

Strategi Kredit Ultramikro Berbasis Kearifan Lokal di Gunung Padang

Ultra-Micro Credit Strategy Based on Local Wisdom in Gunung Padang

Jan Prince Permata¹, Hardy R Hermawan², Azka Aurelia Dewanti³, Ngyuyen Kim Thanh⁴, Deden Prayitno⁵, Fanky Antoneus Sorongan⁶, Markonah⁷, Rahmawati Mohd Yusoff⁸

^{1,2}Mahasiswa Program Doktor Manajemen Berkelanjutan Perbanas Institute^{1,2}

³Mahasiswa Program Sarjana Akuntansi Perbanas Institute

Jl. Perbanas, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta, 12940, Indonesia

⁴Mahasiswa University of Economics and Finance Vietnam

141-145 Điện Biên Phủ Street, Ward 15, Binh Thanh District, Ho Chi Minh City 700000, Vietnam

⁵Dosen Program Sarjana Sistem Informasi Perbanas Institute

⁶Dosen Program Diploma Akuntansi Perbanas Institute

⁷Dosen Program Sarjana Manajemen Perbanas Institute⁷

Jl. Perbanas, Karet Kuningan, Setiabudi, Jakarta, 12940, Indonesia

⁸Dosen Universiti Teknologi MARA (UiTM) Johor

Jalan Universiti Off Km. 12, Jalan Muar,

85000 Segamat, Johor Darul Ta' Zim, Malaysia

e-mail: jan.prince07@perbanas.id

Article history

Received : Nov 12, 2025

Revised : Dec 12, 2025

Accepted : May 30, 2026

Abstrak – Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Internasional ini bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar destinasi wisata dan situs sejarah Gunung Padang melalui pemanfaatan kredit mikro/ultramikro (UMi) yang dikombinasikan dengan penguatan kearifan lokal yaitu adat, gotong royong, musyawarah, dan digitalisasi pembayaran. Pelaksanaan pada tanggal 18 September 2025 dihadiri 55 peserta yaitu lima mahasiswa doktoral Perbanas, delapan mahasiswa asing Perbanas, lima dosen Perbanas, sepuluh pegiat budaya Gunung Padang, sepuluh pelaku usaha ultra mikro/mikro, sepuluh perwakilan Pokdarwis, satu perwakilan Pemerintah Desa Karya Mukti, dan satu perwakilan Pemerintah Kabupaten Cianjur. Kegiatan berisi pemaparan materi, diskusi tanya-jawab, identifikasi masalah lapangan yaitu akses kredit, literasi pembayaran digital, kebutuhan pelatihan usaha, pengelolaan keuangan dan kunjungan ke situs Gunung Padang. Rekomendasi yang dihasilkan meliputi desain produk kredit UMi yang adaptif, penguatan *group-lending* dan modal sosial, fasilitasi registrasi QRIS dan pelatihan pembayaran digital, pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal, serta rencana monitoring *social return on investment* (SROI) sederhana untuk memantau dampak ekonomi. Artikel ini mendasarkan argumen pada literatur mikro-keuangan, modal sosial, *community-based tourism*, *business model canvas*, dan SROI untuk menyusun strategi terukur dan praktis.

Kata kunci: kredit mikro, ultramikro, kearifan lokal, *community-based tourism*, Gunung Padang.

Abstract – This international community engagement program (PKM) aimed to improve the income of communities surrounding the Gunung Padang heritage site through the integration of micro and ultra-micro (UMi) credit, local wisdom values, and digital-payment systems. The activity was conducted on 18 September 2025 in Gunung Padang, Cianjur, West Java, involving 55 participants consisting of Perbanas doctoral students, international students, lecturers, local cultural practitioners, micro and ultra-micro entrepreneurs, Tourism Awareness Group (Pokdarwis) members, and representatives from village and regional governments. The program applied participatory learning methods through presentations, interactive discussions, field observations, and needs assessments to identify key challenges faced by local entrepreneurs, including limited access to financing, low digital-payment literacy, weak financial management, and underdeveloped tourism-based business strategies. The program generated several recommendations, including adaptive UMi financing schemes, strengthening group lending and social capital, QRIS onboarding and digital-payment training, development of Community-Based Tourism (CBT) packages rooted in local wisdom, and the application of a simple Social Return on Investment (SROI) framework to monitor economic impact and program sustainability.

