

**PENGEMBANGAN UMKM DESA LEBAKMUNCANG
MELALUI PEMETAAN KOMODITAS UNGGULAN BERBASIS SMART ECONOMY**
Rian Nurtyawan¹, Singgih Irianto², Teti Syahrulyati³, Muhammad Agus Karmadi⁴, Fera Indriani⁵

^{1,2,3,4}Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

⁵Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

Email korespondensi: ¹ nurtyawan70@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diterima:

11 Juli

Direvisi:

21 Juli

Disetujui:

25 Juli

Kata kunci:

Digitalisasi; Komoditas
unggulan; Smart Economy;
UMKM

Keyword:

*Digitalization; Flagship
commodities; MSMEs; Smart
Economy*

Cara mensitasi:

Nurtyawan, R., Irianto, S.,
Syahrulyati, T., Karmadi, M.
A., & Indriani, F. (2025).
Pengembangan UMKM Desa
Lebakmuncang Melalui
Pemetaan Komoditas
Unggulan Berbasis Smart
Economy. *RUDENCE: Rural
Development for Economic
Resilience*, 4(2), 81-89.
<https://doi.org/10.53698/rudence.v4i2.108>



ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memetakan komoditas unggulan berbasis *Smart Economy* dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Lebakmuncang. Desa Lebakmuncang memiliki potensi besar di sektor pertanian dan agrowisata. Namun, pengembangan UMKM berbasis komoditas unggulan di desa ini masih menghadapi berbagai kendala, antara lain rendahnya inovasi produk, pemasaran yang terbatas pada pasar lokal, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian ini mengusulkan penerapan konsep *Smart Economy* untuk meningkatkan digitalisasi UMKM, inovasi produk, serta pemasaran berbasis teknologi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan *Focus Group Discussion* dengan pelaku UMKM, pemerintah desa, dan akademisi. Hasil menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan dalam digitalisasi UMKM, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, serta terbatasnya akses pasar. Untuk itu, diperlukan langkah strategis seperti penguatan infrastruktur digital, peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM, serta diversifikasi produk berbasis teknologi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di desa tersebut.

ABSTRACT

This service activity aims to map superior commodities based on Smart Economy in the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Lebakmuncang Village. Lebakmuncang Village has great potential in the agriculture and agro-tourism sectors. However, the development of MSMEs based on superior commodities in this village still faces various obstacles, including low product innovation, limited marketing to the local market, and lack of use of digital technology. This service activity proposes the application of the Smart Economy concept to increase MSME digitalization, product innovation, and technology-based marketing. The method used in this activity is to conduct a Focus Group Discussion with MSME actors, village governments, and academics. The results show that despite progress in the digitalization of MSMEs, the main challenges faced are the limitations of digital infrastructure, low technological literacy, and limited market access. For this reason, strategic steps are needed such as strengthening digital infrastructure, increasing digital literacy for MSME actors, and diversifying technology-based products to increase the competitiveness and sustainability of MSMEs in the village.

PENDAHULUAN

Desa memiliki peran strategis sebagai unit pemerintahan terendah dalam struktur ekonomi nasional, khususnya dalam membangun fondasi ekonomi lokal yang mandiri dan berkelanjutan. Menurut Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (2021), desa-desa di Indonesia menyimpan potensi besar dalam pengembangan sektor ekonomi berbasis lokal. Salah satunya melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terus berkembang dan menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi daerah.

UMKM memiliki kontribusi penting dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya beli masyarakat, serta penguatan struktur ekonomi desa (Irfandanny et al., 2022). Namun demikian, potensi besar tersebut belum diiringi dengan kemampuan UMKM lokal dalam mengakses pasar secara luas, mengelola usaha secara profesional, serta memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dalam konteks *Smart Economy*, pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing ekonomi desa, khususnya dalam pengembangan UMKM (Nuraisyah et al., 2023).

