

TRANSFORMASI DIGITAL UMKM GUNA MEWUJUDKAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DESA DANAU LAMO SEBAGAI DESA MANDIRI DAN BERDAYA SAING

Bayu Seprillia Putra

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Email: bayunitra@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses dan dampak transformasi digital terhadap pengembangan UMKM serta sektor pariwisata di Desa Danau Lamo, Kabupaten Muaro Jambi, sebagai upaya mewujudkan desa mandiri dan berdaya saing. Metode Participatory Rural Appraisal (PRA) digunakan untuk menggali kebutuhan masyarakat, melibatkan warga secara langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan program, serta memastikan keberlanjutan dampak. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi sosialisasi, pelatihan branding dan pemasaran digital, pembuatan konten visual, pendampingan UMKM (rebranding, legalitas usaha, aktivasi QRIS), pembuatan video promosi wisata, pengembangan website desa, serta pembangunan fasilitas kreatif seperti ecobrick, gapura, dan pondok kreatif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada literasi digital, keterampilan kewirausahaan, kemampuan promosi digital, serta kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform e-commerce. Selain itu, promosi pariwisata desa menjadi lebih efektif melalui konten digital dan media daring.

Kata Kunci: Desa Danau Lamo, Ekonomi kreatif. Transformasi digital, UMKM.

ABSTRACT

This study aims to examine the process and impact of digital transformation on the development of MSMEs and the tourism sector in Danau Lamo Village, Muaro Jambi Regency, as an effort to realize an independent and competitive village. The Participatory Rural Appraisal (PRA) method was used to explore community needs, directly involve residents in program planning and implementation, and ensure the sustainability of impacts. Activities included outreach, branding and digital marketing training, visual content creation, MSME mentoring (rebranding, business legality, QRIS activation), tourism promotional videos,

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

village website development, and the construction of creative facilities such as ecobricks, gates, and creative huts. The results showed significant improvements in digital literacy, entrepreneurial skills, digital promotion capabilities, and MSME readiness to utilize e-commerce platforms. Furthermore, village tourism promotion became more effective through digital content and online media.

Keywords: *Danau Lamo Village, Creative Economy, Digital Transformation, MSMEs.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada abad ke-21 telah mengubah cara manusia bekerja, berinteraksi, dan memproduksi. Era digital ini membawa berbagai inovasi yang meningkatkan efisiensi, mempercepat pertukaran informasi, serta memperluas jaringan ekonomi sampai ke tingkat komunitas. Dalam konteks pembangunan nasional, transformasi digital menjadi salah satu pilar utama dalam upaya mewujudkan masyarakat yang adaptif, inklusif, dan berdaya saing di tengah dinamika global yang semakin kompleks (Kemenkominfo, 2021).

Transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, melainkan proses perubahan menyeluruh yang mencakup pola pikir, perilaku, dan sistem kerja yang berorientasi pada inovasi serta pemanfaatan data dan teknologi untuk meningkatkan nilai tambah. Di Indonesia, digitalisasi telah terbukti menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang baru. Menurut laporan Google-Temasek e-Conomy SEA 2023, nilai ekonomi digital di Indonesia mencapai USD 82 miliar, menjadikannya sebagai pasar digital paling besar di Asia Tenggara. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat desa, yang justru memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya sebagai modal ekonomi lokal (Google-Temasek, 2023).

Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya transformasi digital hingga ke tingkat desa. Melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 dan Program Desa Cerdas (Smart Village), pemerintah mendorong desa-desa agar mampu memanfaatkan teknologi digital dalam tata kelola pemerintahan, pelayanan publik, dan pengembangan ekonomi masyarakat (Kemendesa PDTT, 2023). Konsep desa digital tidak hanya berarti penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup peningkatan kapasitas masyarakat agar mampu memanfaatkan teknologi untuk memperkuat sektor ekonomi, sosial, dan budaya secara berkelanjutan.

