

Model Pendampingan Transformasi Digital Terintegrasi Dalam Meningkatkan Kemandirian Dan Daya Saing UMKM Kota Cirebon

Bani Nurhakim^{1*}, Willy Prihartono², Putri Indah Lestari³, Revan Faturochman⁴

¹Manajemen Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Kota Cirebon, Indonesia

²Komputerisasi Akuntansi, STMIK IKMI Cirebon, Kota Cirebon, Indonesia

Email : ^{1*}baninurhakim@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak - Transformasi digital menjadi kebutuhan strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen, peningkatan persaingan, serta perkembangan ekosistem perdagangan berbasis teknologi. Namun demikian, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan literasi digital, belum optimalnya pemanfaatan media sosial dan marketplace, lemahnya identitas merek, belum tertibnya administrasi dan pencatatan keuangan, serta belum terintegrasinya proses pemasaran, transaksi, dan pengelolaan pelanggan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan menerapkan model pendampingan transformasi digital terintegrasi untuk meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM di Kota Cirebon. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan pendampingan berbasis kebutuhan yang terdiri atas tahap identifikasi kebutuhan, pemetaan tingkat kematangan digital, pelatihan, implementasi teknologi, pendampingan intensif, monitoring, dan evaluasi. Program pendampingan difokuskan pada lima dimensi utama, yaitu digital branding, digital marketing, digital commerce, digital payment, serta digital business management. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan yang dilakukan secara bertahap dan terintegrasi mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai transformasi digital, kemampuan mengelola media sosial bisnis, kualitas konten promosi, pemanfaatan kanal penjualan digital, penggunaan pembayaran digital, dan kesadaran terhadap pentingnya pencatatan data usaha. Model pendampingan ini menekankan bahwa transformasi digital UMKM tidak cukup dilakukan melalui pelatihan satu arah, tetapi membutuhkan proses asesmen, praktik langsung, pendampingan, evaluasi, dan tindak lanjut secara berkelanjutan. Program ini diharapkan menjadi model pemberdayaan UMKM yang dapat direplikasi dan dikembangkan melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas usaha, dan pemangku kepentingan lainnya.

Kata Kunci: UMKM, Transformasi Digital, Pendampingan, Pemasaran Digital, Daya Saing, Kota Cirebon.

Abstract – Digital transformation has become a strategic necessity for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as they navigate shifting consumer behaviors, intensifying competition, and the evolution of technology-driven trade ecosystems. However, many MSMEs still face various obstacles, including limited digital literacy, suboptimal use of social media and online marketplaces, weak brand identity, disorganized administration and financial record-keeping, and a lack of integration between marketing, transaction, and customer management processes. This community service initiative aims to implement an integrated digital transformation mentoring model to enhance the self-reliance and competitiveness of MSMEs in Cirebon City. The implementation employs a participatory and needs-based mentoring approach, comprising stages such as needs identification, digital maturity mapping, training, technology implementation, intensive mentoring, monitoring, and evaluation. The mentoring program focuses on five key dimensions: digital branding, digital marketing, digital commerce, digital payments, and digital business management. Results indicate that this phased and integrated mentoring approach successfully improved participants' understanding of digital transformation, their ability to manage business social media, the quality of promotional content, the utilization of digital sales channels and payment methods, and their awareness regarding the importance of business data recording. This model underscores that MSME digital transformation cannot be achieved solely through one-way training; rather, it requires a continuous process involving assessment, hands-on practice, mentoring, evaluation, and follow-up. The program is expected to serve as a replicable and scalable MSME empowerment model, fostered through collaboration among higher education institutions, local government, business communities, and other stakeholders.