Sebagai bentuk implementasi *Smart Economy*, telah dilakukan pelatihan digitalisasi UMKM yang mencakup *e-commerce*, pemasaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, dan inovasi produk. Konsep *Smart Economy* sebagaimana dijelaskan oleh Nam & Pardo (2011), menekankan integrasi teknologi digital dalam sistem ekonomi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Namun, keterbatasan infrastruktur digital dan rendahnya literasi teknologi masih menjadi hambatan besar, sebagaimana juga diungkapkan oleh Giffinger et al. (2007). Studi oleh Chaffey & Smith (2017) menegaskan pentingnya *e-commerce* dalam memperluas pasar, sementara Schwab (2016) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM dalam konteks Revolusi Industri 4.0. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah desa, akademisi, dan sektor swasta menjadi kunci dalam mendukung digitalisasi UMKM dan mendorong desa menuju pengembangan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Desa Lebakmuncang di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu desa wisata yang memiliki potensi ekonomi berbasis pertanian dan pariwisata yang cukup signifikan. Latar belakang masyarakat di daerah ini pada umumnya adalah bertani secara turun temurun sebagai penggarap, sebagai pedagang sayuran dan beberapa usaha lainnya. Pada umumnya masyarakat sudah memiliki kesadaran dalam Ngarumat Alam memiliki kerifan lokal yang tinggi akan potensi daerahnya. Namun perlu di arahkan agar bisa mengemas informasi yang ada menjadi mudah di akses terdata dengan baik.

Stroberi menjadi komoditas unggulan utama di desa ini dengan tren produksi yang terus meningkat dari tahun ke tahun (Sekretariat Desa Wisata Lebakmuncang, 2025), diikuti oleh kopi, teh, dan hortikultura. Komoditas unggulan tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama masyarakat, tetapi juga memiliki potensi nilai tambah yang tinggi apabila dikelola secara inovatif. Namun, tantangan seperti keterbatasan teknologi pengolahan, minimnya inovasi produk, dan akses pasar masih menghambat kemajuan UMKM. Selain itu, potensi sektor agrowisata seperti wisata edukasi pertanian dan perkebunan teh juga memperkuat posisi desa ini sebagai destinasi pariwisata berbasis potensi lokal (Suranny, 2021).

Sayangnya, UMKM di Desa Lebakmuncang masih menghadapi tantangan dalam hal literasi digital, keterbatasan penggunaan platform *e-commerce*, dan minimnya dukungan pelatihan serta pendampingan usaha (Zhukhruffa, 2023). Oleh karena itu, pendekatan pemetaan komoditas unggulan berbasis *Smart Economy* menjadi sangat relevan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai potensi ekonomi desa dan arah pengembangan UMKM yang lebih terstruktur dan inovatif. Seperti yang dikemukakan Irfandanny et al. dalam Tohir et al. (2023), pengembangan desa wisata bergantung pada potensi dan karakteristik unik yang dimiliki oleh setiap desa. Desa wisata dapat diperkembangkan melalui pemanfaatan potensi yang dimilikinya, yang memiliki potensi untuk menjadi penghubung dengan sektor-

sektor lainnya (Irfandanny et al. 2022). Melalui pemetaan yang tepat serta penguatan kapasitas pelaku usaha dalam aspek manajemen, pemasaran digital, dan pengolahan produk bernilai tambah, diharapkan UMKM di Desa Lebakmuncang dapat tumbuh lebih kompetitif, menjangkau pasar yang lebih luas, dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