Salah satu fokus utama dalam transformasi digital pedesaan adalah penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran vital dalam struktur ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, menyerap lebih dari 120 juta tenaga kerja, dan berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di tingkat desa, UMKM sering kali menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat karena mengandalkan potensi lokal, baik dari sektor pertanian, perikanan, perkebunan, maupun kerajinan tradisional.

Namun, tantangan yang dihadapi UMKM pedesaan sangat kompleks. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pasar, minimnya kemampuan dalam manajemen bisnis, serta keterbatasan modal dan infrastruktur digital menjadi kendala yang menghambat perkembangan mereka (Sari & Pratama, 2022). Banyak pelaku UMKM di desa masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional, yang hanya menjangkau wilayah sekitar dan sangat bergantung pada interaksi langsung. Dalam situasi ini, digitalisasi menjadi solusi strategis untuk membuka akses pasar yang lebih luas, mempermudah transaksi, serta memperkuat branding produk lokal di tingkat nasional maupun global.

Selain sektor UMKM, potensi besar lainnya yang dapat dikembangkan melalui transformasi digital di tingkat desa adalah sektor pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*). Indonesia memiliki lebih dari 2.000 desa wisata yang tersebar di seluruh provinsi, dengan kekayaan alam, budaya, dan tradisi lokal yang unik. Desa wisata bukan hanya destinasi wisata, tetapi juga sarana pemberdayaan masyarakat melalui partisipasi aktif dalam mengelola potensi lokal. Penerapan sistem digital pada desa wisata dapat meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan informasi, serta menciptakan interaksi yang lebih cepat antara pengelola dan wisatawan (Rahman & Fitri, 2021).

Desa Danau Lamo, yang terletak di Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, merupakan salah satu desa dengan potensi ekonomi dan wisata yang besar. Desa ini dikenal dengan panorama alam danau yang indah, dikelilingi oleh vegetasi tropis yang masih asri. Selain potensi wisata alam, masyarakat Desa Danau Lamo juga menghasilkan produk lokal seperti madu lebah hutan, kerajinan bambu, serta kuliner tradisional khas Jambi. Produk-produk ini memiliki nilai ekonomi tinggi apabila dikelola dengan strategi pemasaran yang tepat, terutama melalui platform digital yang dapat menjangkau pasar nasional maupun internasional.

Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM dan pengelola wisata di Desa Danau Lamo masih menghadapi keterbatasan dalam hal teknologi dan pemasaran digital. Berdasarkan data Pemerintah Desa Danau Lamo (2024), hanya sekitar 35% pelaku UMKM yang telah menggunakan media sosial untuk promosi, dan sebagian besar belum memiliki toko daring (*online shop*) di platform *e-commerce*. Promosi wisata juga masih dilakukan secara manual melalui spanduk dan brosur, sementara informasi digital tentang destinasi Desa Danau Lamo masih sangat minim di internet.

Selain itu, masih terdapat tantangan lain seperti konektivitas internet yang belum merata, rendahnya literasi digital masyarakat, dan belum optimalnya sinergi antara pemerintah desa, pelaku usaha, serta pihak eksternal seperti perguruan tinggi dan lembaga swasta. Padahal, keberhasilan transformasi digital desa sangat bergantung pada kolaborasi multi pihak dan pembangunan ekosistem digital yang terintegrasi (Putri & Nugraha, 2023).

Transformasi digital Desa Danau Lamo memiliki urgensi yang tinggi karena dapat menjadi solusi untuk mempercepat kemandirian ekonomi dan meningkatkan daya saing desa di era ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*). Dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku UMKM dapat memperluas pasar melalui *e-commerce*, meningkatkan kualitas layanan melalui digital marketing, serta membangun citra merek (*branding*) produk yang lebih kuat. Sementara itu, sektor wisata dapat dikembangkan melalui strategi digital seperti pembuatan situs web desa wisata, konten promosi melalui media sosial, hingga pemanfaatan teknologi virtual tour untuk menarik wisatawan potensial.

