



SELF IDENTITY MANAGEMENT UMKM DALAM CYBERSPACE : PERSPECTIF PASCA TRANSFORMASI DIGITAL UMKM DI KAWASAN DESTINASI WISATA GEOPARK CILEUTUH

Oleh

Deri Firmansyah¹, Asep Achamd Rifa'i², Asep Suryana³, A. Idun Suwarna⁴

^{1,2,3,4}STIE Pasim Sukabumi Jawa Barat

E-mail: ¹ deri@stiepasim.ac.id

Article History:

Received: 01-09-2021

Revised: 16-10-2021

Accepted: 28-10-2021

Keywords:

Self Identity Management, MSME, Cyberspace Social Media

Abstract: *The ability of micro-enterprises (Mi) and small-enterprises (Se) to carry out digital transformation using social media cyberspace as their cyberpreneur in cyberspace is not supported by the ability to manage their identity, which triggers a lack of awareness of signs of account theft as well as data and identity obscuration. they. The purpose of community service activities is to provide training related to increasing digital literacy for self-identity management for Mi and Se actors who have carried out digital transformation to avoid cyber crime. The implementation method is carried out through the direct observation and training stages. This activity offers mentoring and training as solutions and approaches that are considered relevant. With this training they have additional knowledge and skills in the digital field that can increase understanding in managing self-identity, data and information in social media cyberspace, and can encourage more insight in marketing their products while promoting the tourist attraction of Geopark Cileutuh virtually, even more daring to try. enter a more global e-commerce platform and marketplace.*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 berimplikasi pada berbagai aspek menjadi serba digital, serba *Internet of Things (IoT)*, *basic clouds computing*, *big data*, *3D printing*, massifnya *virtual reality*, *augmented reality*, hingga hadirnya *artificial intelegent (AI)*. Perubahan yang terjadi secara massif menandai telah terjadinya Era revolusi industri 4.0.¹ Era digital mendorong setiap orang untuk mampu beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) agar dapat memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, karena era digital memungkinkan setiap orang untuk melakukan pencarian informasi dan melakukan komunikasi yang lebih luas tanpa batas dengan menggunakan berbagai *platform* digital,

¹ Ali Ghufron Mukti, 'Perguruan Tinggi Harus Siap Hadapi Era Revolusi Industri', *Universitas Negeri Yogyakarta. Dies Natalis UNY*, 2018 <<https://www.uny.ac.id/berita/perguruan-tinggi-harus-siap-hadapi-era-revolusi-industri>>.



sosial media atau bahkan *marketplace* sebagai bagian dari cara baru dalam berkomunikasi di era milenial baik untuk kepentingan antar individu maupun komunitas.

Tahap revolusi dari masa ke masa timbul akibat dari manusia yang terus mencari cara termudah untuk beraktivitas. Setiap tahap menimbulkan konsekuensi pergerakan yang semakin cepat. Perubahan adalah keniscayaan dalam kehidupan umat manusia.² Pada area yang berubah dengan cepat ini, media sosial sebagai bagian dari digital *platform* menjadi bagian penting dalam komunikasi dan interaksi manusia. Media sosial adalah tipe baru media *online*, berdasarkan transmisi sinyal digital secara kekinian (*real-time*), yang mempromosikan komunikasi antarpribadi melalui interpersonal dan massa komunikasi informasi. media sosial telah mempersingkat jarak ruang-waktu antara orang-orang, mengubah mode penyebaran informasi dan yang sesuai struktur kekuatan sosial dalam masyarakat kontemporer.³

