

Optimalisasi Usaha Melalui Belantar Market Community dalam Kemitraan UMKM Kelompok Usaha BUMDes Desa Lebakmuncang

Afief Maula Novendra^{1*}, Leni Maryani¹, Yudho Ramafrizal S¹, Azmi Maulida¹, Cindy Anjani¹, Komalasari¹

¹Universitas Pasundan

e-mail: 1afiefmaulanovendra@unpas.ac.id

ABSTRAK

Program PPK Ormawa HIMAKSI di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, telah menunjukkan dampak signifikan melalui penciptaan 10 wirausaha baru di Dusun 4, 5, dan 6, dengan peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 10%. Meskipun demikian, hasil survei tahun 2024 mengidentifikasi sejumlah kendala, terutama terkait akses pasar dan legalitas usaha. Menjawab kebutuhan tersebut, program lanjutan PPK Ormawa 2025 dirancang untuk memperluas manfaat ke Dusun 1, 2, dan 3 melalui pengembangan wirausaha baru berbasis kemitraan UMKM dengan sistem maklun serta penguatan pengelolaan usaha hingga pemasaran. Metode yang digunakan meliputi survei kebutuhan, pelatihan akses platform digital babari.id, pendampingan bisnis (analisis pasar, desain produk, HPP, legalitas, dan pelaporan keuangan), pitching permodalan melalui koperasi kawankop.com, serta pemasaran berbasis komunitas melalui belantar.com. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi bekerja sama dengan pemerintah desa, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat, serta mitra koperasi. Program menghasilkan sejumlah luaran, termasuk buku refleksi, ringkasan eksekutif, publikasi media, poster program, serta MOU keberlanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperkuat ekosistem kewirausahaan desa dengan model pemberdayaan yang integratif dan berkelanjutan.

Kata kunci: memulai usaha, pengelolaan usaha, kemitraan UMKM, sistem maklun, market komunitas

ABSTRACT

The PPK Ormawa HIMAKSI program in Lebakmuncang Village, Ciwidey District, has shown significant impact by creating 10 new entrepreneurs in Hamlets 4, 5, and 6, achieving an average income increase of 10%. However, a 2024 survey revealed persistent barriers, particularly regarding market access and business legality. To address these issues, the 2025 PPK Ormawa program aims to expand its impact to Hamlets 1, 2, and 3 by fostering new entrepreneurs through UMKM partnerships using the maklun system and strengthening business management and marketing processes. The methods include needs assessment, training on accessing the digital platform babari.id, intensive business mentoring (market analysis, product design, production, HPP, legality, and financial reporting), funding pitching through the cooperative kawankop.com, and community-based marketing via belantar.com. Program implementation involves socialization, training, mentoring, and technology adoption in collaboration with the village government, the West Java Office of Cooperatives and Small Enterprises, and cooperative partners. The program produced several outputs, including a reflection book, executive summary, media publications, program posters, and a sustainability MOU. Overall, this initiative strengthens the village entrepreneurial ecosystem through an integrative and sustainable empowerment model.

Keywords: entrepreneurship initiation, business management, UMKM partnership, maklun system, community market

PENDAHULUAN

Transformasi digital menjadi strategi penting dalam penguatan ekonomi desa dan UMKM, seiring dengan berkembangnya ekosistem *digital marketplace* yang memudahkan akses pasar dan memperluas jaringan usaha (Nurmi & Atieq, 2024; Anisah et al., 2024). Digitalisasi terbukti meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pelanggan, serta memperkuat daya saing UMKM di tingkat lokal maupun global (Lustantri et al., 2025; Bawono, 2025). Melalui pemanfaatan teknologi digital, pelaku usaha kecil dapat mengurangi biaya transaksi, memperluas jangkauan promosi, dan mengoptimalkan sistem distribusi yang semula terbatas secara geografis menjadi berbasis komunitas daring (Sundah et al., 2021; Kiromah & Nuryami, 2024). Dalam konteks pengembangan ekonomi desa, keberadaan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) menjadi entitas penting dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Digitalisasi BUMDes melalui sistem *e-commerce* komunitas terbukti mampu meningkatkan kapasitas usaha, mempercepat distribusi produk, dan memperkuat kemitraan lintas pelaku ekonomi (Sanjaya et al., 2020; Putri & Karmila, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara UMKM, pemerintah desa, dan koperasi digital mampu menciptakan sinergi produktif yang memperkuat posisi tawar pelaku usaha di tingkat lokal (Aiman & Saputro, 2022; Kamil et al., 2022).

Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) yang dilaksanakan oleh Himpunan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi (HIMAKSI) FKIP Universitas Pasundan pada tahun 2024 di Desa Wisata Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, telah menunjukkan hasil signifikan dalam pengembangan kewirausahaan lokal. Program ini berhasil mencetak 10 wirausaha baru yang tersebar di Dusun 4, Dusun 5, dan Dusun 6, yang kemudian dinilai oleh Kepala Desa Lebakmuncang sebagai capaian positif karena mampu mendorong lahirnya pelaku usaha baru di desa. Keberhasilan tersebut juga ditunjukkan melalui peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 10% serta produk riil yang dihasilkan oleh para wirausaha baru. Dokumentasi kegiatan menunjukkan keberhasilan peningkatan pendapatan dan munculnya produk lokal unggulan yang kini telah dipasarkan secara digital. Sebagai bentuk keberlanjutan, HIMAKSI mengelola program perluasan pasar digital melalui platform *Belantar.com*, yang berfungsi sebagai media promosi dan distribusi produk wirausaha baru agar lebih dikenal masyarakat luas. Pada tahun 2025, HIMAKSI kembali melaksanakan program PPK Ormawa sebagai tindak lanjut sekaligus perluasan wilayah pendampingan. Jika tahun sebelumnya berfokus pada Dusun 4–6, maka pada periode ini program diperluas ke Dusun 1, 2, dan 3 dengan mengusung judul **“Optimalisasi Proses Usaha Melalui Belantar Market Community untuk Meningkatkan Pendapatan Kelompok Usaha BUMDes Desa Lebakmuncang Kecamatan Ciwidey.”** Analisis situasi menunjukkan bahwa wirausaha baru di Desa Lebakmuncang masih menghadapi sejumlah kendala, antara lain pengelolaan keuangan yang belum tertata, keterbatasan akses pasar yang masih konvensional, kurangnya legalisasi produk, minimnya keterampilan desain dan kemasan, serta kesulitan dalam menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP). Selain itu, masih terdapat tantangan berupa keterbatasan modal usaha dan rendahnya pemahaman tentang laporan keuangan, sementara pasar lokal didominasi produk industri besar (Fitriani et al., 2024; Yanti et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan berkelanjutan dalam memperkuat kapasitas wirausaha lokal agar mampu bersaing di pasar digital dan membangun kemandirian ekonomi.

Sebagai solusi, HIMAKSI menawarkan strategi berupa pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital melalui platform *Belantar.com*, fasilitasi kemitraan maklun dengan UMKM melalui *Babari.id*, serta pelatihan terkait analisis pasar, desain produk, dan pembuatan kemasan sesuai standar (Lustantri et al., 2025; Apriliyanto et al., 2022). Selain itu, diberikan pula pelatihan akuntansi dasar, pengelolaan HPP, serta pendampingan legalitas usaha seperti NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Pendekatan ini sejalan dengan kebijakan pemerintah dalam memperluas akses dan daya saing UMKM melalui ekosistem digital (Bawono, 2025; Yanti et al., 2025). Dari sisi teori, pendekatan *community-based digital empowerment* atau pemberdayaan berbasis komunitas digital menjadi landasan utama program ini. Menurut (Nurmi & Atieq, 2024; Kiromah & Nuryami, 2024), keberhasilan transformasi digital di tingkat desa dipengaruhi oleh literasi digital