Lebih jauh, transformasi digital juga mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) Desa, khususnya tujuan ke-8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), tujuan ke-9 (Infrastruktur, Industri, dan Inovasi), serta tujuan ke-11 (Kehidupan dan Komunitas yang Berkelanjutan). Melalui digitalisasi, desa dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan efisiensi layanan publik, serta memperkuat daya saing ekonomi lokal (Kemendesa PDTT, 2021).

Diharapkan melalui pelaksanaan program ini, masyarakat Desa Danau Lamo akan memiliki keterampilan dan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran digital, mampu mengelola produk lokal secara profesional, serta memperluas jaringan pasar melalui platform digital. Program ini juga diharapkan mampu meningkatkan eksistensi dan nilai jual produk kerajinan pandan dan madu lokal, sekaligus memperkuat identitas budaya desa sebagai daya tarik wisata yang unik dan berkelanjutan. Lebih dari itu, kegiatan ini akan menjadi wadah bagi mahasiswa UKM Entrepreneur Mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi praktis dalam bidang kewirausahaan sosial, manajemen program, dan komunikasi masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari “Pari” dan “Wisata”. Pari yang berarti berulang-ulang, sedangkan Wisata adalah perjalanan atau bepergian. Pariwisata dapat diartikan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun banyak orang secara berulang-ulang dengan mengunjungi satu tempat ke tempat lainnya untuk menikmati keindahan alam maupun kebudayaannya.

Menurut E. Guyer Freuler, Pariwisata merupakan fenomena jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan, menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat, sebagai hasil dari pada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta serta kegiatan ekonomi lainnya.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan yang berasal dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Ekonomi kreatif merupakan industri yang berasal dari kreatifitas individu, keterampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan, dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual dan daya cipta individu).

Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Sedangkan Ekonomi kreatif menurut Simatupang (2007) merupakan industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreatifitas yang merupakan elemen dasar setiap individu

Transformasi Digital

Transformasi digital desa merupakan proses perubahan sistematis di tingkat desa melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk meningkatkan tata kelola

pemerintahan, pelayanan publik, serta pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat. Proses ini tidak hanya menekankan pada penggunaan perangkat teknologi, tetapi juga pada perubahan pola pikir (mindset), budaya organisasi, dan perilaku masyarakat agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi (Kemenkominfo, 2021).

Menurut Westerman et al. (2014), transformasi digital adalah integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek organisasi yang secara fundamental mengubah cara organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada penerima manfaat. Dalam konteks desa, transformasi digital mencakup digitalisasi pelayanan publik, e-commerce desa, promosi wisata digital, serta peningkatan literasi digital masyarakat.

UMKM Digital

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian nasional Indonesia. Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2023), UMKM berjumlah lebih dari 65 juta unit dan berkontribusi sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 120 juta tenaga kerja. Keberadaan UMKM menjadi penopang utama ekonomi rakyat, terutama di wilayah pedesaan, karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, di era Revolusi Industri 4.0 dan perkembangan ekonomi digital, tantangan utama bagi UMKM adalah kemampuan beradaptasi dengan transformasi digital. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi dan interaksi pasar, sehingga digitalisasi menjadi kebutuhan strategis bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM (Bank Indonesia, 2022)

Desa Wisata Digital

Desa wisata digital merupakan bentuk inovasi dalam pengembangan desa wisata yang mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam seluruh aspek pengelolaan, promosi, dan pelayanan wisata. Konsep ini lahir dari kebutuhan untuk menjawab tantangan industri pariwisata modern yang semakin bergantung pada teknologi digital dan perilaku wisatawan yang serba terhubung (connected travelers) (Rahman & Fitri, 2021).