Munculnya media sosial telah mengubah model komunikasi di era informasi, secara mendalam konsekuensi bagi hampir semua aspek di masyarakat. Media sosial, dengan karakteristik hubungan yang unik, individualitas, efisiensi, berbagi, aglomerasi, integrasi dan keterbukaan,⁴ saat ini berkembang pesat menggantikan media tradisional di mana sumber daya sangat terspesialisasi.⁵ Penyebaran informasi dan aliran informasi media yang horizontal menciptakan model penyebaran informasi masyarakat kontemporer lebih divergen, sehingga merekonstruksi komunikasi antarpribadi. Hal ini mempengaruhi perilaku orang, sebagai tuntutan era digital membentuk masyarakat digital dimana interaksi dan komunikasi lebih banyak dilakukan melalui ruang maya (*cyberspace*), sebagai suatu lokasi imajiner dimana aktivitas elektronik dilakukan (*virtual space*) atau sebagai transformasi menjadi masyarakat virtual yang terbentuk melalui komunikasi yang terjalin dalam sebuah jaringan komputer (*interconnected computer networks*).⁶

Cyberspace media sosial memberikan kesempatan dan sifat komunikasi untuk siapa saja dalam menciptakan kekuatan massa. *Cyberspace* merupakan integrasi atau rasionalisasi secara natural dan tidak terhindarkan dari *special-purpose network* yang membentuk sistem saraf masyarakat modern akibat semakin rumit dan berkembangnya infrastruktur yang ada, seperti penyiaran melalui satelit, kabel, telepon baik umum dan seluler, internet dan alat elektronik lainnya.⁷ *Cyberspace* merupakan wadah baru bagi masyarakat untuk menciptakan perubahan baru berhubungan dengan berbagai kepentingan, menghindari terjadinya konflik antara pasar bebas dan pasar tertutup, yang bertujuan untuk mengatasi perpecahan karena jarak antara masyarakat yang inklusif dan

² Keminfo, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia : Strategi Dan Sektor Potensial* (Jakarta, 2019) <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G6N3UG6WFpoJ:https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230+&cd=1&hl=jv&ct=clnk&gl=id>.

³ Dale Ganley and Cliff Lampe, 'The Ties That Bind: Social Network Principles in Online Communities', *Decision Support Systems*, 47.3 (2009), 266–74.

⁴ Han Shen and Geoffrey Wall, 'Social Media, Space and Leisure in Small Cities', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26.2 (2021), 73–80 <<https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>>.

⁵ Aristotle Tympas, 'Paul Levinson, The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution [Book Review]', *IEEE Annals of the History of Computing*, 21.3 (1999), 76.

⁶ F Emilia, 'Peran Media Dalam Cyberspace, Informational Politics, Dan Public Sphere', *Jurnal Hubungan Internasional*, 6.1 (2013), 57–70 <<http://journal.unair.ac.id/filerPDF/fix4jurnal/pika.pdf>>.

⁷ Richard K. Moore, "*Democracy and Cyberspace*" in *Discourse and Decision Making in the Information Age* (London: London: Routledge, 1999).



eksklusif. *Space* ini sebagai bukti hasil dari transformasi teknologi yang ada.^{8; 9}

Teknologi digital menyediakan berbagai *platform* yang menaungi medial sosial memungkinkan siapa saja dapat berinteraksi dan melakukan komunikasi dengan cepat dan dengan ruang yang lebih luas telah menjadi budaya massa di era digital. Seandainya budaya massa merupakan budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen, maka media sosial merupakan *platform* yang sengaja dibuat dalam menunjang kegiatan tersebut, terutama dalam melakukan bentuk komunikasi keperluan bisnis.¹⁰ Bahkan secara global berbagai *platform e-commercial* dan *marketplace* saat ini telah memberikan kesesuaian untuk skala bisnis menengah dan besar dalam menjalin komunikasi pemasaran, metode transaksi, hingga akses informasi aliran distribusi produk dapat dilakukan lebih *real time* sehingga memberikan kemudahan interaksi pelaku bisnis dengan market secara digital.

