



Pemberdayaan Pemimpin Desa dalam Mendorong UMKM dan Ekonomi Kreatif Lokal Berbasis Desa Wisata

Husen Bahasoan¹, Betty Wargadinata², Ansari³ & Fauziansyah⁴

¹ Universitas Iqra Buru, Maluku, Indonesia, 97571
E-mail: chen.kpts12@gmail.com

² Universitas Bandung, Bandung, Indonesia, 40122
E-mail: bwargadinata@gmail.com

³ USK PSDKU Gayo Lues, Aceh, Indonesia, 24673
E-mail: ansarise_psdku@usk.ac.id

⁴ Universitas Sains Cut Nyak Dhien, Aceh, Indonesia, 24673
E-mail: fauziansyah713@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2025-03-20

Revised : 2025-03-27

Accepted: 2025-03-28

KEYWORD

Village empowerment

MSMEs

Creative economy

Tourist village

Digital marketing

KATA KUNCI

Pemberdayaan desa

UMKM

Ekonomi kreatif

Desa wisata

Pemasaran digital

ABSTRACT

This article is the result of a community service activity was conducted by the Young Generation of the Lecturer Communication Forum (GM FGD) on March 20, 2025, in West Bandung Regency. Its objective was to empower village leaders in promoting the growth of MSMEs and the creative economy based on local potential. With its significant tourism potential, the village has opportunities to develop culinary businesses, handicrafts, and tourism services. However, challenges such as limited capital and lack of marketing knowledge remain obstacles. This activity included seminars, education, and interactive discussions attended by 30 village officials. The materials covered business strategies, digital marketing, and safe access to financing. As a result, village leaders gained a better understanding of their role in developing MSMEs and the importance of innovation in marketing. With support from various stakeholders, the village has the potential to become a creative economy hub based on tourism. This initiative is expected to improve community welfare and serve as a model for sustainable MSME development.

ABSTRAK

Artikel ini merupakan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh Generasi Muda Forum Komunikasi Dosen (GM FGD) pada 20 Maret 2025 di Kabupaten Bandung Barat. Tujuannya adalah memberdayakan pemimpin desa dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Dengan potensi wisata yang besar, desa ini memiliki peluang untuk mengembangkan usaha kuliner, kerajinan, dan jasa wisata. Namun, tantangan seperti keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman pemasaran masih menjadi kendala. Kegiatan ini meliputi seminar, edukasi, dan diskusi interaktif yang diikuti oleh 30 perangkat desa. Materi mencakup strategi bisnis, pemasaran digital, dan akses permodalan yang aman. Hasilnya, pemimpin desa semakin memahami peran mereka dalam mengembangkan UMKM serta pentingnya inovasi dalam pemasaran. Melalui dukungan berbagai pihak, desa ini berpotensi menjadi pusat ekonomi kreatif berbasis wisata. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjadi model pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

1. Pendahuluan

Pemberdayaan pemimpin desa merupakan faktor krusial dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta ekonomi kreatif lokal. Sebagai pemegang kebijakan di tingkat desa, kepala desa dan perangkat desa memiliki peran strategis dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan usaha masyarakat (Zaman et al., 2022). Dalam publikasinya, Wiranti et al. (2024) menyatakan bahwa dukungan pengembangan UMKM tersebut hanya dapat diberikan secara efektif apabila perangkat desa terdiri dari aparatur desa yang memiliki etos kerja yang kuat dan dapat diandalkan. Keberadaan UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian desa perlu diperkuat dengan kebijakan yang berpihak kepada pelaku usaha lokal, mulai dari akses permodalan, pelatihan keterampilan, hingga pemasaran produk secara lebih luas (Syahbudi & Ma, 2021; Istanti & Sanusi, 2020). Pemimpin desa yang aktif dalam pemberdayaan ekonomi dapat menjadi motor penggerak bagi perkembangan UMKM di wilayahnya.

Saat ini UMKM di desa masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Keterbatasan akses terhadap modal usaha, rendahnya literasi digital, dan kurangnya strategi pemasaran menjadi kendala utama yang dialami oleh para pelaku UMKM (Wilaga et al., 2025). Selain itu, masih banyak desa yang belum memiliki regulasi dan kebijakan yang mendukung sektor ekonomi kreatif secara optimal (Windusancono, 2021). Tanpa adanya dukungan dari pemerintah desa, UMKM sulit berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman, terutama di era digital yang semakin kompetitif. Pemimpin desa harus memiliki kapasitas dalam membimbing dan memfasilitasi pengembangan UMKM agar dapat bertahan dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Peran pemimpin desa dalam mengembangkan UMKM dan ekonomi kreatif tidak hanya sebatas dalam penyediaan modal, tetapi juga dalam membangun ekosistem yang mendukung keberlanjutan usaha. Pemanfaatan teknologi digital, misalnya, menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal (Maria, 2024). Dengan adanya pendampingan dan pelatihan terkait pemasaran digital, diharapkan produk-produk UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, akademisi, dan komunitas

bisnis, juga menjadi langkah strategis dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi desa.