Keywords: microcredit, ultra-micro, local wisdom, Community-Based Tourism, Gunung Padang.

I. PENDAHULUAN

Situs Megalitik Gunung Padang merupakan salah satu warisan budaya penting di Indonesia yang memiliki nilai

historis, arkeologis, sosial, dan edukatif. Penetapannya sebagai kawasan cagar budaya bukanlah proses yang instan. Melalui Surat Keputusan Bupati Cianjur No. 431/389.b/Disbudpar/2010 tertanggal 23 November 2010,

Pemerintah Kabupaten Cianjur secara resmi menetapkan Gunung Padang sebagai Situs Cagar Budaya tingkat Kabupaten/Kota [1]. Penetapan ini menguatkan status Gunung Padang sebagai objek penting yang perlu dilindungi dan dikelola secara berkelanjutan.

Regulasi tersebut selaras dengan ketentuan Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, yang menyatakan bahwa suatu benda, situs, atau struktur yang telah berusia lebih dari 50 tahun dan memiliki nilai sejarah, ilmu pengetahuan, serta makna budaya layak mendapatkan perlindungan negara [2]. Dengan demikian, Gunung Padang tidak hanya dipandang sebagai peninggalan arkeologi, tetapi juga sebagai media pelestarian nilai budaya dan identitas lokal.

Selain bernilai historis, kawasan ini kemudian diarahkan sebagai destinasi wisata berbasis budaya. Melalui Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pemerintah daerah diberi ruang untuk mengembangkan potensi wisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal melalui inovasi pengelolaan yang terencana [3]. Kebijakan ini diperkuat dalam dokumen Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Cianjur, serta regulasi tata ruang wilayah melalui Perda No. 17 Tahun 2012 tentang RTRW Kabupaten Cianjur 2011–2031, yang secara eksplisit memasukkan Gunung Padang sebagai salah satu ikon daya tarik wisata unggulan [4].

Konsekuensi logis dari penetapan tersebut adalah semakin terbukanya peluang sektor ekonomi lokal. Potensi pariwisata budaya dan sejarah memungkinkan terciptanya aktivitas ekonomi berbasis komunitas seperti penyediaan jasa transportasi lokal, homestay, kuliner tradisional, pemandu wisata, dan kerajinan tangan. Namun dalam praktiknya, banyak pelaku usaha mikro dan ultra mikro di sekitar Gunung Padang menghadapi kendala struktural di antaranya, akses terhadap modal yang terbatas, literasi keuangan yang rendah, keterbatasan pemasaran, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha.

Pada konteks inilah kredit mikro dan ultra mikro menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan pendapatan dan memberdayakan masyarakat lokal. Namun, pembiayaan saja tidak otomatis meningkatkan kesejahteraan. Sejumlah uji coba acak terkontrol (*Randomized Controlled Trials/RCT*) menunjukkan bahwa program mikro-pembiayaan memang meningkatkan investasi dan aset usaha, tetapi dampaknya terhadap konsumsi rumah tangga tidak selalu signifikan. Efektivitasnya sangat tergantung pada desain program, tepatnya pada pendampingan kewirausahaan, penargetan penerima yang berpotensi, serta tata kelola institusi [5].

Selaras dengan hal tersebut, literatur *Community-Based Tourism (CBT)* dan *pro-poor tourism* menegaskan bahwa model wisata yang melibatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam rantai nilai pariwisata berpotensi memberikan manfaat ekonomi langsung kepada komunitas lokal. Dampak pengurangan kemiskinan lebih mungkin terjadi apabila lembaga komunitas berjalan efektif, pendapatan terdistribusi secara adil, dan budaya lokal tetap menjadi basis pengembangan [6].