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf, 2022), desa wisata digital adalah desa wisata yang memanfaatkan teknologi digital secara terpadu untuk mendukung kegiatan promosi, manajemen destinasi, transaksi ekonomi kreatif, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Desa wisata digital bukan hanya mengubah cara promosi destinasi, tetapi juga mengubah paradigma pengelolaan pariwisata menjadi lebih inklusif, efisien, dan berkelanjutan.

METODE

Lokasi penelitian adalah di Desa Danau Lamo, Kecamatan Maro Sebo, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi. Daerah ini memiliki potensi wisata ekonomi kreatif yang beragam untuk dikembangkan, sehingga dipilih sebagai lokasi penelitian untuk pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif.

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, digunakan metode atau teknik Participatory Rural Appraisal (PRA) sebagai pendekatan utama. Secara teknis, PRA dipilih karena mampu memfasilitasi proses penggalian informasi, identifikasi masalah, serta perumusan solusi melalui keterlibatan aktif masyarakat setempat. Metode ini tidak hanya

berfungsi sebagai alat pengumpulan data, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat agar mereka berperan langsung dalam proses pembangunan di wilayahnya.

Konsep PRA pada dasarnya mencakup kerangka konseptual yang dibangun atas dasar prinsip-prinsip partisipasi, nilai-nilai ideologis tentang pemberdayaan, serta visi untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri dan berdaya. Selain itu, PRA menyediakan seperangkat metode atau teknik yang dapat digunakan untuk menerjemahkan pemikiran mengenai partisipasi masyarakat ke dalam praktik lapangan, seperti pemetaan partisipatif, diskusi kelompok terarah, dan penilaian sumber daya lokal (Abdullah et al., 2012).

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan berbagai metode diantaranya: sosialisasi, coaching, supervisi dan training atau workshop. Selain itu dalam pendampingan diadakan juga pengembangan atau pembangunan fasilitas diantaranya pembuatan ecobrick, gapura dan pondok kreatif, pembuatan video promosi wisata dan pengembangan Website Desa Danau Lamo. Adapun kegiatan pelatihan meliputi: pelatihan pengembangan branding, kemasan, dan marketplace, serta pelatihan pembuatan konten visual dan promosi media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi program dilaksanakan pada hari Kamis 25 September 2025 yang bertempat di Mandapa Desa Danau Lamo yang dihadiri oleh masyarakat setempat dan tokoh-tokoh masyarakat setempat. Sosialisasi memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan keberhasilan implementasi program. Sosialisasi membantu masyarakat desa dalam memahami transformasi digital dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif untuk mewujudkan desa mandiri dan berdaya saing. Melalui sosialisasi, masyarakat diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam program ini. Sosialisasi yang efektif dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan program.

Setelah melakukan sosialisasi kepada masyarakat selanjutnya adalah pengaplikasian program yang telah diajukan berupa pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Desa Danau Lamo. Kegiatan program ini dilakukan kurang lebih 3 bulan. Siklus kegiatan selama program tercantum pada skema dibawah ini:



Selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung, dilakukan pemantauan langsung pada setiap tahapan untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai tujuan dan memberikan dampak yang optimal bagi para pelaku UMKM. Pemantauan ini meliputi berbagai aspek penting yang menjadi indikator keberhasilan program.

Pertama, pemantauan dilakukan terhadap perkembangan UMKM sebelum dan sesudah proses rebranding. Aspek ini mencakup perubahan identitas visual, konsistensi gaya promosi, serta peningkatan kualitas citra usaha setelah menerapkan strategi branding yang telah dipelajari. Selain itu, dilakukan pengecekan terhadap progres legalitas usaha, khususnya terkait pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB), sebagai langkah penting dalam meningkatkan kredibilitas dan peluang pengembangan UMKM.

Pemantauan juga difokuskan pada proses aktivasi QRIS dan kesiapan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi digital. Ini menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana pelaku usaha siap beradaptasi dengan sistem pembayaran modern yang lebih praktis dan sesuai kebutuhan pasar saat ini.