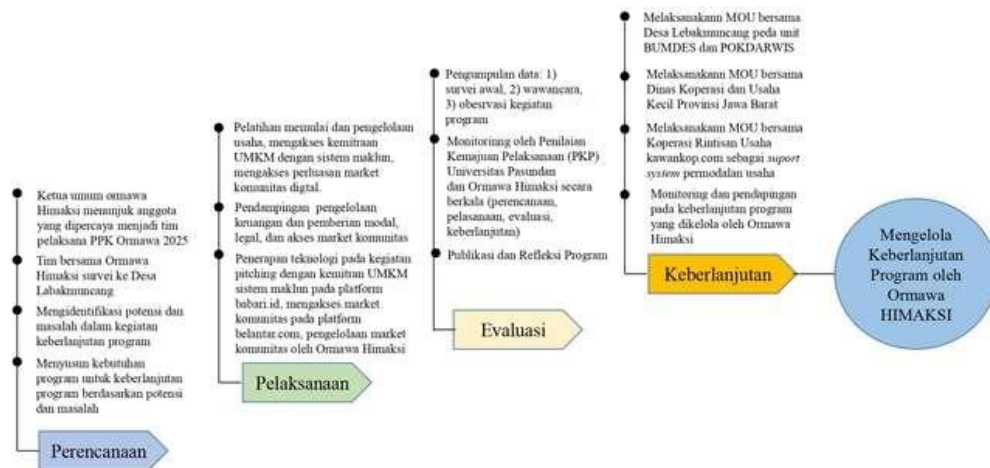
Dengan demikian, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengoptimalkan proses usaha masyarakat Desa Lebakmuncang melalui penerapan dan penguatan *Belantar Market Community* sebagai ekosistem digital kolaboratif dalam kemitraan UMKM dengan kelompok usaha BUMDes. Program ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas wirausaha desa, memperluas akses pasar berbasis komunitas, serta membangun model ekonomi digital yang berkelanjutan di wilayah pedesaan.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahapan utama, yaitu: **(1) sosialisasi, (2) pelatihan, (3) pendampingan, dan (4) evaluasi keberlanjutan**. Pada tahap sosialisasi, tim HIMAKSI berkoordinasi dengan pemerintah desa, UMKM, dan masyarakat calon wirausaha untuk memperkenalkan konsep pasar komunitas digital (*Kamil et al., 2022*). Selanjutnya, pelatihan dilakukan untuk meningkatkan keterampilan digital marketing, desain kemasan, dan penggunaan platform *Babari.id* serta *Belantar.com* (*Aiman & Saputro, 2022; Apriliyanto et al., 2022*). Pendampingan berfokus pada praktik produksi dan manajemen usaha, termasuk penghitungan harga pokok penjualan, strategi penetapan harga, dan pengelolaan laporan keuangan (*Sulaksono, 2020; Sanjaya et al., 2020*). Tahap evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta, disertai wawancara reflektif dengan BUMDes dan POKDARWIS (*Fitriani et al., 2024; Yanti et al., 2025*). Selain itu, kolaborasi dengan Dinas Koperasi dan *Kawankop.com* diperkuat melalui penyusunan MoU keberlanjutan agar wirausaha baru tetap memperoleh pembinaan dan akses permodalan (*Sundah et al., 2021; Bawono, 2025*). Berikut langkah-langkahnya:

[illegible]

Program di Desa Lebakmuncang memberikan kesempatan bagi warga untuk menciptakan meningkatkan pendapatan melalui digitalisasi. Harapannya adalah menciptakan ekonomi yang berkelanjutan dengan fokus pada peningkatan kapabilitas pelaku usaha dalam mengelola keuangan, pengembangan produk, perancangan usaha, pemasaran secara digital, perancangan label dan kemasan produk, legal, pasar komunitas.