METODE PELAKSANAAN

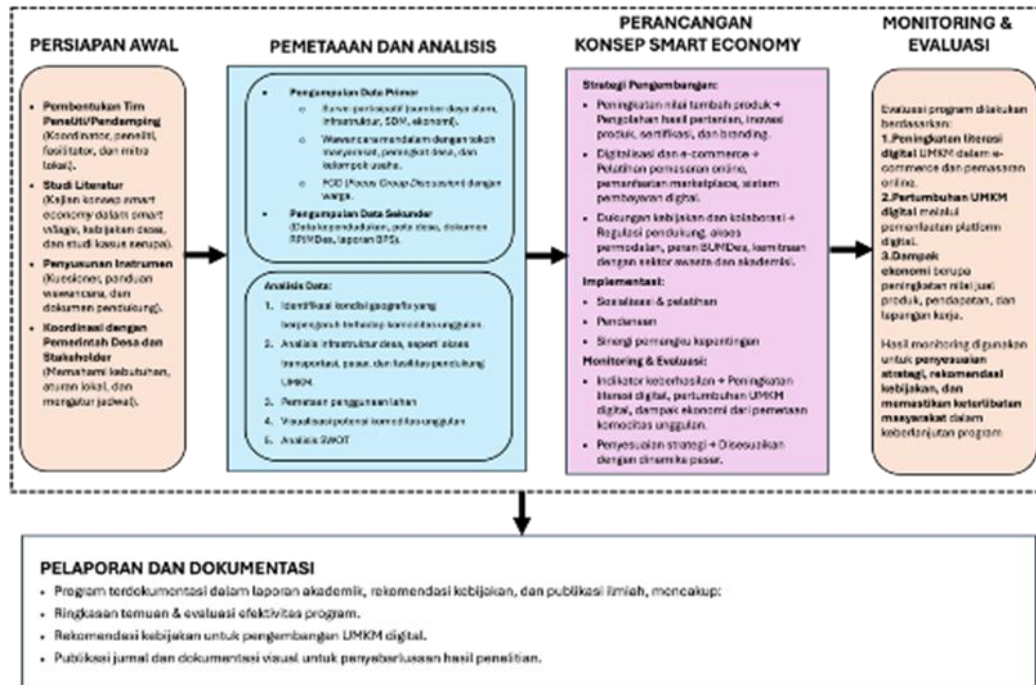
Menjadi keharusan untuk melaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bagi seorang dosen sebagai salah satu perwujudan Tri Darma Perguruan Tinggi. Dalam hal ini beberapa dosen dan mahasiswa dari Fakultas Teknik Universitas Pakuan melaksanakan kegiatan PKM ini pada hari Senin tanggal 17 Februari 2025. Lokasi kegiatan dilaksanakan di Balai Ngariung Warga Desa Lebakmuncang Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung. Desa tersebut dipilih menjadi objek kegiatan mengingat lokasi ini sedang giat-giatnya mengembangkan potensi desa dengan melakukan beberapa kegiatan rintisan sebagai daerah wisata. Selain itu Desa Lebakmuncang memiliki potensi ekonomi berbasis pertanian, agrowisata, dan industri kreatif yang dapat dioptimalkan melalui strategi berbasis *Smart Economy* untuk meningkatkan daya saing UMKM. Mitra yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok masyarakat Sadar Wisata (Pokdarwis) dan masyarakat lokal yang mengelola *Homestay* yang ada di Desa Wisata Lebakmuncang. Peta lokasi kegiatan ada pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus yang difokuskan pada Desa Lebakmuncang. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan yang relevan seperti pelaku UMKM, pemerintah desa, dan akademisi, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan *Focus Group Discussion (FGD)*. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi mengenai potensi komoditas unggulan dan kebijakan desa. Pengabdian ini memanfaatkan teknologi Sistem Informasi Geografis (GIS) untuk memetakan potensi

komoditas secara sistematis, serta analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan UMKM berbasis *Smart Economy*. Pada Gambar 2 berikut ditampilkan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Penerapan *Smart Economy* dalam pengembangan UMKM di Desa Lebakmuncang masih berada pada tahap awal dan menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek digitalisasi dan akses pasar yang lebih luas. Konsep Smart Economy adalah integrasi teknologi digital dalam sistem ekonomi suatu wilayah untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing (Nam & Pardo, 2011). Hal ini mencakup pemanfaatan teknologi informasi, pemasaran berbasis digital, serta penguatan infrastruktur ekonomi yang inovatif. Namun, untuk menerapkan konsep ini secara optimal di Desa Lebakmuncang, perlu ada peningkatan kapasitas digital bagi pelaku UMKM serta dukungan kebijakan dan infrastruktur yang memadai.