Keywords: MSMEs, Digital Transformation, Mentoring, Digital Marketing, Competitiveness, Cirebon City.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi daerah. Keberadaan UMKM tidak hanya berkaitan dengan aktivitas

produksi dan perdagangan, tetapi juga berperan dalam penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, pengembangan produk lokal, serta penguatan ekonomi masyarakat. Dalam konteks Kota Cirebon, posisi geografis yang strategis dan karakter ekonomi yang didukung oleh sektor perdagangan, jasa, kuliner, fesyen, kerajinan, dan industri kreatif memberikan peluang besar bagi pengembangan UMKM. Perubahan lingkungan bisnis pada era ekonomi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen. Konsumen semakin terbiasa mencari informasi produk melalui mesin pencarian dan media sosial, membandingkan harga secara daring, membaca ulasan pelanggan, melakukan komunikasi melalui aplikasi pesan instan, melakukan pembelian melalui marketplace, serta menggunakan sistem pembayaran digital. Kondisi tersebut menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga memiliki kemampuan mengelola proses bisnis secara digital.

Transformasi digital bagi UMKM tidak dapat dimaknai sebatas membuat akun media sosial atau mengunggah foto produk. Transformasi digital merupakan proses perubahan yang mencakup cara usaha membangun identitas merek, berkomunikasi dengan pelanggan, melakukan promosi, mengelola transaksi, menerima pembayaran, mencatat keuangan, menyimpan data pelanggan, serta menggunakan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan. Permasalahan yang sering ditemukan adalah bahwa adopsi teknologi pada UMKM masih berlangsung secara parsial. Pelaku usaha mungkin telah memiliki akun media sosial, tetapi belum mempunyai strategi konten. Sebagian telah menggunakan marketplace, tetapi belum mampu mengoptimalkan katalog, deskripsi produk, pelayanan pelanggan, dan evaluasi penjualan. Sebagian lainnya telah menerima pembayaran digital, tetapi transaksi belum dihubungkan dengan pencatatan keuangan dan evaluasi kinerja usaha.

Oleh karena itu, dibutuhkan suatu pendekatan pendampingan yang tidak berhenti pada kegiatan pelatihan. Pendampingan perlu dilakukan secara bertahap mulai dari identifikasi kebutuhan, pemetaan kondisi awal, peningkatan pengetahuan, praktik langsung, implementasi teknologi, monitoring, hingga evaluasi. Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini mengembangkan model pendampingan transformasi digital terintegrasi sebagai pendekatan pemberdayaan UMKM di Kota Cirebon. Model yang diterapkan mengintegrasikan lima komponen utama, yaitu: (1) digital branding; (2) digital marketing; (3) digital commerce; (4) digital payment; dan (5) digital business management. Kelima komponen tersebut dirancang sebagai satu kesatuan proses transformasi bisnis sehingga pelaku UMKM tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga dapat mengelolanya secara mandiri dan berkelanjutan.

1.1 Permasalahan Mitra

Berdasarkan identifikasi awal terhadap kebutuhan pelaku UMKM, permasalahan mitra dapat dikelompokkan ke dalam beberapa aspek.

- a. Pertama, keterbatasan literasi digital. Sebagian pelaku UMKM telah menggunakan telepon pintar dan media sosial, tetapi penggunaannya masih dominan untuk kebutuhan komunikasi personal. Pemanfaatan teknologi untuk pengembangan bisnis belum dilakukan secara sistematis.
- b. Kedua, belum kuatnya identitas digital usaha. Beberapa UMKM belum mempunyai logo yang konsisten, profil usaha yang jelas, foto produk yang representatif, katalog digital, desain promosi yang seragam, serta narasi merek yang mampu membedakan produk dari pesaing.
- c. Ketiga, pengelolaan media sosial bisnis masih bersifat spontan. Konten dibuat tanpa kalender publikasi, target audiens, tujuan komunikasi, dan indikator keberhasilan. Media sosial lebih banyak digunakan sebagai tempat mengunggah foto produk daripada sebagai sarana membangun hubungan dengan pelanggan.
- d. Keempat, kanal pemasaran dan penjualan belum terintegrasi. Media sosial, aplikasi pesan instan, marketplace, pembayaran digital, dan pencatatan transaksi sering digunakan secara terpisah. Akibatnya, pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola data pelanggan dan mengevaluasi efektivitas penjualan.