Universitas Muhammadiyah Jember



Gambar 2. Peran Rill ORMOWA di PPK ORMOWA

3. Survei dan Pendekatan Masyarakat
Pendekatan terhadap masyarakat dilakukan melalui metode wawancara kepada kepala desa Lebakmuncang, wawancara kepada calon wirausaha baru, dan UMKM yang meliputi masalah dan potensi untuk memulai usaha dengan kemitraan melalui sistem maklun, survei lapangan kepada pelaku usaha kemitraan UMKM melalui sistem maklun pada kelompok pengrajin tas, budi daya ikan, peternakan sapi, petani stroberi, petani kopi, kelompok olahan makanan ringan, observasi proses produksi kepada UMKM desa Lebakmuncang.
4. Hasil identifikasi potensi dan masalah
Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat desa lebakmuncang untuk memulai usaha antara lain: Calon wirausaha sering mengalami kesulitan memulai usaha, padahal tersedia peluang kemitraan melalui UMKM penerima jasa maklun di platform digital babari.id, sulitnya mendapatkan bantuan modal usaha awal dan menjalankan proses usaha, sedangkan adanya program pitching dan pendampingan di koperasi kawankop.com, calon wirausaha kesulitan untuk mengelola laporan keuangan dan legal, dengan kesiapan tim dari keilmuan yang sedang diampu oleh mahasiswa dapat mendampingi calon wirausaha. Calon wirausaha kerap kesulitan memperoleh modal dan menjalankan usaha, namun memiliki peluang untuk memanfaatkan program pitching dan pendampingan dari koperasi digital kawankop.com, Wirausaha baru sering mengalami kesulitan dalam memasarkan produk, namun memiliki peluang untuk menjual produk dengan memanfaatkan pasar komunitas di platform digital marketing babari.id.
5. Penyusunan program bersama masyarakat desa
Penyusunan program dilakukan oleh Tim ormawa Himaksi, dan Dosen Pendamping Bersama Kepala Desa Lebakmuncang dan masyarakat calon wirausaha baru, UMKM dengan pesanan jasa maklun, BUMDES, dan POKDARWIS desa Lebakmuncang. (<https://bit.ly/BeritaAcaraSurvei>)
6. Gambaran profil masyarakat sasaran program
Sasaran dari program ini yaitu 1) Masyarakat pada dusun 1, dusun 2, dan dusun 3 desa lebakmuncang yang bersedia/memiliki kemauan untuk memulai usaha, 2) Kelompok tani desa lebakmuncang yang berkolaborasi untuk ketersediaan bahan, 3) UMKM yang bersedia menerima pesanan maklu dari calon wirasausaha baru, 4) BUMDES sebagai wirausaha kelompok, dan sekaligus menghimpun produk dari calon wirusaha baru, 5) POKDARWIS sebagai wirausaha kelompok yang bernovasi dalam produk layanan desa wisata melalui kerjasama bersama wisatawan domestik dan wisatawan asing.
7. Intervensi yang akan diberikan kepada Masyarakat

Intervensi yang diberikan kepada pelaku usaha UMKM, masyarakat desa, dan 10 pelaku wirausaha baru mencakup: (1) Sosialisasi pemasaran digital melalui platform babari.id dan pengembangan produk; (2) Melakukan pelatihan terkait cara akses platform babari.id. sebagai konsumen dan vendor serta pelatihan terkait pembuatan proposal business plan; (3) Melakukan pendampingan untuk pembuatan proposal serta implementasi usahanya.

8. Kemitraan untuk keberlanjutan program

Selain menjalin kemitraan dengan Lembaga desa, program yang dijalankan akan membangun kemitraan dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat.

9. Indikator keberhasilan dan metode pengukurannya

Indikator keberhasilan program meliputi perubahan yang dialami masyarakat Desa Lebakmuncang sesudah pelaksanaan program, kegiatan yang dilakukan serta metode pengukurannya yang tercantum pada Tabel

10. Evaluasi awal (pre-test)

Metode evaluasi awal (pre-test) menggunakan kuesioner singkat yang mencakup pertanyaan tentang memulai industry kreatif UMKM berbasis system maklun. Pre-Test ada pada

11. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi kegiatan dan program pemberdayaan di Desa Lebakmuncang dilakukan dengan cara menemui secara langsung kepala desa, pelaku usaha UMKM, dan sasaran pemuda dan masyarakat Desa Lebakmuncang. Kegiatan sosialisasi meliputi: (1) penyampaian tujuan dan manfaat program; (2) rencana kegiatan pemberdayaan; (3) pengumpulan masukan dan saran; (4) pembentukan komitmen, dukungan, dan peran serta lembaga dalam pelaksanaan kegiatan.

