, 3.1: 57-67.

Sutikno, R. I., Alfaini, L. Z., & Syabrina, W. P. (2021, November). Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital Pada Ukm Konveksi Sucex Kaos Sumedang Jalan Sukatali Raya, Kecamatan Situraja, Kabupaten Sumedang. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1).

Srimurni, R.R., Nugroho, I.S., Abdussalam., Utama, J.A.P., Yusnita. E., Marsela., R, 2024. Seminar Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Masyarakat Desa Tanjungwangi, Cicalengka, Kabupaten Bandung, 21(1); 46-53  
<https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/3183>

Srimurni, R.R., Nugroho, I.S., Nahwan, D, Saiful, A.M.R., Gadzali, S.S., Hermanto, M.I., PERANCANGAN DESAIN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN BERUPA OVEN INOVASI SISTEM PEMANAS RAMAH LINGKUNGAN DALAM Mendukung KETAHANAN PANGAN DESA, 20(1); 71- 81, DOI: <https://doi.org/10.30999/medinus.v20i1.2582>,<https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/2582>

Widjadja, Yani Restiani, et al. "Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang." *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1.3 (2018).

Yusuf, S., Hatta, I. H., Trirahayu, D., Wulandjani, H., Putriana, L., Rahajeng, D. P., & Destriyanti, A. (2023). Edukasi Pemasaran Digital Bagi Umkm Di Kecamatan Tanjung Sari Pamulihan Kabupaten Sumedang. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(2), 233-241.

---