- e. Kelima, kemampuan pembuatan konten digital masih terbatas. Permasalahan mencakup kualitas foto produk, desain materi promosi, penulisan caption, penggunaan kata kunci, pemanfaatan video pendek, dan penyusunan ajakan bertindak atau call to action.
- f. Keenam, pencatatan keuangan dan data transaksi belum tertib. Sebagian pelaku usaha masih mencampurkan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Data penjualan belum digunakan untuk mengetahui produk terlaris, periode penjualan terbaik, perilaku pelanggan, dan kebutuhan persediaan.
- g. Ketujuh, program pelatihan yang pernah diterima pelaku usaha cenderung bersifat sesaat. Setelah kegiatan pelatihan selesai, peserta sering mengalami kesulitan ketika menerapkan materi secara mandiri. Hal tersebut menunjukkan perlunya perubahan pendekatan dari sekadar transfer pengetahuan menjadi pendampingan berbasis implementasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini menawarkan Model Pendampingan Transformasi Digital Terintegrasi yang menghubungkan aspek strategi, teknologi, pemasaran, transaksi, manajemen usaha, dan evaluasi kinerja.

1.2 Tujuan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM Kota Cirebon melalui penerapan model pendampingan transformasi digital yang terstruktur, terintegrasi, dan berkelanjutan.

a. Tujuan Jangka Pendek

Tujuan jangka pendek kegiatan adalah:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai konsep transformasi digital;
2. Memetakan tingkat kesiapan dan kebutuhan digital setiap peserta;
3. Meningkatkan kemampuan peserta dalam membangun identitas merek digital;
4. Meningkatkan keterampilan pengelolaan media sosial bisnis;
5. Meningkatkan kemampuan membuat foto, desain, caption, dan video promosi;
6. Membantu peserta mengoptimalkan kanal komunikasi dan penjualan digital;
7. Meningkatkan pemahaman terhadap pembayaran digital;
8. Meningkatkan kemampuan melakukan pencatatan transaksi dan keuangan usaha;
9. Membangun kebiasaan melakukan evaluasi pemasaran berdasarkan data sederhana; dan
10. menghasilkan rencana aksi transformasi digital untuk setiap UMKM peserta.

b. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang kegiatan adalah:

1. Meningkatkan kemandirian digital pelaku UMKM;
2. Memperluas akses pasar produk UMKM Kota Cirebon;
3. Meningkatkan daya saing produk lokal;
4. Membangun budaya pengelolaan usaha berbasis data;
5. Meningkatkan kemampuan UMKM dalam beradaptasi terhadap perubahan teknologi;
6. Membentuk ekosistem kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah, komunitas, dan dunia usaha;
7. Menghasilkan model pendampingan yang dapat direplikasi pada kelompok UMKM lainnya; dan

8. Mendorong terbentuknya UMKM lokal yang adaptif, produktif, mandiri, dan berkelanjutan.

1.3 Manfaat Kegiatan

a. Manfaat bagi Pelaku UMKM sebagai Mitra Utama

Bagi pelaku UMKM, program memberikan manfaat berupa peningkatan literasi digital, kemampuan membangun identitas merek, keterampilan menghasilkan konten, kemampuan mengelola media sosial bisnis, pemanfaatan kanal penjualan digital, pembayaran digital, serta pencatatan administrasi dan transaksi usaha.