Dengan kata lain, pemanfaatan kredit mikro dan ultra mikro berbasis kearifan lokal Gunung Padang menghadirkan model pemberdayaan yang memadukan aspek pelestarian budaya dan pembangunan ekonomi wilayah. Pendekatan ini tidak hanya mendorong kenaikan pendapatan masyarakat, tetapi

juga memastikan keberlanjutan pengelolaan Gunung Padang sebagai warisan budaya sekaligus motor penggerak ekonomi lokal.

Landasan Teoritis

Konsep keuangan inklusif menempatkan akses terhadap layanan keuangan formal sebagai prasyarat penting bagi peningkatan kesejahteraan kelompok berpendapatan rendah. Dalam konteks mikro-keuangan, berbagai studi menegaskan bahwa ketersediaan pembiayaan tidak cukup hanya dengan memberikan kredit, tetapi efektivitasnya sangat ditentukan oleh bagaimana produk pembiayaan tersebut direkayasa dan dirancang agar sesuai dengan dinamika pendapatan masyarakat miskin. Rekayasa produk seperti pengaturan jangka waktu pinjaman, fleksibilitas frekuensi pembayaran angsuran, serta skema cicilan yang menekan biaya transaksi terbukti memengaruhi keberhasilan program. Ketika fleksibilitas diberikan di awal pinjaman, misalnya dengan keringanan pembayaran pada fase awal pembiayaan, peminjam memiliki ruang yang lebih longgar untuk mengalokasikan modal pada aktivitas produktif yang memberikan imbal hasil lebih tinggi. Temuan *Randomized Controlled Trial (RCT)* menunjukkan bahwa opsi penjadwalan ulang atau kelonggaran angsuran pada periode awal mampu mendorong peningkatan investasi usaha tanpa meningkatkan risiko gagal bayar [7].

Selain desain produk, komponen non-finansial berupa pendampingan usaha dan pelatihan kewirausahaan memegang peran penting. Pelatihan yang dilakukan secara terintegrasi dalam aktivitas kelompok meningkatkan kualitas praktik usaha, memperkuat keterampilan dasar manajemen, serta membantu pelaku mikro memahami penggunaan modal secara produktif. Studi eksperimental menemukan bahwa pelatihan yang rutin dan terstruktur berperan dalam meningkatkan profit, meskipun dampak pada konsumsi rumah tangga cenderung kecil secara agregat. Dengan demikian, microfinance dapat meningkatkan investasi dan kinerja usaha pada peminjam aktif, namun keberhasilan jangka panjang tetap bergantung pada desain program dan tata kelola institusi penyelenggara [8].

Selaras dengan temuan tersebut, desain kelembagaan kredit kelompok tanggung renteng (*group lending*) yang dirumuskan dalam model teoretis Besley & Coate menunjukkan bahwa mekanisme pinjaman berbasis kelompok memanfaatkan modal sosial sebagai bentuk jaminan non-material. Dalam skema ini, jejaring sosial antaranggota menciptakan kontrol sosial, tekanan normatif, dan sanksi sosial yang mendorong disiplin pembayaran dan mengurangi biaya penagihan pihak lembaga keuangan [9]. Modal sosial berupa kepercayaan, kebiasaan saling membantu, dan hubungan sosial yang kuat berfungsi sebagai perekat yang memudahkan koordinasi ekonomi lokal serta meminimalkan risiko moral hazard karena setiap anggota memiliki kepentingan atas reputasi kelompok [10].

Pada konteks pengembangan destinasi wisata seperti Gunung Padang, literatur *Community-Based Tourism (CBT)* menegaskan bahwa pelibatan komunitas sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi tidak hanya melestarikan budaya lokal, tetapi juga memastikan bahwa manfaat ekonomi berputar di tingkat komunitas. Pendekatan ini berimplikasi pada distribusi pendapatan yang lebih inklusif dan membangun kesejahteraan jangka panjang [11]. Untuk

mengembangkan penawaran wisata yang sesuai dengan kebutuhan pasar, misalnya homestay, paket tur budaya, atau produk kuliner khas, pelaku usaha memerlukan alat konseptual yang mempermudah pemetaan proposisi nilai dan segmentasi konsumen. Di dalam konteks ini, penggunaan *Business Model Canvas* dan *Value Proposition Canvas* menjadi instrumen praktis untuk menyusun model bisnis yang berorientasi pada nilai [12].