Kehadiran *platform e-commerce* dan *marketplace* sebagai bentuk nyata dari perkembangan teknologi digital sangat membantu masyarakat pelaku UMKM, karena memungkinkan dapat semakin memperluas jangkauan pasarnya secara cepat tanpa harus bertemu langsung dengan para pelanggan. Hal ini menjadi peluang pelaku UMKM untuk naik kelas, UMKM yang maju, mandiri, dan berdaya saing serta berkontribusi dalam perekonomian nasional, tentunya harus mampu melakukan transformasi dari bisnis konvensional *go* digital. Digitalisasi melalui *e-commerce* jelas mendorong inklusi digital UMKM melalui penyediaan akses ke berbagai fitur digital.¹¹ Untuk dapat melakukan transformasi digital, UMKM perlu adanya pendampingan dan pemberdayaan melalui program-program edukasi atau pelatihan, serta bimbingan untuk menggunakan teknologi secara optimal agar dapat terus bertumbuh secara merata dan berkelanjutan.

Kesenjangan transformasi digital UMKM terjadi antara pelaku UMKM perkotaan dan pelaku UMKM pedesaan. Kondisi ini dipengaruhi literasi digital, keputusan ekonomi, budaya, pola perilaku konsumsi dan berbelanja, serta dukungan pihak-pihak yang berkepentingan. Secara umum, permasalahan yang dihadapi ialah masih adanya kesenjangan atas akses informasi melalui teknologi digital, terutama bagi masyarakat yang hidup pada garis kemiskinan, tinggal di pedesaan, berusia lanjut.¹² Meskipun demikian, pelaku UMKM dipedesaan termasuk kawasan destinasi wisata yang berada di daerah pelosok mulai menyadari kehadiran teknologi digital dan sebagian dengan tanpa keraguan sudah mampu memanfaatkan *platform* digital mulai media sosial, *ecommerce* dan *marketplace* sesuai eskalasi bisnis yang dijalankannya, sehingga tercipta porses bisnis

⁸ Manuel Castells, *Informational Politics and the Crisis of Democracy in The Power of Identity* (Chicago: Chicago: University of Chicago Press, 1999).

⁹ Emilia.

¹⁰ Muhammad Fuad, 'Cyberspace Media Sosial Dan Konsumsi Kolektif Masyarakat Urban', *Unair News*, 2018 <<http://news.unair.ac.id/2018/12/30/cyberspace-media-sosial-dan-konsumsi-kolektif-masyarakat-urban/>> [accessed 30 September 2021].

¹¹ Muhammad Nur Asikin, 'Ecommerce Mempermudah UMKM Untuk Bertransformasi Digital', *Harian Jawapos.Com*, 2021 <<https://www.jawapos.com/ekonomi/31/03/2021/ecommerce-mempermudah-umkm-untuk-bertransformasi-digital/>> [accessed 30 September 2021].

¹² Dewa Ayu Diah Agendasari, 'Urgensi Literasi Digital Bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia', *Kementerian Komunikasi Dan Informatika (Keminfo) RI. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika*, June 2020 <<https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/>>.



digital.

Munculnya kawasan destinasi wisata *Geopark* Cileutuh Kabupaten Sukabumi sebagai salah satu objek wisata telah memberikan dampak ekonomi ganda (*multiple economic effect*) yakni dengan adanya destinasi wisata yang memiliki daya tarik tinggi memungkinkan kesempatan berwirausaha dan pelaku UMKM semakin luas serta dapat menciptakan lapangan kerja yang sekaligus berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat yang memiliki kesejahteraan ekonomi yang baik. Kawasan *Geopark* Cileutuh terdiri dari delapan kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Ciracap.¹³ Di kecamatan ini banyak bermunculan masyarakat pelaku usaha mikro (UMi), dan usaha kecil (UK) berbasis kerajinan tangan (*hand made*) maupun berbagai makanan olahan rumahan, selain itu terdapat juga banyak usaha menengah (UM).