Pendampingan juga membantu peserta memahami bahwa teknologi merupakan alat untuk menyelesaikan masalah bisnis. Dengan demikian, pemilihan teknologi dilakukan berdasarkan kebutuhan dan kemampuan masing-masing usaha.

b. Manfaat bagi Komunitas dan Organisasi Mitra

Bagi komunitas atau organisasi pendamping UMKM, kegiatan menghasilkan model pembinaan yang lebih terstruktur. Hasil asesmen dan monitoring dapat digunakan untuk mengelompokkan UMKM berdasarkan tingkat kesiapan digital sehingga program lanjutan dapat dirancang secara lebih tepat sasaran.

Program juga dapat mendorong terbentuknya komunitas belajar antarpelaku usaha. UMKM yang telah berhasil menerapkan praktik digital tertentu dapat berbagi pengalaman dengan peserta lainnya.

c. Manfaat bagi Keluarga Pelaku Usaha

Transformasi digital yang diterapkan secara tepat dapat membantu meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha keluarga. Penggunaan katalog digital, komunikasi pelanggan yang terstruktur, pencatatan transaksi, dan pembayaran digital dapat mengurangi proses administratif yang berulang.

Selain itu, program membuka peluang kolaborasi antaranggota keluarga. Generasi muda dapat berkontribusi dalam pengelolaan media sosial, desain, video, marketplace, dan analisis data sederhana, sedangkan anggota keluarga yang berpengalaman dapat berfokus pada produksi, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan.

d. Manfaat bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, peningkatan kapasitas UMKM memberikan dampak berupa tersedianya produk lokal yang lebih mudah ditemukan, diakses, dan dibeli melalui kanal digital. Peningkatan daya saing UMKM juga berpotensi memperkuat ekonomi lokal, membuka peluang kerja, dan mendorong tumbuhnya ekosistem kewirausahaan berbasis teknologi.

2. METODE PELAKSANAAN

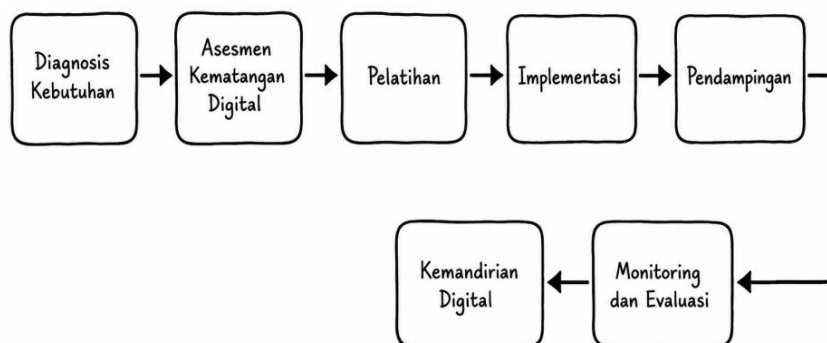
Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif, praktis, dan berbasis kebutuhan. Pelaku UMKM tidak ditempatkan sebagai objek penerima materi, tetapi sebagai mitra aktif yang terlibat dalam identifikasi masalah, penetapan prioritas, implementasi solusi, dan evaluasi. Model pelaksanaan kegiatan terdiri atas tujuh tahapan yang tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

1	Identifikasi dan Pemetaan Kebutuhan	Tim melakukan observasi, diskusi, wawancara, dan pengisian instrumen sederhana untuk mengetahui profil usaha, produk, pasar sasaran, kanal pemasaran, penggunaan media sosial, pembayaran digital, pencatatan transaksi, serta kendala yang dihadapi.
2	Asesmen Kematangan Digital	Tingkat kesiapan digital peserta dipetakan melalui lima dimensi, yaitu digital branding, digital marketing, digital commerce, digital payment, dan digital business management. Hasil asesmen menjadi dasar penyusunan prioritas pendampingan.