Meskipun desa tempat PKM saat ini memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai desa wisata, terbukti dengan banyaknya objek wisata yang menarik minat pengunjung dari berbagai daerah. Namun inovasi digital belum terlalu maksimum. Belum bisa dilihat secara teknologi imersif seperti VR untuk menjangkau promosi secara luas. Padahal menurut Zhang & Zhang (2020) teknologi promosi secara digital mampu mengekspansi potensi desa semakin luas. Padahal keindahan alam yang masih asri, kekayaan budaya lokal, serta keunikan kuliner khas desa menjadi daya tarik utama yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang, peluang usaha bagi masyarakat setempat juga semakin terbuka lebar. Pengembangan UMKM nampaknya menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan warga desa dan memanfaatkan potensi ekonomi yang ada. Hal ini sejalan dengan Fattah (2023) yang menyatakan bahwa strategi pengelolaan pariwisata yang ramah lingkungan, berbasis komunitas akan mampu memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat lokal.

Saat ini banyak masyarakat desa yang telah mulai merintis usaha kecil di sektor kuliner, kerajinan tangan, serta jasa wisata. Namun, masih banyak tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan modal, kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital, serta rendahnya akses terhadap pelatihan bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu para pemimpin desa memahami peran mereka dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif. Dengan memberikan edukasi tentang strategi bisnis, pemasaran digital, serta akses ke sumber pendanaan yang lebih aman, diharapkan para pemimpin desa dapat menjadi fasilitator yang mendukung pengembangan usaha warga secara lebih efektif.

2. Metode

Sebagai bentuk kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas pemimpin desa, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini diselenggarakan oleh Generasi Muda Forum Komunikasi Dosen (GM FKD) pada 20 Maret 2025 di salah satu desa di Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan keterampilan bagi pemimpin desa dalam mengelola serta mengembangkan potensi ekonomi lokal melalui pendekatan inovatif dan berbasis

teknologi. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai strategi pemberdayaan UMKM, pemasaran digital, pengelolaan usaha, serta akses permodalan yang lebih luas.

Metode yang digunakan dalam PKM ini meliputi seminar dan diskusi interaktif. Seminar edukatif akan membahas strategi pemberdayaan UMKM berbasis komunitas dan teknologi digital. Pemberian pengetahuan dalam manajemen usaha dan pemasaran produk dilakukan secara efektif. Diskusi interaktif memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman serta mendapatkan solusi atas tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan ekonomi lokal. Melalui kegiatan ini, diharapkan para pemimpin desa dapat lebih proaktif dalam mendorong pertumbuhan UMKM serta memanfaatkan potensi ekonomi kreatif di wilayah mereka. Dengan strategi yang tepat dan dukungan berkelanjutan, UMKM di desa dapat berkembang lebih pesat, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

PKM ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas pemimpin desa dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif lokal melalui pemanfaatan strategi bisnis, teknologi digital, serta kebijakan yang mendukung sektor usaha masyarakat.

Fungsi dari bagian ini adalah untuk menjelaskan semua prosedur eksperimental, termasuk variable control yang Anda gunakan dalam penelitian. Penjelasan metode harus cukup lengkap dan logis, serta memungkinkan orang lain untuk mengulangi pekerjaan Anda. Jika ada lebih dari satu bagian percobaan, jelaskan metodenya dan sajikan hasilnya dalam urutan yang sama di setiap bagian.



Gambar 1. Pemateri Berbagi Wawasan tentang Pengembangan UMKM

Metode pelaksanaan PKM ini mencakup beberapa tahapan utama, yaitu seminar, pelatihan teknis, dan diskusi interaktif. Seminar diselenggarakan untuk memberikan wawasan

kepada peserta mengenai pentingnya pemberdayaan UMKM berbasis komunitas, strategi pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Dalam sesi ini, pemateri yang terdiri dari akademisi dan praktisi bisnis berbagi pengalaman serta membahas berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di desa.