Cadasngampar merupakan salah satu wilayah perkampungan yang masuk wilayah Kecamatan Ciracap Kabupaten Sukabumi. Di Cadasngampar RT. 013, RW. 04 Desa Ciacap Kecamatan Ciracap terdapat beberapa masyarakat pelaku usaha mikro (UMi) berbasis kerajinan tangan dan makanan ringan olahan rumahan, usaha kecil (UK) pengelolaan gula merah, dan sektor usaha menengah (UM). Pelaku usaha menengah, diketahui bahwa sebagian besar mereka sudah memanfaatkan dan berhasil memaksimalkan *platform* digital untuk proses bisnisnya yang di dukung pembiayaan, kemampuan *maintenance*, *security* dan *privacy* identitas mereka pada aplikasi bahkan *website* sendiri. Berbeda dengan pelaku usaha mikro dan usaha kecil di kampung Cadasngampar, hanya beberapa dari mereka yang mampu memanfaatkan teknologi digital yakni media sosial yang lebih sering digunakan sebagai *cyberpreneur* mereka untuk tetap dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya di era digital. *Cyberpreneur* adalah individu atau pihak yang mulai menjalankan bisnisnya di dalam *cyberspace* (dunia maya) dan internet termasuk beberapa media digital didalamnya. Pelaku UMi dan UK sebagai *cyberpreneur* pada program kegiatan ini secara sederhana lebih berperan sebagai *user* dari berbagai media digital yang ada untuk memasarkan produknya, yang merupakan bagian dari bentuk penyesuaian proses bisnis yang selaras dengan era digital.

Kemampuan pelaku UMi dan pelaku UK dalam melakukan transformasi digital menggunakan *cyberspace* media sosial sebagai *cyberpreneur*-nya di ruang maya kurang di dukung dengan kemampuan privasi dan pengelolaan identitasnya. Hal ini memicu kurangnya kesadaran akan adanya tanda-tanda pencurian akun maupun pengaburan data dan identitas mereka sebagai *cyberpreneur*. Jika kondisi demikian terus terjadi dapat menimbulkan kerugian privatisasi dan informasi yang berkepentingan, berkurangnya kepercayaan pelanggan bahkan menimbulkan *loss opportunity* berhubungan dengan biaya kesempatan dan keuntungan. Oleh karena itu, masih diperlukan pendampingan dan pelatihan berhubungan dengan peningkatan literasi digital untuk pengelolaan identitas diri bagi pelaku usaha mikro (UMi) dan usaha kecil (UK) yang sudah melakukan transformasi digital agar tetap dapat menjaga akurasi informasi tentang mereka dan produknya, menjaga kepercayaan pelanggan, dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Merujuk pada kondisi tersebut, maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat

¹³ Peraturan Gubernur, 'Peraturan Gubernur Jawa Barat No. 20 Tahun 2016, Tentang Badan Pengelola Kawasan Geopark Nasional Cileutuh Di Daerah Kabupaten Sukabumi', *Biro Hukum Dan HAM SETDA Provinsi Jawa Barat*, 2016, pp. 1-12 <<https://jdih.jabarprov.go.id/page/info/produk/7184>> [accessed 22 August 2021].