3	Pelatihan Berbasis Praktik	Materi disampaikan menggunakan kombinasi ceramah interaktif, demonstrasi, studi kasus, diskusi, simulasi, dan praktik langsung. Setiap peserta menggunakan usaha miliknya sebagai objek praktik.
4	Implementasi Teknologi	Peserta didampingi untuk menerapkan hasil pelatihan pada usahanya. Implementasi dapat berupa perbaikan profil bisnis, pembuatan katalog digital, penyusunan kalender konten, optimalisasi media sosial, pengelolaan komunikasi pelanggan, penggunaan marketplace, pembayaran digital, dan pencatatan transaksi.
5	Pendampingan Intensif	Pendampingan dilakukan melalui konsultasi individual dan kelompok. Tahap ini bertujuan membantu peserta menyelesaikan masalah nyata yang muncul pada saat implementasi.
6	Monitoring dan Evaluasi	Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi awal dan kondisi setelah program. Aspek yang diamati meliputi pemahaman peserta, kepemilikan aset digital, konsistensi identitas merek, aktivitas media sosial, kualitas konten, pemanfaatan kanal transaksi, serta keteraturan pencatatan usaha.
7	Tindak Lanjut	Peserta menyusun rencana aksi sederhana yang memuat target digitalisasi usaha, aktivitas prioritas, indikator capaian, dan jadwal implementasi.

Secara konseptual, alur model dapat dirumuskan pada gambar 1:



Gambar 1. Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan

Indikator evaluasi kegiatan meliputi tiga dimensi. Pertama, dimensi pengetahuan, yaitu peningkatan pemahaman mengenai pemasaran digital, transaksi digital, dan manajemen usaha. Kedua, dimensi keterampilan, yaitu kemampuan peserta membuat dan mengelola aset digital. Ketiga, dimensi implementasi, yaitu tingkat penggunaan teknologi dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program menghasilkan perubahan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan praktik pengelolaan usaha. Hasil program dapat dijelaskan melalui lima komponen transformasi digital.

3.1 Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program menghasilkan perubahan pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan praktik pengelolaan usaha. Hasil program dapat dijelaskan melalui lima komponen transformasi digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Program



Gambar 3. Pelaksanaan Program

a. Penguatan Digital Branding

Peserta memperoleh pemahaman bahwa identitas merek bukan hanya logo, tetapi keseluruhan identitas usaha yang membangun persepsi pelanggan. Pendampingan membantu peserta memperbaiki nama usaha, deskripsi bisnis, logo, warna visual, foto profil, informasi kontak, serta narasi keunggulan produk.

Hasil yang diperoleh berupa profil usaha yang lebih jelas dan identitas visual yang lebih konsisten. Peserta mulai mampu membedakan antara konten penjualan langsung, konten edukasi, konten interaksi, dan konten penguatan merek.

b. Peningkatan Kemampuan Digital Marketing

Peserta mampu menyusun perencanaan konten sederhana berdasarkan target konsumen. Pendampingan mencakup penyusunan tema konten, kalender publikasi, caption promosi, penggunaan foto dan video pendek, serta call to action.

Perubahan penting yang terlihat adalah pergeseran pola pikir dari “sekadar posting” menjadi “berkomunikasi dengan target pasar”. Peserta mulai memahami bahwa konten harus mempunyai tujuan yang jelas, seperti membangun kesadaran merek, memberikan informasi, meningkatkan interaksi, atau mendorong transaksi.

c. Penguatan Digital Commerce

Peserta didampingi untuk memahami perjalanan konsumen mulai dari menemukan produk hingga melakukan pembelian. Media sosial digunakan untuk membangun awareness dan engagement, sedangkan aplikasi pesan instan dan marketplace digunakan untuk mendukung komunikasi serta transaksi.

Integrasi sederhana antarplatform membuat proses pembelian menjadi lebih mudah. Konsumen dapat melihat informasi produk, menghubungi penjual, memilih produk, melakukan pembayaran, dan memberikan umpan balik melalui alur yang lebih jelas.

d. Peningkatan Pemanfaatan Pembayaran Digital

Peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya pembayaran digital sebagai bagian dari pelayanan pelanggan dan pencatatan transaksi. Digitalisasi pembayaran tidak hanya memberikan alternatif metode transaksi, tetapi juga dapat membantu usaha membangun riwayat transaksi yang lebih tertib.