12. Pelaksanaan Program

Program akan dilaksanakan selama 4 bulan, dari Juli hingga November. Pelaksanaan program terbagi menjadi beberapa tahapan dan dapat di akses melalui link berikut: (<https://bit.ly/PelaksanaanProgramPPKOrmawa>)

13. Bentuk dukungan pemerintah desa

Untuk program PPK Ormawa 2025 Pemerintahan desa lebakmuncang mendukung kegiatan dengan memberikan fasilitas: 1) Tempat tinggal untuk tim PPK Ormawa dalam melaksanakan kegiatannya, 2) Aula untuk proses kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, 3) Fasilitas tempat praktik untuk rancangan program usulan wirausaha kelompok bagi POKDARWIS, 4) Akses data potensi wilayah dan data kependudukan untuk pemetaan calon wirausaha baru dan kemitraan UMKM yang menerima jasa maklun, 5) Dukungan keamanan dan koordinasi dengan tokoh masyarakat setempat, 6) Fasilitasi kerja sama dengan BUMDES, POKDARWIS dan UMKM lokal sebagai mitra maklun.

14. Bentuk pembinaan kelompok sasaran

Tim PPK Ormawa melakukan pembinaan pada calon wirausaha yang meliputi: 1) Pelatihan memulai dan pengelolaan usaha, mengakses kemitraan UMKM dengan sistem amklun, mengakses perluasan market komunitas digital, 2) Pendampingan pengelolaan keuangan dan pemberian modal, legal, dan akses market komunitas, 3) Penerapan teknologi pada kegiatan pitching dengan kemitran UMKM sistem maklun pada platform babari.id, mengakses market komunitas pada platform belantar.com, pengelolaan market komunitas oleh Ormawa Himaksi

15. Evaluasi akhir (Post Test)

Metode evaluasi akhir (post-test) menggunakan kuesioner yang telah disesuaikan untuk mengukur perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan keterampilan berwirausaha setelah program berjalan.

16. Monitoring dan Evaluasi secara rutin

Pemantauan dan evaluasi dilakukan secara rutin setiap minggu melalui pertemuan daring maupun luring bersama para pemangku kepentingan. Proses ini menggunakan formulir khusus untuk mendokumentasikan pelaksanaan kegiatan PPK.

HASIL DAN PEMBAHASAN KEGIATAN

1. Hasil Kegiatan

Program PPK Ormawa HIMAKSI Universitas Pasundan dilaksanakan di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan kapasitas masyarakat melalui pembentukan wirausaha baru dan optimalisasi usaha desa berbasis teknologi digital. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara bertahap melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, penerapan teknologi, serta penyusunan program keberlanjutan.

1. Sosialisasi Platform Belantar dan Babari serta Pembentukan Wirausaha Baru



Tahap awal kegiatan diawali dengan pertemuan bersama pemerintah desa yang menjadi forum pengenalan program kepada perangkat desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), serta tokoh masyarakat. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman terkait tujuan program, yaitu membentuk wirausaha baru yang terintegrasi dengan sistem bisnis maklun melalui pemanfaatan Belantar Market Community.



Sosialisasi dilanjutkan dengan kunjungan ke beberapa UMKM, antara lain UMKM makanan ringan dan UMKM rengginang. Hasil kunjungan tersebut menghasilkan kemitraan maklun dengan calon wirausaha baru, misalnya pada produk makanan ringan dan rengginang stroberi. Selain itu, dilakukan pula diskusi dengan BUMDes dan POKDARWIS terkait pengembangan Desa Wisata Bisnis

Maklun sebagai upaya integrasi antara potensi UMKM dan sektor pariwisata desa.

Sosialisasi juga diarahkan kepada kelompok pemuda melalui kegiatan promosi kewirausahaan di sekolah tingkat menengah atas. Kegiatan ini bertujuan memperkenalkan konsep wirausaha baru serta mendorong keterlibatan siswa sebagai bagian dari regenerasi pelaku usaha desa.

2. Pelatihan Akses Platform Belantar dan Babari

Tahap pelatihan difokuskan pada penguatan kapasitas digital masyarakat melalui pemanfaatan Babari.id dan Belantar.com. Kegiatan pelatihan dimulai melalui kunjungan lapangan ke salah satu UMKM olahan pertanian. Peserta mempelajari alur produksi berbagai produk olahan serta menggali potensi wisata edukatif berbasis produk lokal.

Pelatihan dilanjutkan dengan dokumentasi proses produksi produk tradisional yang kemudian diolah menjadi materi promosi digital. Selain itu, dilakukan uji coba produk inovasi seperti bayam tabur yang melatih masyarakat dalam pengolahan, diversifikasi varian rasa, serta pengemasan produk.