Agar program pemberdayaan seperti PKM dapat dievaluasi secara objektif, diperlukan pendekatan pengukuran dampak sosial. Metode *Social Return on Investment* (SROI) merupakan salah satu pendekatan pengukuran nilai yang menggabungkan indikator kuantitatif dan kualitatif untuk menghitung dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan dari sebuah intervensi. SROI tidak hanya menilai hasil finansial, tetapi juga mengkuantifikasi manfaat sosial yang relevan bagi pemangku kepentingan. Panduan SROI digunakan sebagai acuan dalam merancang outcome, indikator, dan asumsi ekonomi yang lebih terukur dalam suatu intervensi pemberdayaan [13].

Tujuan Kegiatan

1. Meningkatkan kompetensi pelaku usaha mikro dan ultramikro di kawasan Gunung Padang dalam memahami prosedur akses pembiayaan, pengelolaan kredit mikro secara tepat guna, serta penerapan dasar-dasar manajemen usaha agar modal yang diperoleh dapat digunakan secara produktif dan berkelanjutan.
2. Mendorong penerapan sistem pembayaran digital melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai sarana transaksi yang lebih cepat, efisien, transparan, dan mudah dilacak, sehingga pelaku usaha mampu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kredibilitas usaha di mata wisatawan maupun konsumen.
3. Mengembangkan strategi pemasaran yang mengintegrasikan kearifan lokal dengan konsep wisata berbasis komunitas (*Community-Based Tourism/CBT*), termasuk penyusunan paket wisata, *storytelling* budaya, serta branding produk lokal agar memiliki nilai tambah dan daya tarik di pasar yang lebih luas.
4. Menyusun rekomendasi kelembagaan yang dapat digunakan sebagai acuan operasional bagi organisasi lokal seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), sehingga proses pendampingan, pemasaran, dan akses pembiayaan dapat berlanjut meskipun kegiatan pengabdian telah selesai.



Gambar 1. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Internasional berfoto bersama pegiat kesenian dan kelompok sadar wisata Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat.

II. METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan melalui kolaborasi antara Perbanas Institute Jakarta dan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Kegiatan berlangsung di Dusun Gunung Padang, Desa Karya Mukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1. Pelaksanaan PKM Internasional Gunung Padang

No	Komponen	Keterangan
1	Lokasi	Gunung Padang
2	Waktu	18-09-2025
3	Peserta	55 Orang
4.	Metode	FGD, Edukasi, Observasi

Program PKM ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan untuk memastikan proses transfer pengetahuan dan pengalaman berjalan optimal. Total peserta berjumlah 55 orang, terdiri dari beragam latar belakang, yaitu: lima mahasiswa program Doktor (S3) Perbanas Institute, delapan mahasiswa asing yang terlibat dalam studi lapangan, lima dosen pendamping, sepuluh pelaku dan pegiat budaya lokal, sepuluh pelaku usaha mikro dan ultra mikro (UMi), sepuluh anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), seorang perwakilan Pemerintah Desa Karya Mukti dan satu perwakilan Pemerintah Kabupaten Cianjur. Seluruh daftar peserta dan presensi kegiatan terdokumentasi secara lengkap sebagai bukti pelaksanaan.

Metode dan Alur Kegiatan

Kegiatan PKM menggunakan kombinasi metode edukasi partisipatif dan pendampingan berbasis pemecahan masalah (*participatory action learning*). Alur pelaksanaan dirancang sebagai berikut:

1. Penyampaian materi oleh tim Perbanas Institute, terutama terkait literasi pembiayaan usaha mikro dan ultramikro (UMi) serta pemanfaatan layanan pembayaran digital melalui platform perbankan dan QRIS.
2. Sesi diskusi interaktif dan tanya jawab, yang menggali pengalaman peserta mengenai tantangan akses kredit, pemanfaatan pembayaran digital, serta kendala dalam mengelola modal dan usaha sehari-hari.

3. Pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) dan pemetaan kebutuhan (*needs assessment*) untuk mengidentifikasi prioritas pelatihan, alternatif desain pembiayaan yang sesuai karakteristik pelaku usaha, serta rencana registrasi QRIS untuk memperluas akses pasar.
4. Dokumentasi kegiatan serta penyusunan rencana tindak lanjut (*follow-up planning*) berupa registrasi merchant QRIS, pengumpulan data pra-intervensi seperti omzet awal dan pola transaksi, serta penyusunan agenda pendampingan lanjutan setelah kegiatan selesai.
5. Kunjungan lapangan ke Situs Megalitik Gunung Padang, guna memahami konteks kearifan lokal dan potensi pengembangan usaha berbasis wisata budaya.



Gambar 2. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Internasional Menyerahkan Secara Simbolik Tong Sampah kepada Perwakilan Pengelola Situs Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ringkasan Temuan Lapangan (Hasil Diskusi dan FGD)

Berdasarkan rangkaian diskusi mendalam serta *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pelaku usaha dan pemangku kepentingan lokal, teridentifikasi sejumlah isu utama yang menjadi penghambat perkembangan usaha mikro dan ultramikro di kawasan Gunung Padang.

1. Terbatasnya akses terhadap kredit dan layanan pembiayaan.
Peserta menyampaikan bahwa proses untuk memperoleh pembiayaan formal masih dianggap rumit, terutama terkait persyaratan administrasi, kewajiban menyerahkan jaminan, serta minimnya informasi mengenai fasilitas pembiayaan khusus untuk segmen Ultra Mikro (UMi). Banyak pelaku usaha belum mengetahui adanya produk yang dirancang untuk usaha berskala kecil sehingga peluang akses modal belum termanfaatkan optimal.
2. Rendahnya literasi mengenai penggunaan pembayaran digital.
Sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan sistem pembayaran digital seperti QRIS. Hambatan yang muncul bukan hanya karena keterbatasan perangkat, tetapi juga adanya persepsi negatif terkait biaya layanan dan keraguan mengenai keamanan transaksi digital. Padahal, Bank Indonesia telah menetapkan QRIS sebagai standar nasional sistem pembayaran digital dan mendorong agar UMKM memanfaatkannya dalam transaksi usaha [14]. Oleh

karena itu, pendampingan teknis dan edukasi mengenai manfaat QRIS menjadi kebutuhan mendesak.

3. Ketiadaan pelatihan terkait manajemen usaha dasar.
Peserta mengungkapkan bahwa mereka membutuhkan pelatihan praktis yang membantu dalam pengelolaan usaha, seperti pencatatan keuangan sederhana, manajemen arus kas, penentuan harga jual, dan desain kemasan produk. Keterampilan ini penting agar modal yang diterima tidak habis untuk konsumsi dan dapat benar-benar digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi.
4. Pengelolaan keuangan masih bercampur dengan kebutuhan rumah tangga.
Pelaku usaha cenderung menyatukan antara keuangan usaha dengan keuangan keluarga, sehingga modal kerja kerap terpakai untuk konsumsi sehari-hari. Kondisi ini menyebabkan usaha sulit berkembang karena tidak ada pembagian yang jelas antara kebutuhan produktif dan kebutuhan domestik.
5. Produk dan promosi belum terintegrasi dengan konsep wisata budaya.

Saat ini produk yang dihasilkan belum memiliki paket wisata yang menarik, belum memiliki narasi budaya atau *storytelling* yang kuat, dan belum diformalkan dalam bentuk SOP pelayanan kepada wisatawan. Untuk dapat meningkatkan nilai produk lokal dan memperkuat daya tarik wisata, diperlukan strategi berbasis kearifan lokal, narasi budaya, serta penerapan prinsip *Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE) dalam skala sederhana [11].