Gambar 2. Sesi *Ice Breaking* Mempererat Interaksi Peserta

Selain seminar, kegiatan ini juga mencakup pelatihan teknis yang berfokus pada aspek praktis dalam pengelolaan usaha. Pelatihan ini meliputi manajemen keuangan usaha kecil, strategi pemasaran berbasis media sosial, dan pemanfaatan *e-commerce* sebagai sarana distribusi produk lokal. Peserta yang terdiri dari sekitar 30 perangkat desa yang memiliki keterkaitan langsung dengan masyarakat diberikan kesempatan untuk mempraktikkan langsung cara mengoptimalkan pemasaran digital serta merancang strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

Diskusi interaktif menjadi bagian penting dalam kegiatan ini, di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, serta berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi dalam mendukung pengembangan ekonomi desa. Dengan adanya sesi ini, diharapkan solusi konkret dapat ditemukan secara bersama-sama, serta membangun jejaring dan kolaborasi antara perangkat desa, pelaku UMKM, dan pemangku kepentingan lainnya.

Sebagai bagian dari program pemberdayaan, GM FGD juga memberikan materi edukasi terkait akses permodalan bagi UMKM, termasuk bagaimana menghindari praktik pinjaman berbunga tinggi seperti rentenir atau kredit dengan bunga tidak wajar yang sering menjadi kendala bagi pengusaha kecil di desa. Selain itu, diberikan pula pendampingan mengenai kebijakan yang dapat diimplementasikan di tingkat desa guna menciptakan ekosistem usaha yang lebih kondusif.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

Kegiatan	Metode	Output / Hasil yang Diharapkan
Pembukaan dan sambutan	Ceremonial	Membangun suasana formal dan semangat partisipatif
Seminar pemberdayaan UMKM dan ekonomi kreatif	Seminar edukatif	Peserta memahami pentingnya pemberdayaan UMKM berbasis komunitas dan teknologi digital
Pelatihan teknis manajemen keuangan, pemasaran digital, dan e-commerce	Praktik langsung	Peserta mampu merancang strategi pemasaran berbasis media sosial dan pengelolaan usaha yang efisien
<i>Ice breaking</i> dan penguatan jejaring	Interaksi partisipatif	Peserta lebih akrab dan terbangun jejaring antar perangkat desa
Diskusi interaktif: studi kasus UMKM desa, tantangan, dan solusi	Diskusi kelompok	Teridentifikasinya masalah UMKM desa dan solusi bersama dari berbagai perspektif
Edukasi akses permodalan dan kebijakan pemberdayaan di tingkat desa	Penyampaian materi + diskusi	Peserta mengetahui alternatif permodalan dan memahami kebijakan yang mendukung UMKM
Penutupan dan sesi foto bersama	Dokumentasi	Menyelesaikan kegiatan secara formal dan membangun kenangan positif

Kalau kamu ingin tabel ini dijadikan bagian dari laporan atau artikel, aku juga bisa bantu buat narasi pengantar atau penutup untuk tabelnya.

Dengan metode yang holistik ini, diharapkan kegiatan PKM dapat memberikan manfaat nyata bagi pemimpin desa dalam mengelola dan mengembangkan sektor UMKM serta ekonomi kreatif lokal, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan.



Gambar 3. Sesi Foto Bersama di Akhir Kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah berdiskusi dengan peserta, diperoleh temuan bahwa beberapa UMKM besar di desa mereka seperti Yoghurt Myoo, Roti 3 Saudara, dan Tahu Susu Amanah telah berhasil menembus pasar lebih luas, namun banyak UMKM serupa yang masih mengalami kesulitan untuk berkembang akibat keterbatasan modal dan akses perizinan (Desa Jambudipa, 2022). Melalui PKM ini, peserta mendapatkan wawasan mengenai strategi mendapatkan modal usaha, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Diharapkan, melalui pendampingan yang berkelanjutan, UMKM kecil di Cisarua dapat tumbuh dan bersaing sejajar dengan usaha yang telah lebih dahulu berkembang. Ketiadaan regulasi yang mendukung serta minimnya fasilitas pendampingan usaha menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM kecil dalam meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran. Melalui seminar dan pelatihan yang telah dilakukan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya inovasi dalam mengembangkan usaha lokal. Pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* menjadi salah satu solusi yang dapat digunakan untuk memperluas pasar, terutama dalam menarik minat wisatawan yang datang ke desa ini. Selain itu, diskusi interaktif yang diadakan dalam kegiatan ini memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman serta merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan desa.