HASIL KEGIATAN

Hasil Pengabdian menunjukkan bahwa Desa Lebakmuncang memiliki komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi, seperti stroberi, kopi, teh, dan sayuran hortikultura. Produksi stroberi, misalnya, menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap tahun, yang menunjukkan bahwa permintaan pasar terhadap produk ini sangat tinggi. Namun, sebagian besar hasil pertanian tersebut masih dijual dalam bentuk mentah dan belum melalui proses pengolahan lebih lanjut, sehingga nilai tambah produk tersebut masih sangat rendah. Hal ini menjadi salah satu kendala utama yang menghambat peningkatan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan di desa ini, ditemukan hambatan dalam penerapan digitalisasi usaha yang meliputi kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai pemasaran digital. Sebagian besar UMKM belum memiliki akses optimal terhadap *e-commerce* dan teknologi digital. Banyak pelaku usaha yang belum memanfaatkan teknologi *e-commerce* atau media sosial secara maksimal untuk memasarkan produk mereka. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan pasar lokal dan wisatawan

yang datang ke desa, yang membuat pendapatan mereka sangat bergantung pada musim wisata. Hambatan lainnya adalah terbatasnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan teknologi, serta kendala modal yang menghambat proses adopsi teknologi baru dalam bisnis mereka.

Di sisi lain, penerapan *Smart Economy* melalui pelatihan digitalisasi UMKM, termasuk penggunaan platform *e-commerce*, pengelolaan media sosial untuk pemasaran, serta sistem pencatatan keuangan berbasis aplikasi, sudah dimulai. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang terbatas di beberapa wilayah desa, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Hambatan-hambatan yang terjadi ini sejalan dengan temuan Giffinger et al. (2007), yang menyatakan bahwa *Smart Economy* membutuhkan kesiapan masyarakat, infrastruktur digital, serta interaksi yang kuat antara pemerintah dan sektor swasta.

Dalam hal inovasi produk, meskipun ada beberapa usaha untuk mengolah produk berbasis stroberi, seperti pembuatan selai, manisan, jus, dan dodol, pengolahan produk masih dilakukan secara sederhana dan terbatas pada produk-produk konvensional. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis untuk mendorong inovasi produk berbasis teknologi, seperti menggunakan teknologi pengolahan yang lebih modern, dan memanfaatkan peluang pasar melalui pemasaran digital.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, berbagai inisiatif pelatihan digitalisasi UMKM telah dilaksanakan di Desa Lebakmuncang. Program ini dirancang untuk memberikan wawasan serta keterampilan praktis kepada pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital dalam bisnis mereka. Beberapa materi pelatihan yang diberikan mencakup pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) sebagai sarana pemasaran produk, yang memungkinkan UMKM menjangkau pasar lebih luas tanpa memerlukan biaya besar. Media sosial telah terbukti menjadi alat pemasaran yang efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis lokal, sebagaimana dijelaskan oleh Kaplan & Haenlein (2010) dalam pengabdian mereka mengenai pemasaran digital.

Lalu diberikan juga materi pelatihan mengenai pengenalan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak, agar UMKM dapat memanfaatkan ekosistem digital untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pasar. Studi dari Chaffey & Smith (2017) menegaskan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan memungkinkan pelaku usaha mendapatkan pelanggan baru secara lebih luas. Materi terakhir mengenai digitalisasi pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi manajemen keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi bisnis. Teknologi keuangan digital semakin menjadi faktor utama dalam perkembangan UMKM, sebagaimana diungkapkan oleh Schwab (2016) dalam teorinya mengenai Revolusi Industri 4.0, di mana adopsi teknologi dalam sektor ekonomi dapat meningkatkan efisiensi serta daya saing usaha kecil dan menengah. Pada Gambar 3 dan 4 berikut ditampilkan suasana pada saat kegiatan pelatihan dan diskusi dengan masyarakat setempat.



Gambar 3. Diskusi dengan Masyarakat Setempat dan Para Pengelola Homestay



Gambar 4. Kegiatan PKM di Balai Ngariung Warga Desa Lebakmuncang

Berdasarkan uraian sebelumnya, penerapan *Smart Economy* di Desa Lebakmuncang masih dalam tahap awal dan menghadapi tantangan yang signifikan, khususnya dalam aspek digitalisasi UMKM, infrastruktur digital, akses *e-commerce*, serta inovasi produk berbasis teknologi. Upaya yang telah dilakukan, seperti pelatihan pemasaran digital, pengenalan *e-commerce*, serta pencatatan keuangan digital, memberikan gambaran bahwa desa ini mulai beradaptasi dengan konsep *Smart Economy*, meskipun masih terdapat kesenjangan antara kondisi eksisting dengan teori yang ada.