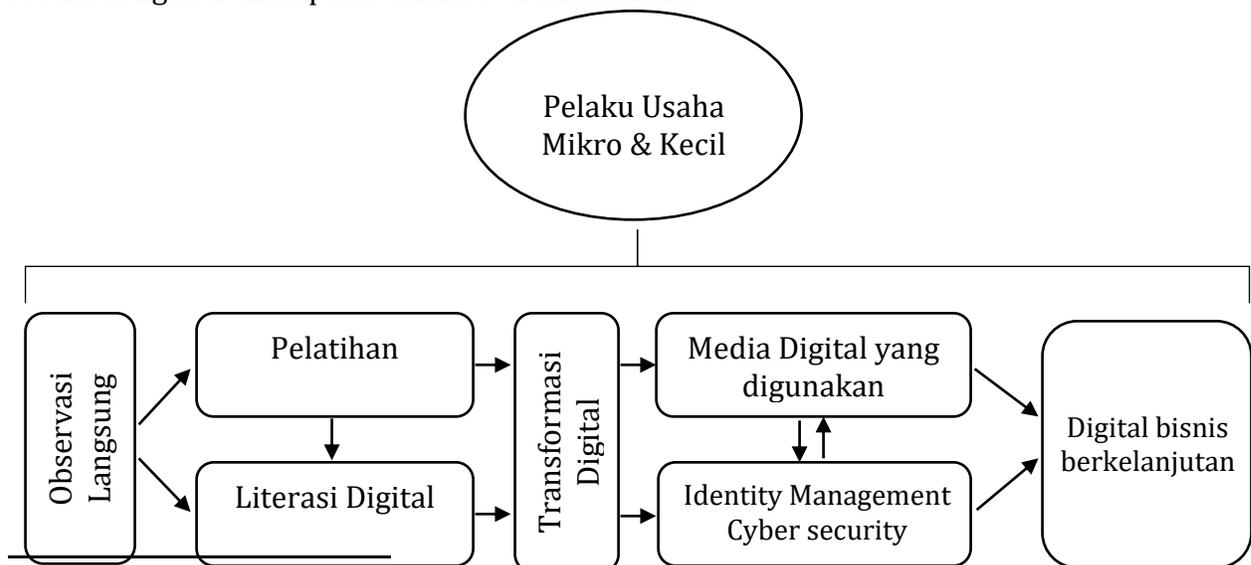


(PKM) ini berkomitmen untuk melaksanakan kegiatan Program Kegiatan Masyarakat (PrKM) pada usaha mikro (UMi) dan Usaha kecil (UK) berbasis makanan ringan olahan rumahan dan kerajinan tangan bukan makanan, yang berada di kawasan destinasi wisata *Geopark* Cileutuh, tepatnya di kampung Cadasngampar, Desa/Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.

METODE

Metode yang dilakukan pada kegiatan PKM ini ditempuh melalui beberapa tahap. *Pertama*, observasi. Observasi yaitu suatu teknik atau cara pengumpulan data melalui pengamatan tentang kegiatan keseharian manusia atau hal-hal yang diamati, dimana pengamatan dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.¹⁴ Pada tahap ini pengabdian melakukan observasi langsung ke lokasi dimana program kegiatan akan dilaksanakan dengan maksud untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan pada saat proses bisnis khususnya pada saat interaksi dan komunikasi pemasaran melalui berbagai media sosial hingga aplikasi *e-commerce*. Hal ini perlu dilakukan pengabdian untuk mengetahui kondisi dan proses bisnis digital pelaku usaha mikro dan kecil di Cadasngampar Kecamatan Ciracap, yang berguna sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan instrument apa yang diperlukan dalam upaya meningkatkan literasi digital agar dapat mengelola identitas diri mereka sebagai pelaku bisnis dalam *cyberspace* sehingga terhindar dari kejahatan maya. Observasi ini sangat membantu untuk mewujudkan keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

Kedua, pelatihan. Pelatihan merupakan proses pembelajaran yang melibatkan perolehan keahlian, konsep, peraturan, atau sikap untuk meningkatkan kinerja bisnis yang maksimal.¹⁵ Pelatihan yang diberikan berupa pembelajaran singkat tentang cara mengelola identitas diri pelaku usaha mikro dan kecil di media sosial. Pelatihan diperlukan sebagai sarana dan waktu pemberian materi tentang peningkatan literasi digital secara sederhana sesuai dengan kemampuan dan kesediaan mereka.



¹⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014).

¹⁵ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 3rd edn (Yogyakarta: Yogyakarta: STIE YKPN, 2004).



Gambar 1. Model & Tahapan Kegiatan Pengabdian

Sumber : Konsep dan Fenomena Disesuaikan Kebutuhan Tim Pengabdi (2021)

Observasi dilakukan secara langsung datang ke lokasi tempat pengabdian dilaksanakan, selama pengamatan berlangsung tim pengabdi membawa pedoman lembar pengamatan (kualitatif) dan mencatat kegiatan dan kejadian pada saat proses bisnis digital dilakukan oleh pelaku usaha mikro dan kecil (fokus pengabdian pada dua pelaku usaha tersebut). Data dan informasi yang diperoleh dari hasil observasi atau pengamatan langsung digunakan sebagai bahan untuk menentukan instrumen dan model pelatihan yang sesuai dengan tema *self identity management* UMKM dalam *cyberspace* media sosial. Hal ini merujuk pada pelaku usaha mikro dan kecil yang sudah melakukan transformasi digital dengan media yang sering digunakan adalah baru pada media sosial.