Dari sisi pelatihan, dilakukan penilaian terhadap peningkatan pemahaman peserta terkait pembuatan konten visual dan digital marketing. Hal ini mencakup kemampuan mereka dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik, menyusun katalog digital, serta merancang desain packaging yang lebih profesional dan sesuai dengan karakter produk. Selain itu, perubahan minat dan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan pemasaran digital juga menjadi bagian dari hasil pemantauan. Respon UMKM terhadap pengembangan fitur website desa turut diperhatikan, untuk memastikan bahwa platform digital yang sedang dibangun dapat benar-benar dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai media promosi dan informasi. Terakhir, efektivitas penyampaian materi oleh narasumber juga dievaluasi, termasuk kesiapan para pelaku UMKM untuk bergabung atau berjualan di marketplace. Pemantauan ini membantu memastikan bahwa materi yang diberikan relevan, mudah dipahami, dan mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM untuk bersaing di era digital.

Program Pembuatan Ecobrick

Pelatihan yang dihadiri oleh masyarakat desa dan santri dari 3 pondok pesantren di kawasan desa. Kegiatan ini menghadirkan narasumber DLH Muaro Jambi & RD. Azi Kusuma (Owner Batoku, Ketua UKM EM). Adapun tujuan pelatihan ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengelola sampah secara ramah lingkungan sekaligus menciptakan nilai tambah dari sampah plastik dengan ecobrick.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Ecobrick di Desa Danau Lamo

Program Pembuatan Gapura dan Pondok Kreatif

Pembuatan gapura diawali dengan pemotongan beberapa kayu yang dibutuhkan dan selanjutnya dihaluskan menggunakan sugu setelah itu dilakukan perangkaian gapura. Selanjutnya pendirian gapura dimana bagian bawah gapura di cor terlebih dahulu dan

menggunakan batu bata untuk tumpuan gapura. Proses akhir yaitu pengecatan dengan menggunakan vernis.

Sementara itu, pembuatan pondok kreatif diawali dengan pemotongan kayu, selanjutnya dihaluskan menggunakan sugu. Setelah itu dilakukan perangkaian pondok yang dimulai dari rangka, lantai serta atap pondok. Dipondokan tersebut terdapat beberapa rak yang berfungsi untuk memajang anyaman pandan dan juga terdapat beberapa lampu hiasan yang diletakkan di beberapa sudut pondok.



Gambar 2. Pembuatan Gapura di Desa Danau Lamo

Pelatihan Pengembangan Branding, Kemasan, dan Marketplace

Kegiatan pelatihan yang melibatkan para pelaku UMKM Desa Danau Lamo dilaksanakan dengan rangkaian kegiatan yang tersusun secara sistematis. Narasumber yang dihadirkan pada kegiatan ini adalah Manager Rumah BUMN Jambi dan Business Officer Rumah BUMN Jambi. Pelatihan diawali dengan pengenalan mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana teknologi digital dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing usaha mereka di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Setelah mendapatkan pemahaman dasar, pelatihan dilanjutkan dengan pemberian materi mengenai strategi branding strategi branding UMKM, cara masuk marketplace (Shopee), penggunaan AI untuk konten & desain dan teknik promosi digital. Peserta belajar bagaimana membangun identitas merek yang kuat, menarik, dan mudah dikenali, serta bagaimana menghasilkan kemasan produk yang informatif dan memiliki daya tarik visual. Materi kemudian diperluas pada teknik pemasaran digital yang mencakup pemanfaatan media sosial, marketplace, dan berbagai platform online lainnya sebagai sarana promosi dan penjualan.

Tidak hanya bersifat teoritis, kegiatan ini juga memberikan pendampingan praktik langsung. Para peserta dibimbing untuk membuat akun bisnis digital, mendesain konten promosi yang relevan dan menarik, serta menyusun rencana pemasaran berbasis digital yang sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Pendekatan ini memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkannya secara nyata.