Salah satu aspek penting dari *Smart Economy* adalah digitalisasi UMKM yang berfokus pada adopsi teknologi dalam operasional bisnis dan pemasaran (Nam & Pardo, 2011). UMKM di Desa Lebakmuncang telah dikenalkan dengan *e-commerce* dan media sosial seperti Shopee, Tokopedia, dan Instagram sebagai *platform* pemasaran digital. Namun, tantangan utama masih berupa keterbatasan keterampilan digital dan akses internet yang belum merata, sehingga masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal.

Selain itu, infrastruktur digital menjadi variabel kunci dalam implementasi *Smart Economy*. Giffinger et al. (2007) menekankan bahwa keberhasilan ekonomi digital sangat bergantung pada tersedianya jaringan internet dan perangkat teknologi yang mendukung ekosistem bisnis berbasis digital. Saat ini, Desa Lebakmuncang masih mengalami keterbatasan dalam hal infrastruktur internet, dengan beberapa wilayah yang belum memiliki akses stabil. Hal ini menjadi kendala bagi UMKM yang ingin memanfaatkan teknologi dalam operasional bisnis mereka.

Dari segi *e-commerce* dan *marketplace*, studi oleh Chaffey & Smith (2017) menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform* digital dapat memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan. Meskipun UMKM di Desa Lebakmuncang telah mulai dikenalkan dengan *e-commerce* dan media sosial untuk pemasaran, namun hanya sebagian kecil yang benar-benar aktif memanfaatkan *platform* ini, sementara mayoritas masih bergantung pada pasar lokal dan wisatawan yang berkunjung ke desa.

Dalam hal *smart finance* (keuangan digital), Schwab (2016) dalam teorinya mengenai Revolusi Industri 4.0 menegaskan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dan aplikasi keuangan dapat meningkatkan transparansi serta efisiensi usaha mikro. Di Desa Lebakmuncang, beberapa UMKM sudah mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan sederhana, tetapi literasi keuangan digital masih rendah, sehingga pemanfaatan *fintech* belum maksimal. Selain itu, kurangnya pelatihan dalam pemanfaatan teknologi keuangan juga menjadi faktor yang menghambat adopsi sistem pembayaran digital secara luas.

Dari aspek edukasi dan literasi digital, Kaplan & Haenlein (2010) menyatakan bahwa program pelatihan berkelanjutan sangat penting dalam meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai pemasaran digital dan inovasi bisnis berbasis teknologi. Di Desa Lebakmuncang, beberapa pelatihan digitalisasi telah dilakukan, tetapi sifatnya masih terbatas pada inisiatif awal. Belum ada program berkelanjutan yang memastikan bahwa UMKM benar-benar menguasai keterampilan digital secara mendalam.

Untuk mendukung pengembangan *Smart Economy*, kolaborasi antara pemerintah desa, akademisi, dan sektor swasta menjadi sangat penting. Caragliu et al. (2011) menekankan bahwa ekosistem ekonomi digital yang kuat membutuhkan dukungan lintas sektor, baik dari regulasi pemerintah, pendampingan akademisi, maupun investasi dari pihak swasta. Saat ini, pemerintah desa sudah mulai berkoordinasi dengan akademisi dan penyedia layanan internet untuk meningkatkan akses digitalisasi UMKM, tetapi belum ada keterlibatan sektor swasta dalam investasi dan pendampingan secara sistematis.

Terakhir, dalam aspek inovasi produk dan peningkatan nilai tambah, Albino et al. (2015) menyatakan bahwa ekonomi digital tidak hanya bergantung pada pemasaran online, tetapi juga inovasi dalam produk itu sendiri. Di Desa Lebakmuncang, stroberi sebagai komoditas unggulan sudah mulai diolah menjadi selai, manisan, jus, dan dodol, tetapi pengolahan masih dilakukan dengan alat sederhana dan kurang adanya diversifikasi produk berbasis teknologi modern.

Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan komoditas unggulan berbasis *Smart Economy* di Desa Lebakmuncang. Tujuan utama dari analisis ini adalah mengidentifikasi strategi terbaik dalam meningkatkan daya saing UMKM serta menentukan prioritas pengembangan ekonomi desa.