HASIL

Pelaksanaan pengabdian dimulai tanggal 04 September 2021 sampai tanggal 19 September 2021. Waktu pelatihan telah disesuaikan, pada program kegiatan ini lebih tepatnya dilaksanakan pada hari Sabtu dan Minggu selama waktu yang disebutkan di atas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan berhubungan dengan peningkatan literasi digital merujuk pada tema pengabdian ini yaitu pengelolaan identitas diri bagi pelaku usaha mikro (UMi) dan usaha kecil (UK) yang sudah melakukan transformasi digital agar terhindar dari kejahatan maya terhadap identitas mereka, privasi dan menjaga kepercayaan pelanggan, dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Tim pengabdian terdiri dari empat orang dosen, setiap pelaksanaan kegiatan di bagi dua kelompok pengabdi yang masing-masing terdiri dari dua orang dosen, setiap pelaksanaan pemberian materi dan pelatihan dilakukan secara bergantian oleh kelompok pengabdi. Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian pada dua pelaku usaha yakni pelaku usaha mikro dan kecil di Kampung Cadasngampar RT/RW. 013/04, Desa/Kecamatan Ciracap Kabupaten Sukabumi.

Pemberian Materi dan Pelaksanaan Pelatihan

Kisi-kisi materi yang diberikan pada saat pelaksanaan kegiatan merujuk pada hasil observasi. Modul praktis singkat dan sederhana yang sebelumnya telah disusun dan dibuat tentang peningkatan literasi digital termasuk di dalamnya meningkatkan kesadaran akan adanya tanda-tanda pencurian akun, deteksi pihak-pihak tak dikenal yang mencoba masuk pada akun, autentikasi, otorisasi, enkripsi data dan penerapan perekaman informasi atau sistem yang mencoba masuk hingga uji keamanan aplikasi yang digunakan sebagai media bisnis digital. Materi yang diberikan lebih pada aktivitas yang dapat dilakukan secara inklusi oleh kedua pelaku usaha tersebut termasuk cara mencari dan menggunakan *cyber security* dengan aplikasi *security* yang dapat di akses tanpa bayar (*free/open source*) untuk melindungi akun, aplikasi dan perangkat yang digunakan. Selanjutnya modul tersebut diberikan guna melengkapi pemahaman peserta pada saat pelaksanaan kegiatan pelatihan berlangsung. Pemberian materi dan pelatihan disesuaikan dengan skala usaha mereka dan tingkat *cyberspace* media sosial yang sering digunakan dalam proses bisnisnya secara digital.

Hasil Pemberian Materi dan Pelatihan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Asesmen atas kegiatan pemberian materi dan pelatihan yang telah dilaksanakan



berhubungan dengan peningkatan literasi digital merujuk pada tema pengabdian ini yaitu *self identity management* bagi pelaku usaha mikro (UMi) dan usaha kecil (UK) dalam *cyberspace* media sosial; perspektif pelaku UMKM yang sudah melakukan transformasi digital, program kegiatan dilakukan pada dua pelaku usaha tersebut yang berlokasi di Kampung Cadasngampar RT/RW. 013/04, Desa/Kecamatan Ciracap Kabupaten Sukabumi.