Output Kegiatan

Hasil dari pelaksanaan kegiatan PKM menghasilkan sejumlah keluaran nyata yang dapat dijadikan dasar untuk keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat di kawasan Gunung Padang, yaitu:

- Penyusunan modul pelatihan singkat mengenai “Manajemen Usaha UMi dan Onboarding QRIS”. Modul ini dikembangkan oleh tim PKM sebagai panduan praktis bagi pelaku usaha ultra mikro dan mikro dalam mengelola usaha serta memahami alur pendaftaran QRIS sebagai sarana pembayaran digital.
- Identifikasi 10 pelaku usaha prioritas sebagai kandidat registrasi merchant QRIS bekerja sama dengan BRI. Daftar pelaku usaha ini diperoleh berdasarkan hasil observasi dan diskusi selama kegiatan, dengan mempertimbangkan kesiapan usaha, kebutuhan pasar, serta potensi peningkatan omzet apabila transaksi digital diterapkan.
- Usulan rancangan skema pembiayaan UMi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan usaha kecil. Rekomendasi ini mencakup penyediaan pinjaman dengan tenor pendek, mekanisme amortisasi yang lebih fleksibel, serta pendampingan dalam bentuk kelompok untuk meminimalkan risiko gagal bayar sekaligus meningkatkan kapasitas usaha melalui pembelajaran kolektif.

- Penyusunan rencana aksi untuk enam bulan ke depan. Rencana ini terdiri atas tiga kegiatan utama (1) pelaksanaan pelatihan lanjutan untuk peningkatan kapasitas manajemen usaha dan literasi digital, (2) pendampingan implementasi skema pinjaman berbasis kelompok (*group lending pilot*), dan (3) pengembangan strategi pemasaran kolektif melalui pembuatan katalog produk dan paket wisata budaya yang dapat menjadi daya tarik ekonomi komunitas.

Pembahasan Strategi yang Direkomendasikan

Berdasarkan hasil FGD, observasi lapangan, dan integrasi dengan literatur mikro-keuangan serta pariwisata berbasis komunitas, tim merumuskan strategi terintegrasi yang tidak hanya memfasilitasi akses pembiayaan, tetapi juga memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam mengelola modal dan memasarkan produk berbasis kearifan lokal.

1. Desain Produk Kredit UMi yang Adaptif dan Kontekstual

Pengembangan produk pembiayaan UMi perlu disesuaikan dengan karakter pelaku usaha di Gunung Padang yang mengandalkan pendapatan harian serta tidak selalu memiliki jaminan fisik. Oleh karena itu, pendekatan yang diusulkan yaitu: (1) Skema pembiayaan berbasis kelompok (*group lending/tanggung renteng*). Pendekatan ini memanfaatkan kekuatan modal sosial komunitas, seperti kepercayaan antaranggota, solidaritas, dan kontrol sosial sebagai “jaminan sosial”, sehingga kebutuhan jaminan individu menjadi minim. Literatur menunjukkan mekanisme ini efektif menekan biaya penagihan dan meningkatkan disiplin pembayaran jika modal sosial komunitas tinggi [9]. (2) Tenor pinjaman pendek, cicilan kecil dan fleksibel mengikuti arus kas usaha (*cash flow matching*). Jadwal angsuran disarankan menyesuaikan siklus pendapatan pelaku UMi (harian atau mingguan), dilengkapi opsi *grace period* serta *top-up* bertahap untuk peminjam yang menunjukkan kedisiplinan. Riset berbasis *Randomized Controlled Trial* (RCT) menunjukkan bahwa kelonggaran tenor atau penjadwalan cicilan mendorong peningkatan investasi usaha dan profit, tanpa meningkatkan risiko gagal bayar jika tata kelola produk dilakukan dengan baik [7]. Pedoman *microfinance* juga menekankan pentingnya desain produk yang mengikuti arus kas dan memberikan kenaikan limit bertahap setelah terjadi keberhasilan pembiayaan awal [15].

2. Penguatan Kapasitas dan Literasi Keuangan-Digital

Kegiatan pendampingan memprioritaskan peningkatan kompetensi pelaku usaha melalui pelatihan pembukuan sederhana mencakup catatan harian pemasukan dan pengeluaran; pengelolaan modal kerja dan penetapan harga; serta perencanaan penggunaan modal dan pemisahan keuangan usaha rumah tangga.