Berdasarkan hasil pemetaan, wawancara mendalam, serta *Focus Group Discussion* (FGD) maka analisis SWOT dilakukan untuk memahami faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan UMKM berbasis komoditas unggulan. Adapun hasil analisis tersebut sebagai berikut. Desa Lebakmuncang memiliki Kekuatan (*Strengths*) yang terdiri dari: 1) komoditas unggulan yang beragam, seperti stroberi, kopi, teh, dan hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi; 2) potensi agrowisata yang berkembang dan yang dapat dikombinasikan dengan produk UMKM untuk meningkatkan daya tarik wisata; 3) keberadaan BUMDes dan komunitas lokal yang dapat berperan dalam pengelolaan usaha berbasis *Smart Economy*; 4) ketersediaan sumber daya alam yang mendukung sektor pertanian dan perkebunan sebagai basis utama UMKM. Sedangkan Kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki Desa Lebakmuncang terdiri dari: 1) minimnya inovasi dan diversifikasi produk, sehingga banyak komoditas dijual dalam bentuk mentah tanpa pengolahan lebih lanjut; 2) kurangnya literasi digital dan pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM dalam pemasaran produk; 3) terbatasnya akses modal dan fasilitas pendukung untuk pengembangan usaha berbasis digital; 4) keterbatasan infrastruktur dan akses transportasi yang dapat menghambat distribusi produk UMKM ke pasar yang lebih luas.

Dengan kekuatan dan kelemahan yang ada, Desa Lebakmuncang memiliki Peluang (*Opportunities*) yang terdiri dari: 1) dukungan kebijakan pemerintah terkait *Smart Economy* dan digitalisasi UMKM, yang membuka akses terhadap program pembinaan dan bantuan usaha; 2) tren pertumbuhan pasar digital dan

e-commerce, yang memberikan peluang pemasaran lebih luas bagi UMKM lokal; 3) potensi kolaborasi dengan akademisi dan sektor swasta untuk pendampingan teknologi dan pengembangan produk berbasis inovasi; 4) peningkatan minat wisatawan terhadap produk lokal dan pengalaman agrowisata, yang dapat menjadi pasar potensial bagi produk UMKM berbasis komoditas unggulan. Akan tetapi, Desa Lebakmuncang juga menghadapi Ancaman (*Threats*) yang terdiri dari: 1) persaingan dengan produk dari daerah lain yang sudah memiliki *branding* dan strategi pemasaran digital yang lebih kuat; 2) fluktuasi harga bahan baku dan komoditas pertanian, yang dapat memengaruhi stabilitas usaha UMKM; 3) kurangnya kesinambungan dukungan dari pemerintah atau lembaga keuangan, yang dapat menghambat pengembangan jangka panjang; 4) perubahan tren pasar yang cepat, yang dapat mengakibatkan produk UMKM kurang relevan jika tidak terus berinovasi.

Hasil analisis SWOT ini digunakan untuk menentukan area prioritas pengembangan Desa Lebakmuncang, seperti 1) strategi peningkatan nilai tambah produk komoditas unggulan melalui inovasi pengolahan dan pengemasan; 2) penguatan literasi digital dan pemanfaatan *platform e-commerce* bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar; 3) optimalisasi peran BUMDes dan kolaborasi dengan sektor swasta dalam pengelolaan usaha berbasis *Smart Economy*; 4) perbaikan akses infrastruktur dan logistik untuk mendukung distribusi produk yang lebih efisien.