Kegiatan juga berlanjut dengan pendampingan UMKM yang meliputi UMKM Kuliner, jasa dan anyaman. Kegiatan pendampingan tersebut mencakup kegiatan berupa rebranding (logo, warna, identitas visual), desain packaging, foto produk profesional, katalog digital, pembuatan legalitas usaha (NIB), aktivasi QRIS, dan reposisi produk lokal agar masuk pasar digital (repositioning)



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Akun Bisnis

Setelah pelatihan selesai, dilakukan monitoring secara berkala kepada beberapa pelaku UMKM untuk melihat perkembangan, kendala, dan kebutuhan tindak lanjut. Dengan demikian, proses pembinaan tidak berhenti pada pelatihan saja, tetapi berlanjut pada pendampingan yang berkesinambungan.

Kegiatan pelatihan ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka, khususnya dalam aspek branding dan pemasaran digital. Setelah mengikuti rangkaian materi dan praktik yang diberikan, para peserta menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengelola akun bisnis online secara mandiri. Mereka mampu membangun dan memelihara identitas merek yang menarik, mulai dari pemilihan nama, desain visual, hingga penyusunan pesan promosi yang konsisten dan relevan dengan karakter produk. Selain itu, peserta juga semakin terampil dalam memanfaatkan berbagai teknologi dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial, marketplace, serta aplikasi pendukung pemasaran digital lainnya membantu mereka menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk di ranah online.



Gambar 4. Pelatihan Pengembangan Branding, Kemasan, dan Marketplace

Pelatihan pembuatan konten visual dan promosi media sosial

Pelatihan pembuatan konten visual dan promosi melalui media sosial dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang dirancang untuk memberikan pemahaman sekaligus keterampilan praktis bagi para pelaku UMKM dan dilaksanakan di Candi Kedaton. Dengan menghadirkan narasumber Influencer Faris Akbar, kegiatan diawali dengan pemberian materi mengenai pentingnya konten visual dalam pemasaran digital. Pada tahap ini, peserta dijelaskan bagaimana konten visual yang menarik, seperti gambar, poster, dan video. Hal tersebut ditujukan agar dapat meningkatkan perhatian calon konsumen, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan peluang terjadinya transaksi.



Gambar 5. Pelatihan pembuatan konten visual dan promosi media sosial

Setelah memahami konsep dasar, peserta diperkenalkan dengan berbagai aplikasi desain yang mudah digunakan, seperti Canva dan CapCut. Kedua aplikasi ini dipilih karena memiliki fitur yang sederhana namun cukup lengkap untuk menghasilkan desain yang profesional, sehingga cocok digunakan oleh pelaku UMKM yang baru memulai digital marketing.

Pelatihan kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung. Pada sesi ini, peserta belajar membuat berbagai bentuk konten visual seperti poster promosi, foto produk yang lebih menarik, serta video singkat sebagai konten wisata Desa Danau Lamo. Selain itu, peserta juga dilatih menyusun caption yang persuasif serta merancang strategi unggahan, termasuk menentukan waktu posting, jenis konten yang tepat untuk masing-masing platform, dan teknik meningkatkan interaksi dengan audiens.

Pembuatan video promosi wisata

Pembuatan video promosi wisata Desa Danau Lamo dilakukan di aliran sungai, Candi Koto Mahligai, Candi Kedaton. Kegiatan ini juga dibersamai dan didampingi oleh staff BPK Wilayah V. Melalui beberapa tahapan pengambilan gambar menggunakan handphone, Setelah itu, dilakukan penyuntingan video dengan menambahkan musik latar, narasi suara, serta teks informatif. Hasil video promosi ini menjadi media publikasi digital Desa Danau Lamo untuk memperkenalkan potensi wisata lokal secara lebih luas serta mendukung upaya pengembangan desa wisata yang kreatif dan berdaya saing

Pengembangan Website Desa Danau Lamo

Pengembangan website Desa Danau Lamo dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu perancangan dan pengembangan website yang memuat informasi tentang profil desa, potensi wisata, produk UMKM, dan kegiatan masyarakat. Dengan begitu kegiatan ini akan menghasilkan peningkatan kapasitas perangkat desa dalam mengelola dan memperbarui konten secara

mandiri, sehingga website dapat terus aktif, aktual, dan menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan potensi desa secara luas.