Berdasarkan pembekalan dan pelatihan yang telah dilaksanakan, secara sederhana sesuai tingkat literasi digital awal peserta maka diperoleh hasil bahwa: (1) Peserta memahami tanda-tanda percobaan pencurian identitas diri mereka pada akun bisnisnya di media sosial yang digunakan, dan mengetahui cara memulihkannya. Meningkatnya kesadaran tanda-tanda pencurian akun membuktikan telah adanya pemahaman yang baik. (2) Peserta dapat mendeteksi pihak-pihak tak dikenal yang mencoba masuk pada akun mereka. (3) Tanpa dibantu orang lain peserta mampu menggunakan aplikasi *security*, autentifikasi, berbagai penerapan otorisasi, enkripsi dan privasi agar data tidak mudah terbaca oleh para pelaku kejahatan *cyber*. (4) Adanya kesadaran akan pentingnya menggunakan sandi yang kuat dilakukan dengan *mix* dari kata, huruf, dan simbol-simbol. Selain itu juga peserta memahami pentingnya pergantian *password* secara berkala dan menerapkan autentifikasi dua faktor serta mereka bersedia dan sudah bisa melakukannya sendiri demi keamanan identitas diri dan usaha mereka. (5) Peserta sudah mengetahui cara mencari aplikasi *security* yang sesuai dengan aplikasi dan perangkat yang digunakannya dalam melaksanakan bisnis secara digital. (6) Peserta lebih menjadi memahami mana pihak yang benar-benar berkepentingan dengan informasi tentang produk dan membutuhkan produk yang dipasarkannya di media sosial, dan mampu mengidentifikasi ciri-ciri pihak atau perangkat yang mencoba mencari informasi untuk penyalahgunaan informasi dan akun bisnis yang digunakan dalam media digital.

DISKUSI

Sudah menjadi kewajiban pelaku usaha untuk dapat memberikan informasi tentang usaha dan produk yang tersedia untuk dipasarkan dalam *cyberspace* media sosial, serta informasi-informasi lain yang memberikan nilai tambah dan memiliki daya tarik bagi pelanggan. Namun demikian, pelaku usaha mikro dan kecil tetap harus memperhatikan aspek-aspek yang dapat disalahgunakan pihak lain, tentang informasi bisnis mereka dan produk yang dipasarkan agar senantiasa terhindar dari risiko pencurian identitas diri dari para pelaku kejahatan maya. Melakukan transformasi digital bisnis adalah relevan dengan era milenial saat ini, namun harus diimbangi dengan kemampuan adaptasi dengan teknologi digital, peningkatkan literasi digital baik literasi informasi, literasi media, literasi ICT hingga literasi *cyber security* sangat diperlukan agar dapat menggunakan dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam tataran normatif dan praktik namun belum pada evaluasi hasil implementasi yang lebih ideal karena keterbatasan kondisi dan keadaan pihak-pihak yang terlibat, pelaksanaan kegiatan sebatas pemberian pelatihan dengan tujuan agar dapat meningkatkan literasi digital terutama untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam mengelola identitas diri bagi pelaku usaha mikro (UMi) dan usaha kecil (UK) yang sudah melakukan transformasi digital dan menjalankan bisnisnya dalam *cyberspace* media sosial. Setidaknya sebagai pelaku usaha yang berada di kawasan destinasi wisata *Geopark* Cileutuh dengan adanya pelatihan



ini mereka memiliki tambahan pengetahuan dan keterampilan di bidang digital yang dapat mendorong lebih insight dalam memasarkan produknya sekaligus melestarikan, mengembangkan dan mempromosikan daya tarik wisata *Geopark* Cileutuh secara *virtual* melalui *cyberspace* media sosial bahkan lebih berani mencoba memasuki *platform e-commerce* dan *marketplace* yang lebih global untuk mengembangkan bisnisnya secara digital.