Secara keseluruhan, meskipun implementasi *Smart Economy* di Desa Lebakmuncang sudah mulai berjalan, masih terdapat kesenjangan antara kondisi di lapangan dengan konsep teoritis yang ideal. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur, kurangnya literasi digital, serta minimnya inovasi dan pendampingan berkelanjutan. Untuk menjembatani kesenjangan ini, diperlukan langkah-langkah strategis, seperti peningkatan akses internet, pendampingan digitalisasi yang lebih intensif, serta kolaborasi lebih luas antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta guna mempercepat digitalisasi UMKM dan menciptakan ekosistem *Smart Economy* yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di Desa Lebakmuncang, penerapan konsep *Smart Economy* sangat diperlukan. Pengembangan UMKM berbasis komoditas unggulan, seperti stroberi, kopi, teh, dan sayuran hortikultura, dapat dilakukan melalui digitalisasi usaha, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun ada kemajuan dalam digitalisasi UMKM, tantangan utama yang masih dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, serta terbatasnya akses pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, beberapa langkah strategis yang disarankan meliputi penguatan infrastruktur digital dengan meningkatkan akses internet di desa, pelatihan berkelanjutan dalam pemasaran digital dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi untuk pelaku UMKM, serta dorongan untuk berinovasi dalam produk berbasis teknologi modern. Kolaborasi yang lebih erat antara pemerintah desa, akademisi, dan sektor swasta juga sangat penting untuk mempercepat implementasi *Smart Economy* di desa ini. Dengan langkah-langkah ini, Desa Lebakmuncang memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi desa wisata berbasis *Smart Economy* yang sukses dalam mengoptimalkan komoditas unggulannya, yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam penyelesaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terutama kepada Pemerintah Desa Lebakmuncang yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan, serta kepada para pelaku UMKM dan masyarakat setempat yang telah dengan tulus berbagi wawasan dan pengalaman yang sangat berharga. Kami juga mengucapkan terima kasih

kepada tim akademisi dan peneliti yang telah bekerja keras dalam mengumpulkan data dan menyusun strategi pengembangan *Smart Economy*. Selain itu, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada lembaga pemberi dana yang telah mendanai Kegiatan Pengabdian ini, yang memungkinkan kami untuk menjalankan kegiatan ini dengan maksimal. Semoga kerja sama dan dukungan yang diberikan dapat memberikan manfaat yang besar bagi pengembangan UMKM di Desa Lebakmuncang dan mendukung keberlanjutan ekonomi desa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albino, V., Berardi, U., & Dangelico, R. M. (2015). Smart Cities: Definitions, Dimensions, Performance, and Initiatives. *Journal of Urban Technology*, 22(1), 3-21. <https://doi.org/10.1080/10630732.2014.942092>
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart Cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18(2), 65-82. <https://doi.org/10.1080/10630732.2011.601117>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Giffinger, R., Fertner, C., Kramar, H., Kalasek, R., Meijers, E., & Pichler-Milanovic, N. (2007). *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities*. Vienna University of Technology.
- Irfandanny, D., Kusuma, B. T., Sari, A. K., Ridha, F. A., Reksiana, C. P. E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Marghanita, C. L., & Salsabilla, M. A. (2022). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Lokal Branding Desa Sumbermujur Kab. Lumajang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1084–1090. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.5350>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT). (2021). Laporan Pengembangan Smart Village di Indonesia. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Nam, T., & Pardo, T. A. (2011). Conceptualizing Smart City with Dimensions of Technology, People, and Institutions. *Proceedings of the 12th Annual International Digital Government Research Conference*, 282-291. <https://doi.org/10.1145/2037556.2037602>
- Nuraisyah, N., Haryono, D., & Lutfiani, L. (2023). Pelatihan Strategi Digital Marketing bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Sarjo (Membentuk dan Mendukung Pengembangan Wirausahawan Muda dan Pemula). *SIKEMAS JOURNAL: Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 63-78. <https://doi.org/10.47353/sikemas.v2i2.1285>
- Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*.
- Sekretariat Desa Wisata Lebakmuncang. (2025). Data Produksi Stroberi di Desa Lebakmuncang (2019-2023). Laporan Internal Desa Wisata Lebakmuncang.
- Suranny, L. E. (2021). Pengembangan potensi desa wisata dalam rangka peningkatan ekonomi perdesaan di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan*, 5(1), 49–62. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- Tohir, R., Purnamasari, H., & Aditya, I. (2023). Peran Pemerintah Desa dalam Mendorong Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Wisata (Studi Kasus pada Desa Wisata Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *Jurnal Trias Politika*, 7(2), 292-310. <https://doi.org/10.33373/jtp.v7i2.5242>
- Zhukhruffa, S. (2023). Pemanfaatan Ekosistem Digital pada Platform e-Commerce dalam Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk UMKM. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(4), 1072-1088. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.343>