PEMBAHASAN

Pelatihan kewirausahaan digital memberikan dampak yang sangat positif terhadap peningkatan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif. Program ini tidak hanya memperkaya pengetahuan peserta, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara lebih profesional. Dampak tersebut dapat dilihat dalam beberapa aspek utama.

Pertama, pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan peserta secara signifikan. Para peserta menunjukkan kemajuan dalam manajemen bisnis, seperti pengelolaan keuangan, perencanaan strategis, serta optimasi operasional. Beberapa peserta bahkan mampu menyusun rencana bisnis yang lebih terstruktur dan efektif, sehingga memudahkan mereka menarik investasi dan memperluas skala usaha. Selain itu, pemahaman yang lebih kuat mengenai analisis pasar membantu peserta lebih jeli menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen.

Kedua, pengetahuan mengenai pemasaran digital meningkat secara nyata. Setelah mengikuti pelatihan, peserta tidak hanya memahami teori pemasaran digital, tetapi juga mampu merancang dan menjalankan pemasaran melalui media sosial serta platform e-commerce. Kemampuan mereka dalam membuat ide-ide konten untuk mempromosikan produk melalui media sosial juga meningkat setelah adanya pelatihan penggunaan aplikasi seperti Canva dan CapCut.

Ketiga, pelatihan memberikan perubahan penting dalam pengelolaan usaha. Peserta mulai memanfaatkan aplikasi manajemen bisnis digital untuk pesanan, dan pengiriman. Selain itu, peralihan metode pembayaran menggunakan QRIS juga dapat meningkatkan minat pembeli karena lebih mudah. Penggunaan teknologi ini terbukti menurunkan biaya operasional dan meningkatkan respons terhadap kebutuhan pasar.

KESIMPULAN

Selama kurang lebih tiga bulan pelaksanaan, berbagai kegiatan dijalankan untuk memperkuat kapasitas masyarakat dan pelaku UMKM, meliputi pelatihan ecobrick, pembangunan gapura dan pondok kreatif, pelatihan branding serta pemasaran digital, pembuatan konten visual, produksi video promosi wisata, hingga pengembangan website desa. Setiap kegiatan dirancang untuk meningkatkan kreativitas, keterampilan teknis, dan kesiapan digital masyarakat desa.

Pemantauan yang dilakukan secara berkelanjutan menunjukkan bahwa program memberikan dampak signifikan, terutama pada peningkatan legalitas usaha, aktivasi QRIS, kualitas branding, kemampuan memproduksi konten, kesiapan masuk marketplace, serta peningkatan minat UMKM pada pemasaran digital. Selain itu, pengembangan website desa memperkuat identitas digital Desa Danau Lamo dan menjadi sarana promosi yang lebih efektif. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha dan memperkuat daya saing desa. Kolaborasi antar pihak, pendampingan intensif, serta pemantauan yang sistematis