Pendampingan diarahkan agar peserta memahami pentingnya memisahkan transaksi usaha dan transaksi pribadi serta melakukan rekonsiliasi sederhana terhadap penerimaan usaha.

e. Penguatan Digital Business Management

Pendampingan membantu peserta memahami pentingnya data dalam pengambilan keputusan. Data transaksi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui produk terlaris, waktu transaksi, jumlah pelanggan, nilai penjualan, dan pola pembelian berulang.

Peserta diperkenalkan pada pencatatan yang mudah digunakan sesuai kemampuan masing-masing. Prinsip yang diterapkan adalah memulai dari sistem sederhana, konsisten, dan dapat dipelihara secara mandiri.

f. Peningkatan Kemandirian Peserta

Salah satu hasil penting kegiatan adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam menyelesaikan kebutuhan digital dasar tanpa selalu bergantung pada pihak lain. Peserta mulai mampu memperbarui katalog, membuat konten, mengelola komunikasi pelanggan, mengevaluasi aktivitas pemasaran, dan melakukan pencatatan usaha secara mandiri.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya diukur berdasarkan jumlah akun digital yang dibuat, tetapi berdasarkan kemampuan peserta dalam mengelola teknologi secara berkelanjutan.

3.2 Pembahasan

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa pendekatan transformasi digital bagi UMKM perlu dilakukan secara terintegrasi. Digitalisasi yang hanya berfokus pada satu platform cenderung menghasilkan dampak yang terbatas. Media sosial yang aktif tidak otomatis menghasilkan transaksi apabila informasi produk tidak jelas, respons pelanggan lambat, metode pembayaran terbatas, atau pencatatan transaksi tidak tersedia.

Model pendampingan dalam kegiatan ini menempatkan transformasi digital sebagai sebuah perjalanan bertahap. Tahap pertama adalah digital presence, yaitu memastikan usaha mempunyai identitas dan keberadaan digital. Tahap kedua adalah digital engagement, yaitu membangun komunikasi dengan pelanggan. Tahap ketiga adalah digital transaction, yaitu mempermudah proses pemesanan dan pembayaran. Tahap keempat adalah digital management, yaitu mengelola transaksi dan data usaha. Tahap kelima adalah data-driven improvement, yaitu menggunakan data sebagai dasar perbaikan bisnis.

Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi. Faktor manusia, kemampuan belajar, kemauan mencoba, dukungan pendamping, dan kesesuaian teknologi dengan karakteristik usaha merupakan faktor yang sangat penting.

Pendampingan juga menunjukkan bahwa setiap UMKM mempunyai tingkat kesiapan yang berbeda. Oleh sebab itu, pendekatan seragam kurang efektif. UMKM pemula membutuhkan penguatan identitas dan literasi digital dasar. UMKM yang telah aktif di media sosial membutuhkan penguatan strategi konten dan konversi penjualan. Sementara itu, UMKM yang telah mempunyai volume transaksi lebih tinggi membutuhkan integrasi data, pencatatan, dan evaluasi kinerja.

Temuan kegiatan memperkuat pentingnya metode pendampingan yang menggabungkan pelatihan dan implementasi. Pelatihan memberikan pengetahuan, sedangkan pendampingan memastikan pengetahuan tersebut diterapkan pada konteks usaha masing-masing peserta. Proses monitoring kemudian memberikan umpan balik untuk memperbaiki praktik yang belum optimal.

Dari perspektif perguruan tinggi, kegiatan ini menunjukkan bahwa Pengabdian kepada Masyarakat dapat menjadi ruang penerapan kompetensi akademik untuk menyelesaikan masalah nyata. Kompetensi pada bidang sistem informasi, pemasaran digital, desain konten, pengelolaan data, dan teknologi bisnis dapat diintegrasikan dalam model pemberdayaan UMKM.