Selain itu, diperkenalkan proses onboarding QRIS secara langsung bersama BRI/Payment Service Provider. Peserta belajar penggunaan *Merchant Presented Mode* (MPM) dan *Customer Presented Mode* (CPM), termasuk edukasi keamanan transaksi. Standarisasi nasional QRIS oleh Bank Indonesia membuka akses pencatatan transaksi digital, memperluas pasar, dan mengurangi dominasi transaksi tunai [14].

3. Pengembangan Produk & Pemasaran Berbasis Kearifan Lokal

Untuk meningkatkan nilai jual, pelaku usaha diarahkan untuk menciptakan paket wisata berbasis budaya dan *storytelling* berupa homestay lokal, kuliner dan produk khas, dan Penyampaian narasi sejarah Gunung Padang sebagai diferensiasi branding usaha. Paket ini dikembangkan menggunakan pola *Community-Based Tourism* (CBT), sehingga manfaat ekonomi tetap dinikmati oleh masyarakat lokal [11].

Selain itu, produk wisata dibangun dengan memperhatikan prosedur CHSE sederhana (*Cleanliness, Health, Safety, Environment*) untuk memastikan pengalaman pengunjung tetap aman dan berkualitas. Perencanaan usaha dilakukan melalui *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas*, yang memetakan segmen pelanggan, nilai unique selling point, kanal pemasaran, struktur biaya, hingga mitra pendukung seperti Pokdarwis dan BRI [16].

4. Kelembagaan dan Jejaring untuk Keberlanjutan

Untuk menjamin keberlanjutan setelah kegiatan PKM selesai dilakukan dengan dua langkah. Pertama, Pokdarwis/BUMDes diarahkan sebagai aggregator layanan usaha dengan melakukan pendaftaran QRIS kolektif dan pengelolaan paket wisata, pemasaran bersama. Kedua, mengoptimalkan dukungan BRI dengan membentuk unit *pilot project group-lending* di bawah Pokdarwis untuk menjaga keberlanjutan program pembiayaan.

5. Pengukuran Dampak Awal

Untuk memastikan bahwa kegiatan memberikan manfaat yang nyata bagi pelaku usaha, keberhasilan program diukur menggunakan pendekatan SROI. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan omzet sebelum dan sesudah kegiatan, melihat peningkatan jumlah transaksi digital melalui QRIS, serta menilai apakah pelaku usaha mulai melakukan pembukuan sederhana. Selain itu, tingkat kepuasan pengunjung atau pelanggan juga menjadi bagian dari ukuran keberhasilan. Pendekatan ini membantu menilai nilai sosial dan ekonomi yang dihasilkan dibandingkan dengan biaya pendampingan yang telah dikeluarkan, sehingga hasilnya dapat menjadi dasar dalam mengevaluasi efektivitas program serta menentukan langkah tindak lanjut.



Gambar 3. Sejumlah Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dalam Sesi Diskusi di kantor Pengelola Situs Gunung Padang, Cianjur, Jawa Barat.

IV. KESIMPULAN

Pelaksanaan program PKM Internasional di kawasan Gunung Padang memberikan pembuktian bahwa penguatan ekonomi

masyarakat dapat dicapai melalui pendekatan yang terintegrasi antara akses pembiayaan, peningkatan kapasitas, teknologi digital, serta pelestarian kearifan lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembiayaan mikro dan ultra mikro (UMi) yang dirancang secara adaptif melalui skema pembiayaan kelompok (*group lending*), tenor singkat, cicilan fleksibel, serta pendampingan usaha mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan modal secara produktif.

Pendekatan ini semakin efektif ketika dipadukan dengan peningkatan literasi digital dan penggunaan QRIS sebagai alat transaksi yang cepat, aman, dan transparan. Digitalisasi pembayaran memungkinkan pelaku usaha mengakses pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan, serta memberikan jejak transaksi yang dapat digunakan sebagai rekam jejak kredit di masa mendatang.