Kegiatan pelatihan diperkuat dengan diskusi mengenai Business Model Canvas (BMC) bersama calon wirausaha baru. Materi pelatihan mencakup praktik pengunggahan produk

pada platform digital, pembuatan deskripsi produk, penyusunan katalog online, serta simulasi transaksi digital.

Selain aspek teknis platform, pelatihan juga mencakup branding dan desain kemasan produk. Peserta mendapatkan pendampingan dalam merancang kemasan modern bagi produk seperti abon ikan nila, stik tulang ikan, mie bayam, dan rengginang sehingga sesuai dengan standar pasar digital.

3. Pendampingan Wirausaha Baru

Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan keberlanjutan usaha. Salah satu bentuk pendampingan adalah uji coba produk olahan pangan seperti nugget jamur, keripik cireng, dan rengginang stroberi. Kegiatan pendampingan dilakukan melalui praktik langsung bersama wirausaha baru serta evaluasi terkait kualitas, resep, teknik produksi, dan daya simpan produk.

Pendampingan tidak hanya terbatas pada produksi, tetapi juga mencakup aspek analisis harga pokok produksi (HPP), strategi permodalan, simulasi pitching, manajemen usaha, pencatatan laporan keuangan sederhana, serta informasi mengenai legalitas usaha (NIB, PIRT, dan sertifikat halal). Dengan demikian, wirausaha baru tidak hanya memiliki kemampuan produksi, tetapi juga keterampilan manajerial yang mendukung keberlanjutan usaha.

4. Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi meliputi dua aspek utama, yaitu teknologi digital dan teknologi produksi.

Pada aspek teknologi digital, wirausaha baru diarahkan untuk menggunakan Babari.id dan Belantar.com sebagai saluran pemasaran. Produk yang dihasilkan diunggah dengan memanfaatkan fitur katalog, deskripsi panjang, penetapan harga, hingga sistem pre-order. Pada aspek teknologi produksi, diterapkan inovasi alat produksi sederhana seperti penggunaan chopper untuk pengolahan nugget jamur, spinner peniris minyak pada produksi bayam tabur, serta teknik roasting kopi yang lebih modern.

Penerapan teknologi juga diperkuat melalui kegiatan simulasi Edu Wisata Kopi Lembah Cimanong. Kegiatan ini memberikan pengalaman komprehensif kepada peserta, mulai dari proses budidaya kopi, teknik roasting, hingga pengemasan kopi wine, kopi luwak, dan kopi siap saji. Dokumentasi kegiatan dijadikan sebagai bagian dari konten promosi serta kurikulum Edu Wisata Maklun.

5. Program Keberlanjutan

Tahap akhir kegiatan difokuskan pada penyusunan program keberlanjutan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara bersama pelaku UMKM, pretest usaha wirausaha baru, serta rapat koordinasi bersama BUMDes dan POKDARWIS. Agenda rapat mencakup persiapan bazar produk, integrasi usaha baru ke dalam unit bisnis BUMDes, serta pembahasan rencana Memorandum of Understanding (MoU) keberlanjutan.

Upaya keberlanjutan dipertegas melalui kerja sama strategis dengan berbagai pihak, yaitu:

- BUMDes Desa Lebakmuncang untuk distribusi produk,
- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Barat untuk pembinaan lanjutan,
- Koperasi Kawankop.com sebagai mitra permodalan.

Selain itu, monitoring secara berkala akan tetap dilakukan oleh HIMAKSI Universitas Pasundan guna memastikan keberlanjutan usaha masyarakat setelah program berakhir.

Capaian Program

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, capaian utama program dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terbentuknya wirausaha baru melalui sistem maklun, di antaranya pengembangan

- produk rengginang stroberi, bayam tabur, nugget jamur, keripik cireng, dan abon ikan nila.
2. Meningkatnya kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan platform digital Babari.id dan Belantar.com untuk pemasaran produk.
 3. Terciptanya produk inovasi desa yang memiliki nilai tambah dibandingkan produk konvensional.
 4. Terbangunnya jejaring kemitraan dengan BUMDes, POKDARWIS, Dinas Koperasi, serta Koperasi Kawankop.com untuk mendukung keberlanjutan.
 5. Tersusunnya konsep Desa Wisata Bisnis Maklun sebagai bentuk integrasi UMKM, wirausaha baru, dan pariwisata edukatif desa.