Model pendampingan juga membuka peluang keterlibatan mahasiswa melalui kegiatan berbasis proyek. Mahasiswa dapat berperan sebagai pendamping teknis dalam pembuatan katalog, konten, desain, video, sistem pencatatan sederhana, atau dashboard monitoring. Dengan demikian, kegiatan pengabdian dapat dikembangkan menjadi ekosistem kolaborasi antara dosen, mahasiswa, pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan komunitas usaha.

Secara konseptual, model pendampingan yang dihasilkan dapat dirumuskan dalam kerangka **5D-TD UMKM**, yaitu:

- a. **Digital Diagnosis**, berupa pemetaan masalah dan tingkat kesiapan digital;
- b. **Digital Design**, berupa penyusunan strategi dan prioritas transformasi;
- c. **Digital Deployment**, berupa implementasi teknologi pada proses usaha;
- d. **Digital Development**, berupa pendampingan dan peningkatan kemampuan; dan
- e. **Digital Data Evaluation**, berupa monitoring kinerja dan perbaikan berbasis data.

Model 5D-TD UMKM menempatkan teknologi sebagai bagian dari strategi bisnis, bukan sebagai tujuan akhir. Keberhasilan transformasi diukur dari kemampuan teknologi dalam meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, kualitas layanan, keteraturan manajemen, dan kemampuan adaptasi usaha.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Model Pendampingan Transformasi Digital Terintegrasi memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dalam meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM Kota Cirebon. Program tidak hanya berfokus pada penggunaan media sosial, tetapi mengintegrasikan digital branding, digital marketing, digital commerce, digital payment, dan digital business management.

Pendekatan berbasis asesmen, pelatihan, implementasi, pendampingan, monitoring, dan evaluasi membantu peserta memahami transformasi digital sebagai proses perubahan bisnis yang bertahap dan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, keterampilan, kualitas aset digital, pengelolaan pemasaran, pemanfaatan transaksi digital, serta kesadaran terhadap pentingnya data usaha.

Model 5D-TD UMKM yang terdiri atas Digital Diagnosis, Digital Design, Digital Deployment, Digital Development, dan Digital Data Evaluation dapat menjadi kerangka pendampingan yang adaptif terhadap tingkat kesiapan digital masing-masing UMKM. Model tersebut berpotensi direplikasi untuk program pemberdayaan UMKM lainnya dengan menyesuaikan karakteristik usaha, sektor produk, kapasitas sumber daya manusia, dan kondisi lingkungan bisnis.

Keberlanjutan program memerlukan sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas UMKM, sektor perbankan, platform teknologi, dan dunia usaha. Pendampingan yang berkelanjutan diperlukan agar transformasi digital tidak berhenti pada penggunaan aplikasi, tetapi berkembang menjadi budaya pengelolaan usaha yang adaptif, efisien, berbasis data, dan berorientasi pada peningkatan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R. P., dkk. (2022). Kajian pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kota Cirebon. *Jurnal Berdaya Mandiri*.
- Bank Indonesia. (2025). *Digitalisasi Ekonomi dan Keuangan sebagai Penguatan Ekosistem UMKM*. Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2025). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Bank Indonesia.
- Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. (2024). *Transformasi Digital UMKM Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia.
- Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. (2026). *Arah Kebijakan Pemberdayaan dan Peningkatan Kapasitas UMKM*. Jakarta: Kementerian UMKM Republik Indonesia.
- Pemerintah Kota Cirebon. (2025). *Data Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berdasarkan Skala dan Bidang Usaha*. Cirebon: Portal Open Data Kota Cirebon.
- Suherlan, Muhamad, L. F., & Aris, V. (2026). Transforming Competitive MSMEs through Community Engagement: Integrating Digital Technology and Local Wisdom. *TIRAKAT*, 3(1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.