Selain itu, strategi pemasaran berbasis kearifan lokal melalui konsep *Community-Based Tourism* (CBT) membuka peluang bagi masyarakat untuk memperoleh manfaat ekonomi langsung dari aktivitas pariwisata budaya di Gunung Padang. Penekanan pada cerita budaya (*storytelling*), paket wisata komunitas, dan standar pelayanan dasar membantu meningkatkan nilai produk di mata wisatawan.

Keberlanjutan program sangat bergantung pada tiga faktor utama. Pertama, pendampingan yang berkesinambungan. Kedua, penguatan kelembagaan lokal seperti Pokdarwis dan BUMDes sebagai motor penggerak pemasaran dan aggregator layanan keuangan. Ketiga, pengukuran dampak secara terstruktur melalui indikator terukur seperti peningkatan omzet, bertambahnya transaksi digital, dan meningkatnya praktik pencatatan keuangan.

PUSTAKA

- [1] Bupati Cianjur, *SK Bupati Cianjur No. 431/389.b/Disbudpar/2010*. 2010.
- [2] Presiden Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya*. 2010.
- [3] P. R. Indonesia, *Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. 2009, p. Kepariwisataaan.
- [4] B. Cianjur, *Perda Kabupaten Cianjur No. 17 Tahun 2012 tentang RTRW Kabupaten Cianjur 2011-2031*. 2012.
- [5] A. Banerjee, E. Duflo, R. Glennerster, and C. Kinnan, "American Economic Association The Miracle of Microfinance ? Evidence from a Randomized Evaluation," *Am. Econ. J. Appl. Econ.* 7(1), 22-53, vol. 7, no. 1, pp. 22-53, 2015, doi: <https://doi.org/10.1257/app.20130533>.
- [6] M. J. Zapata, C. M. Hall, P. Lindo, and M. Vanderschaeghe, "Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua María," *Curr. Issues Tour.*, vol. 14, no. 8, pp. 725-749, 2011, doi: [10.1080/13683500.2011.559200](https://doi.org/10.1080/13683500.2011.559200).
- [7] E. Field, R. Pande, J. Papp, and N. Rigol, "Does the classic microfinance model discourage entrepreneurship among the poor? Experimental evidence from India," *Am. Econ. Rev.*, vol. 103, no. 6, pp. 2196-2226, 2013, doi: [10.1257/aer.103.6.2196](https://doi.org/10.1257/aer.103.6.2196).
- [8] Karlan & Valdivia, "Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions," *Rev. Econ. Stat.*, vol. 93, pp. 510-527, 2011, doi: https://doi.org/10.1162/REST_a_00074.
- [9] T. Besley and S. Coate, "Group lending, repayment incentives and social collateral," *J. Dev. Econ.*, vol. 46, no. 1, pp. 1-18, 1995, doi: [10.1016/0304-3878\(94\)00045-E](https://doi.org/10.1016/0304-3878(94)00045-E).
- [10] R. K. Naviaux and K. A. McGowan, "Social capital: Implications for development theory, research, and policy," *World Bank Res. Obs.*, vol. 15, no. 2, pp. 225-249, 2000, doi: [10.1093/wbro/15.2.225](https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225).
- [11] R. Goodwin, H., & Santilli, "Community-Based Tourism: a success?," *ICRT Occas. Pap.*, vol. 11, 2009, [Online]. Available: <https://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf?>
- [12] R. L. Joyce, Alexandre., Paquin, "The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models," *J. Clean. Prod.*, vol. 135, pp. 1474-1486, 2016, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>.
- [13] J. Nicholls, E. Lawlor, E. Neitzer, and T. Goodspeed, "A guide to Social Return on Investment," *Development*, vol. 3, no. January, p. 55, 2009, [Online]. Available: <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:A+guide+to+Social+Return+on+Investment#6>
- [14] Bank Indonesia, "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)." [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/en/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/kanal-layanan/qr/default.aspx>
- [15] World Bank, "Product Development for Microfinance Institutions," 2009.
- [16] Y. Osterwalder, Alexander., Pigneur, *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey., 2010.