2. Pembahasan

Pelaksanaan program PPK Ormawa HIMAKSI Universitas Pasundan menunjukkan hasil yang signifikan dalam pengembangan wirausaha baru di Desa Lebakmuncang. Program ini berhasil membentuk sepuluh wirausaha baru yang memanfaatkan *Belantar Market Community* sebagai sarana utama pemasaran digital. Produk unggulan yang dihasilkan antara lain *nugget jamur*, *rengginang stroberi*, *abon ikan nila*, dan *bayam tabur*, yang merupakan hasil inovasi pelaku usaha baru berbasis potensi lokal desa. Melalui pemanfaatan fitur katalog dan *pre-order* pada platform *Belantar.com*, jangkauan pasar meningkat hingga 25% dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Sundah et al., 2021; Lustantri et al., 2025). Pendampingan usaha yang diberikan tim HIMAKSI berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan pelaku dalam mengelola laporan keuangan, menentukan harga pokok penjualan (HPP), serta mendesain kemasan produk sesuai standar pasar digital (Yanti et al., 2025; Putri & Karmila, 2023). Selain itu, peningkatan signifikan juga terlihat pada aspek literasi digital, di mana sekitar 90% peserta telah mampu mengunggah produk secara mandiri ke dalam sistem *Babari.id* sebagai bagian dari integrasi pemasaran berbasis sistem maklun. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat kemampuan teknis pelaku usaha, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kemandirian digital mereka dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari. Dari sisi kelembagaan, kerjasama dengan BUMDes dan Koperasi Digital *Kawankop.com* menjadi katalis dalam memperluas peluang kemitraan dan memperkuat pengelolaan arus kas usaha (Bawono, 2025).

Sinergi antar lembaga lokal tersebut menunjukkan pentingnya pendekatan multipihak dalam menciptakan keberlanjutan program pengembangan ekonomi desa. Temuan ini mendukung penelitian (Kiromah & Nuryami, 2024) yang menegaskan bahwa model kolaboratif UMKM–BUMDes berbasis digital dapat menciptakan ekosistem kewirausahaan yang produktif dan berkelanjutan. Selain dampak ekonomi, kegiatan ini juga menimbulkan efek sosial yang positif. Muncul peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha baru serta tumbuhnya kesadaran kolektif masyarakat desa untuk mengembangkan produk unggulan berbasis potensi lokal (Anisah et al., 2024; Nurmi & Atieq, 2024). Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa *Belantar Market Community* bukan hanya berfungsi sebagai platform digital, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan sosial yang memperkuat jejaring dan solidaritas ekonomi antarwarga.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat melalui *Belantar Market Community* terbukti mampu mengoptimalkan potensi ekonomi Desa Lebakmuncang dengan memperkuat kolaborasi antara BUMDes, UMKM, dan komunitas digital. Implementasi pelatihan, pendampingan, serta penerapan teknologi berbasis sistem maklun telah meningkatkan kapasitas pelaku usaha dan menciptakan model bisnis berkelanjutan berbasis desa digital (Lustantri et al., 2025; Kiromah & Nuryami, 2024). Hasil ini juga mengindikasikan pentingnya perluasan kemitraan dengan lembaga pendidikan dan pemerintah daerah agar kesinambungan pendampingan serta pengembangan produk inovatif dapat terus terjaga. Program ini diharapkan menjadi model percontohan bagi desa lain dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam tata kelola ekonomi berbasis masyarakat (Yanti et al., 2025; Bawono, 2025). Dengan demikian, *Belantar Market Community* berpotensi