Dalam pembahasan yang berlangsung, banyak peserta yang menyadari bahwa desa mereka memiliki peluang besar untuk membangun ekosistem UMKM yang berkelanjutan. Salah satu langkah konkret yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk kelompok usaha bersama, di mana pelaku UMKM dapat saling mendukung dalam produksi, pemasaran, dan distribusi produk. Selain itu, pemerintah desa diharapkan dapat memainkan peran aktif dalam menyediakan fasilitas serta kebijakan yang mendukung perkembangan usaha lokal, seperti kemudahan perizinan,

penyediaan tempat usaha yang strategis, serta promosi desa wisata yang lebih luas.

Selain peningkatan kapasitas SDM, dukungan dari berbagai pihak juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengembangan UMKM di desa ini. Dalam kegiatan ini, Generasi Muda Forum Komunikasi Dosen (GM FKD) turut berkontribusi dengan memberikan pendampingan kepada perangkat desa serta menginisiasi program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

Dengan adanya kesadaran dan kerja sama antara pemimpin desa, pelaku UMKM, serta akademisi, diharapkan desa ini dapat berkembang menjadi pusat ekonomi kreatif berbasis wisata. Potensi alam dan budaya yang sudah ada perlu dikelola dengan baik agar dapat memberikan manfaat ekonomi jangka panjang bagi seluruh masyarakat desa. Jika pengelolaan UMKM dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan, desa ini tidak hanya menjadi destinasi wisata unggulan, tetapi juga menjadi contoh sukses bagi desa-desa lain dalam membangun kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pemimpin desa memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Desa yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata dapat mengoptimalkan peluang ini dengan mengembangkan usaha kecil dan menengah yang mendukung sektor pariwisata, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa wisata. Namun, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan modal, kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital, serta minimnya akses terhadap pelatihan bisnis.

Melalui seminar, pelatihan, dan diskusi interaktif yang dilakukan dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan wawasan tentang pentingnya inovasi dan strategi pemasaran digital dalam mengembangkan UMKM. Pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* menjadi solusi efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pembentukan kelompok usaha bersama serta dukungan dari pemerintah desa diharapkan dapat memperkuat ekosistem UMKM yang lebih berkelanjutan.

Dukungan dari berbagai pihak, termasuk Generasi Muda Forum Komunikasi Dosen (GM FKD), berperan penting dalam memberikan pendampingan kepada perangkat desa serta menginisiasi program pemberdayaan ekonomi

berbasis komunitas. Dengan adanya kesadaran, sinergi, dan kerja sama antara pemimpin desa, pelaku UMKM, serta akademisi, desa ini memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi pusat ekonomi kreatif berbasis wisata. Pengelolaan UMKM yang dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjadikan desa ini sebagai contoh sukses dalam membangun kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal.

5. Persembahan

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih khususnya kepada perangkat desa dan masyarakat Desa Jambudipa yang telah berpartisipasi aktif serta menunjukkan antusiasme tinggi dalam setiap sesi kegiatan. Begitu juga terimakasih atas dukungan dari Generasi Muda Forum Komunikasi Dosen (GM FKD) dan Ketua FKD Bandung Barat yang telah memfasilitasi kegiatan ini dengan baik. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

6. Referensi

- Desa Jambudipa. (2022). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Retrieved from <https://desajambudipa.com/>
- Fattah, V. (2023). *Ekonomi pariwisata: Teori, model, konsep dan strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan UMKM di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2).
- Maria, V., Aziz, A. F., & Rahmawati, D. (2024). Meningkatkan daya saing UMKM lokal melalui strategi pemasaran digital di era digital. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 208–220.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi kreatif Indonesia: Strategi daya saing UMKM industri kreatif menuju go global (sebuah riset dengan model pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Wilaga, B. A., Qomariah, N., & Nursaid, N. (2025). Strategi pemasaran digital bagi UMKM di Jember: Adaptasi dan tantangan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(2), 252–260.

- Windusancono, B. A. (2021). Upaya percepatan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi FISIP Untag Semarang*, 18(1), 1–14.
- Wiranti, N. E., Magriasti, L., & Frinaldi, A. (2024). Peranan perangkat desa dalam membantu pelaku UMKM mengembangkan usahanya. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 16(1), 1–7.
- Zaman, N., Octo, C. W., Dhora, S. T., Yuliaty, F., & Prasetyo, I. (2022). Manajemen SDM perangkat desa dan dampaknya terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 107–115.
- Zhang, X., & Zhang, Z. (2020). How do smart villages become a way to achieve sustainable development in rural areas? Smart village planning and practices in China. *Sustainability*, 12(24), 10510. <https://doi.org/10.3390/su122410510>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).