menjadi kunci keberhasilan dalam mewujudkan Desa Danau Lamo yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Y. H., Bakar, N. R. H. A., Sulehan, J., Awang, A. H., & Liu, O. P. (2012). Participatory Rural Appraisal (PRA): An Analysis of Experience in Darmareja. *Akademika*, 82(1).
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Statistik UMKM Indonesia 2024. BPS RI.
- Google & Temasek. (2023). e-Conomy SEA 2023: The Rise of Digital Nations. Google-Temasek-Bain & Company.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT). (2021). SDGs Desa: Panduan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Tingkat Desa.
- Kemendesa PDTT RI. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendesa PDTT). (2023). Panduan Transformasi Digital Desa Menuju Desa Cerdas. Kemendesa PDTT RI.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). (2021). Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024. Kemenkominfo RI.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM). (2023). Laporan Tahunan Kinerja UMKM Indonesia.
- Kemenkop UKM RI. Putri, R. D., & Nugraha, A. (2023). Peran Literasi Digital dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 5(1), 33-45.
- Rahman, A., & Fitri, N. (2021). Digitalisasi Desa Wisata sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pariwisata dan Pemberdayaan Desa*, 3(2), 122-134.
- Sari, D. P., & Pratama, A. R. (2022). Digitalisasi Desa sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Lokal di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian dan Inovasi Desa*, 4(2), 115-128.
- Ardiansyah, F. (2022). Analisis Tantangan Implementasi Digitalisasi Desa Wisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Inovasi*, 4(3), 211-225.
- Astuti, W. (2021). Peran Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(3), 201-210.
- Damanik, J. (2021). Teknologi Digital dalam Peningkatan Daya Saing Desa Wisata di Era Industri 4.0. *Jurnal Pembangunan Pariwisata*, 5(1), 33-47.
- Eko, S. (2016). Pembangunan Partisipatif dan Pemberdayaan Masyarakat Desa. Gadjah Mada University Press.
- Fitriana, L., & Santoso, B. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Digital Berbasis Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Desa*, 3(2), 77-92.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). e-Conomy SEA 2023: The Rise of Digital Nations. Google-Temasek-Bain.
- Haryanto, T. (2021). Tantangan Transformasi Digital di Desa: Studi Kasus Desa Pintar di Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 145-158.

- Ife, J., & Tesoriero, F. (2016). *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalization*. Pearson Education. Katadata Insight Center. (2022). *Survei Pemanfaatan Digital oleh Pelaku UMKM di Indonesia*. Katadata Insight Center.
- Kusuma, D., & Hadi, S. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Kinerja UMKM di Pedesaan Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 9(1), 45-58.
- Nugroho, A., Santoso, I., & Dewi, L. (2022). Ekosistem Digital sebagai Katalisator Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 7(2), 88-99.
- Pranoto, S. (2021). Digital Empowerment: Model Pemberdayaan Masyarakat di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Transformasi Sosial*, 8(2), 101-117.
- Putri, R. D., & Nugraha, A. (2023). Peran Literasi Digital dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 5(1), 33-45.
- Rahman, A., & Fitri, N. (2021). Digitalisasi Desa Wisata sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pariwisata dan Pemberdayaan Desa*, 3(2), 122-134.
- Sari, D. P., & Pratama, A. R. (2022). Digitalisasi Desa sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Lokal di Era Industri 4.0. *Jurnal Pengabdian dan Inovasi Desa*, 4(2), 115-128.
- Setyowati, E. (2020). Digitalisasi dan Pembangunan Ekonomi Desa: Tantangan dan Peluang di Era 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Pembangunan*, 8(1), 21- 34.
- Sugiarto, H., & Anindita, F. (2022). Peran Digitalisasi dalam Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 6(1), 55-68.
- Susanto, F., & Wahyudi, T. (2021). Model Transformasi UMKM Menuju Era Digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 6(1), 59-70.
- Utami, D. (2020). Digital Village Tourism: Konsep dan Implementasi dalam Pembangunan Ekowisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 8(2), 99-114.
- World Bank. (2022). *Empowering Small Businesses through Digitalization: Indonesia Report*. World Bank Group.
- Yudhistira, R. (2022). Desa Wisata Digital: Kolaborasi Teknologi dan Kearifan Lokal. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 9(3), 121-135.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment Theory: Psychological, Organizational, and Community Levels of Analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of Community Psychology* (pp. 43-63). Springer