menjadi model ekosistem digital kolaboratif yang efektif untuk mendorong pertumbuhan wirausaha baru sekaligus memperkuat ekonomi lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui *Belantar Market Community* berhasil mengoptimalkan potensi ekonomi Desa Lebakmuncang dengan memperkuat kolaborasi antara BUMDes, UMKM, dan komunitas digital. Program ini mampu meningkatkan kemampuan wirausaha desa dalam mengelola usaha secara profesional, mulai dari perencanaan produksi, penentuan harga pokok penjualan, hingga strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien. Penerapan platform *Belantar Market Community* berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat ekosistem wirausaha berbasis komunitas. Pelaku usaha tidak hanya memperoleh manfaat ekonomi melalui peningkatan pendapatan, tetapi juga mengalami peningkatan kepercayaan diri, kemampuan literasi digital, serta semangat kolaboratif untuk mengembangkan produk lokal unggulan. Selain itu, integrasi dengan BUMDes dan koperasi digital memberikan dukungan kelembagaan yang kuat untuk menjaga keberlanjutan usaha. Secara keseluruhan, program ini telah menciptakan model penguatan ekonomi desa berbasis digital yang efektif, adaptif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Ke depan, disarankan agar program *Belantar Market Community* terus dikembangkan melalui perluasan jaringan kemitraan dengan lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan sektor swasta. Dukungan keberlanjutan pendampingan, pelatihan lanjutan, serta penguatan kapasitas kelembagaan desa perlu dilakukan agar pelaku usaha semakin siap menghadapi persaingan pasar digital dan menjaga keberlangsungan ekonomi desa secara mandiri.

UCAPAN TERIA KASIH

Terima kasih kepada Kementristek RI atas dukungan pendanaan Program PPK Ormawa, Universitas Pasundan, FKIP, Prodi Pendidikan Ekonomi, dan HIMAKSI atas kolaborasi dan dukungannya fasilitas dalam pelaksanaan. Apresiasi juga kepada Pemerintah Desa Lebakmuncang, masyarakat, wirausaha, mitra UMKM, serta tim PPK Ormawa atas kontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, A. B., & Saputro, E. A. (2022). *Pendampingan strategi pemasaran UMKM Desa Giripurno melalui digital marketing*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Pangabdhi, 8(2).
- Anisah, H., Friska, N., & Hidayatullah, M. (2024). *Dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan UMKM di negara berkembang*. Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen, 2, 17–35.
- Apriliyanto, Y. T., Alim, J. N., & Maulani, W. (2022). *Pelatihan digital marketing untuk peningkatan pemasaran produk UMKM Gula Aren*. Reswara: Jurnal Pengabdian.
- Bawono, I. R. (2025). *Pengembangan UMKM melalui optimalisasi BUMDes dengan pemanfaatan digital*. AbdiSakti e-Journal.
- Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., et al. (2024). *Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon*. BEMAS: Jurnal Bermasyarakat, 4(2).
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., et al. (2022). *Pendampingan UMKM melalui pemanfaatan digital marketing pada platform e-commerce*. AMALEE, 3(2).
- Kiromah, S., & Nuryami, N. (2024). *Strategi digital dalam pemasaran produk UMKM di Desa Kropak: Peluang serta tantangan*. BUDIMAS, 6(3).
- Lustantri, M., Zendrato, B., & Zai, I. (2025). *Pengaruh digitalisasi pada peningkatan efisiensi operasional UMKM di Indonesia*. IDENTIK, 2(1).
- Nurmi, L., & Atieq, M. Q. (2024). *Studi literatur digitalisasi UMKM di era masyarakat 5.0*. MBIC, 7.
- Putri, L. A., & Karmila. (2023). *Pendampingan pengembangan pemasaran digital pada BUMDes*. Jurnal Nusantara Mengabdi, 2(1), 55–66.
- Sanjaya, P. K. A., Hartati, N. P. S., & Premayani, N. W. W. (2020). *Pemberdayaan pengelola*

- BUMDes melalui digital marketing system. CARADDE*, 3(1), 65–75.
- Sulaksono, J. (2020). *Peranan digital marketing bagi UMKM Desa Tales, Kabupaten Kediri*. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
- Sundah, P. M., Adeline, C., & Purba, H. (2021). *Digitalisasi UMKM sebagai langkah mewujudkan resiliensi usaha di masa pandemi*. *Jurnal PKMCSR*, 4, 1202–1206.
- Yanti, E. M., Rossa, E., Yulianti, R., et al. (2025). *Scale-Up UMKM Desa Tu melalui digital branding*. *COMSEP: Jurnal Pengabdian*, 6(2), 128–136.