KESIMPULAN

Terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelaku usaha mirko dan kecil mendapatkan pengalaman dan pembelajaran baru tentang literasi digital. Berdasarkan hasil *feed back* diperoleh informasi bahwa pelaksanaan kegiatan ini relevan dengan kebutuhan kedua pelaku usaha tersebut. Mereka merasa lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis secara digital, karena telah mendapat pengalaman dan wawasan baru mengenai literasi digital dan teknologi informasi dan komunikasi yang aplikatif dan bermanfaat untuk mendukung performa bisnis mereka secara berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan PKM ini dapat terlaksana dengan lancar berkat adanya Kerjasama dan partisipasi yang baik dari semua pihak. Oleh karena itu ucapan terimakasih kepada tim pengabdian kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dosen program studi Manajemen dan Akuntansi STIE Pasim Sukabumi yang bersama-sama melaksanakan tridharma perguruan tinggi sebagai bagian pelaksanaan pengabdian diri dalam dunia pendidikan dan pengabdian kepada masyarakat khususnya di Kota Sukabumi. Tim LPPM STIE Pasim Sukabumi. Mitra terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, Ketua RT.013 Kp. Cadasngampar Kecamatan Ciracapa Kabupaten Sukabumi dan tokoh masyarakat setempat yang turut mendukung terlaksananya kegiatan PKM ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Agendasari, Dewa Ayu Diah, 'Urgensi Literasi Digital Bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia', *Kementerian Komunikasi Dan Informatika (Keminfo) RI. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika*, June 2020 <<https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/>>
- [2] Asikin, Muhammad Nur, 'Ecommerce Mempermudah UMKM Untuk Bertransformasi Digital', *Harian Jawapos.Com*, 2021 <<https://www.jawapos.com/ekonomi/31/03/2021/ecommerce-mempermudah-umkm-untuk-bertransformasi-digital/>> [accessed 30 September 2021]
- [3] Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014)
- [4] Castells, Manuel, *Informational Politics and the Crisis of Democracy in The Power of Identity* (Chicago: Chicago: University of Chicago Press, 1999)
- [5] Emilia, F, 'Peran Media Dalam Cyberspace, Informational Politics, Dan Public Sphere', *Jurnal Hubungan Internasional*, 6.1 (2013), 57-70 <<http://journal.unair.ac.id/filerPDF/fix4jurnal/pika.pdf>>
- [6] Fuad, Muhammad, 'Cyberspace Media Sosial Dan Konsumsi Kolektif Masyarakat



- Urban', *Unair News*, 2018 <<http://news.unair.ac.id/2018/12/30/cyberspace-media-sosial-dan-konsumsi-kolektif-masyarakat-urban/>> [accessed 30 September 2021]
- [7] Ganley, Dale, and Cliff Lampe, 'The Ties That Bind: Social Network Principles in Online Communities', *Decision Support Systems*, 47.3 (2009), 266–74
- [8] Keminfo, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia : Strategi Dan Sektor Potensial* (Jakarta, 2019) <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:G6N3UG6WFpoJ:https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230+&cd=1&hl=jv&ct=clnk&gl=id>
- [9] Moore, Richard K., *"Democracy and Cyberspace" in Discourse and Decision Making in the Information Age* (London: London: Routledge, 1999)
- [10] Mukti, Ali Ghufon, 'Perguruan Tinggi Harus Siap Hadapi Era Revolusi Industri', *Universitas Negeri Yogyakarta. Dies Natalis UNY*, 2018 <<https://www.uny.ac.id/berita/perguruan-tinggi-harus-siap-hadapi-era-revolusi-industri>>
- [11] Peraturan Gubernur, 'Peraturan Gebernur Jawa Barat No. 20 Tahun 2016, Tentang Badan Pengelola Kawasan Geopark Nasional Ciletuh Di Daerah Kabupaten Sukabumi', *Biro Hukum Dan HAM SETDA Provinsi Jawa Barat*, 2016, pp. 1–12 <<https://jdih.jabarprov.go.id/page/info/produk/7184>> [accessed 22 August 2021]
- [12] Shen, Han, and Geoffrey Wall, 'Social Media, Space and Leisure in Small Cities', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26.2 (2021), 73–80 <<https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1859057>>
- [13] Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 3rd edn (Yogyakarta: Yogyakarta: STIE YKPN, 2004)
- [14] Tympas, Aristotle, 'Paul Levinson, The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution [Book Review]', *IEEE Annals of the History of Computing*, 21.3 (1999), 76



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN