

Transformasi Digital UMKM: Integrasi Manajemen Keuangan dengan Platform Peta Wisata dan *Marketplace*

Maya Syafriana Effendi¹, Siti Komsiah^{2*}, I Gede Agus Suwartane³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, ³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jl. Diponegoro No. 74, Kenari, Senen, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia
E-mail: maya.effendi@upi-yai.ac.id, siti.komsiah@upi-yai.ac.id*, agus.suwartane@upi-yai.ac.id

Received: Oktober 1, 2025 / Revised: November 24, 2025 / Accepted: December 9, 2025

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pemilik *homestay*, serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Lebakmuncang, Ciwidey, dalam menghadapi tantangan pengelolaan keuangan dan pemasaran berbasis digital. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi pencatatan keuangan yang masih manual, keterbatasan literasi digital, serta strategi promosi yang belum terintegrasi secara daring. Untuk menjawab persoalan tersebut, tim dosen Universitas Persada Indonesia YAI menyelenggarakan rangkaian kegiatan yang mencakup sosialisasi digitalisasi, pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pendampingan penggunaan platform peta wisata dan toko digital, serta simulasi transaksi berbasis digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi digital dan keterampilan manajemen keuangan peserta, yang tercermin dari peningkatan skor rata-rata *pretest* sebesar 55 menjadi 82 pada *posttest*. Selain itu, terbentuk web desa wisata sebagai media promosi terpadu, sepuluh UMKM berhasil membuat akun bisnis baru pada media sosial, dan delapan produk lokal dipasarkan melalui platform digital. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi digitalisasi manajemen keuangan dengan peta wisata dan *marketplace* berkontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas UMKM, memperluas akses pasar, serta memperkuat daya saing ekonomi kreatif berbasis desa wisata.

Kata kunci: Digitalisasi; Manajemen Keuangan; *Marketplace*; Pengabdian Masyarakat; UMKM

Abstract

This Community Service Program (PKM) was conducted to strengthen the capacity of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), homestay owners, and the tourism awareness group (Pokdarwis) in Lebakmuncang Village, Ciwidey, in addressing challenges related to financial management and digital marketing. The primary issues identified include the reliance on manual bookkeeping, limited digital literacy, and the absence of integrated online promotion. The program encompassed several activities, namely awareness sessions on digital transformation, training in simple financial recording, assistance in utilizing tourism map platforms and online marketplaces, as well as digital transaction simulations. A participatory approach was applied through workshops, mentoring, and direct practice. The results indicated

a significant improvement in participants' digital literacy and financial management skills, as evidenced by the increase in the average pretest score of 55 to 82 in the posttest. Furthermore, the program resulted in the establishment of a village tourism website as an integrated promotional platform, the creation of digital business accounts by ten MSMEs, and the online promotion of eight local products. This program has demonstrated a positive impact on enhancing financial management practices, expanding market access, and strengthening product branding. Therefore, integrating financial management digitalization with tourism map and marketplace platforms is proven to be effective in accelerating the digital transformation of MSMEs while supporting the sustainability of the creative economy in tourism villages.

Keywords: Community Service; Digitalization; Financial Management; Marketplace; MSMEs

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mengerakkan perekonomian lokal, khususnya di kawasan desa wisata. Namun, sebagian besar UMKM dan pengelola *homestay* masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen keuangan yang cenderung manual dan kurang terdokumentasi. Keterbatasan literasi digital membuat mereka sulit mengakses pasar yang lebih luas dan memanfaatkan peluang ekonomi berbasis teknologi. UMKM berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, baik dari sisi penciptaan lapangan kerja maupun peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (World Bank, 2021). Pada konteks desa wisata, UMKM menjadi tulang punggung pengembangan ekonomi kreatif karena menyediakan layanan *homestay*, kuliner, kerajinan tangan, dan jasa pendukung wisata lainnya (UNWTO, 2020). Dengan demikian, UMKM dan desa wisata saling terkait dalam menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Perkembangan teknologi digital, khususnya melalui platform peta wisata dan *marketplace* lokal, membuka ruang baru bagi UMKM untuk memperkuat visibilitas produk, memperluas pasar, serta meningkatkan pengelolaan keuangan. Menurut Kusuma dan Ramadhani (2023), keberadaan *digital tourism map* dapat meningkatkan keterhubungan antara pelaku UMKM, pengelola destinasi, dan wisatawan, karena memungkinkan promosi terintegrasi berbasis lokasi. Sementara itu, penggunaan *marketplace* lokal dinilai efektif meningkatkan transaksi digital UMKM wisata hingga 40% dalam satu tahun (Suryani dkk., 2022). Dengan demikian, digitalisasi manajemen keuangan dan integrasi promosi melalui platform digital menjadi

langkah strategis dalam mendorong daya saing desa wisata di era ekonomi digital (Herlina & Nugroho, 2021; Prasetyo & Sutanto, 2022).

Salah satu kendala utama UMKM di desa wisata adalah lemahnya manajemen keuangan. Sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan pencatatan manual atau bahkan tidak memiliki sistem pembukuan sama sekali, sehingga sulit melakukan evaluasi keuangan maupun perencanaan bisnis jangka panjang (Kurniawati & Sari, 2020). Selain itu, keterbatasan literasi digital dan akses internet membuat mereka belum optimal dalam memanfaatkan platform digital untuk mendukung usaha (Nugraha & Handayani, 2019). Kondisi ini memperlambat transformasi digital UMKM dan mengurangi daya saing di era ekonomi berbasis teknologi.

Desa Lebakkuncang di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, memiliki luas wilayah 800,26 hektar dan terletak di ketinggian 1200 mdpl, dengan suhu rata-rata 18–20°C. Desa ini memiliki potensi besar di bidang pertanian, perkebunan, dan pariwisata berbasis alam. Sejak tahun 2011, Desa Lebakkuncang ditetapkan sebagai desa wisata yang dikelola melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) (Amier, 2024; Budilaksono dkk., 2024)

Potensi utama Desa Lebakkuncang meliputi pertanian stroberi, hortikultura, peternakan sapi perah, dan kekayaan budaya lokal seperti Kampung Seni Bangkong Reang. Agrowisata desa terdiri dari sektor agroedukasi, agrorekreasi, agrokuliner, dan agrobudaya. Melalui agroedukasi, wisatawan belajar menanam dan memanen komoditas seperti stroberi, seledri, bawang, tomat, dan jamur. Agrorekreasi menawarkan pengalaman petik hasil tani dan kegiatan alam terbuka seperti *jungle tracking*. Agrokuliner menyajikan makanan khas lokal, dan agrobudaya memperkenalkan kesenian tradisional seperti degung, bangkong reang, dan jaipongan (AR, 2023)

Berdasarkan hasil diskusi awal dengan ketua Pokdarwis Lebakkuncang tantangan utama yang dihadapi desa ini adalah keterbatasan kapasitas manajemen keuangan UMKM, pemasaran produk, serta pemanfaatan teknologi digital dalam promosi wisata. Saat ini, sistem pencatatan keuangan masih manual dan promosi wisata belum terintegrasi ke dalam platform digital. Sementara itu data Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung, desa wisata yang mengadopsi digitalisasi mengalami kenaikan kunjungan hingga 30% per tahun (Susanti dkk., 2024; Adiwilaga dkk., 2024; Musta'ana & Suhindarno, 2024; Karini dkk., 2024).

Permasalahan pencatatan hasil usaha dan pengelolaan keuangan menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam melakukan evaluasi dan perencanaan bisnis. Pencatatan keuangan di

Desa Lebakkuncang dilakukan secara sederhana tanpa format standar, dan pencatatan stok produksi belum terintegrasi dengan sistem keuangan. Selain itu, akses pemasaran masih mengandalkan jalur *offline* dan promosi melalui media sosial pribadi secara terbatas. Hingga saat ini, belum tersedia peta wisata interaktif maupun sistem toko digital yang dapat mendukung promosi dan transaksi daring (Effendi dkk., 2024).

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan terhadap 25 pelaku UMKM di Desa Lebakkuncang, diketahui bahwa 80% responden belum memiliki pencatatan keuangan berbasis digital, dan 76% di antaranya belum memahami penggunaan aplikasi *marketplace* lokal. Hal ini menunjukkan perlunya pelatihan digitalisasi manajemen keuangan dan pengembangan platform peta wisata desa, sebagai langkah strategis dalam memperkuat daya saing dan memperluas pasar produk serta jasa wisata.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, diperlukan digitalisasi manajemen keuangan UMKM dan pengembangan platform peta wisata serta toko digital, sehingga Desa Lebakkuncang memiliki peluang besar untuk memperkuat daya saing dan memperluas pasar produk serta jasa wisatanya. Adopsi teknologi digital membuka peluang besar untuk UMKM. *Marketplace* lokal dan aplikasi pencatatan keuangan berbasis digital dapat membantu meningkatkan transparansi, efisiensi, serta akses pasar yang lebih luas (Prasetyo & Sutanto, 2022). Selain itu, peta wisata digital yang menampilkan lokasi UMKM, *homestay*, dan atraksi wisata dapat meningkatkan daya tarik destinasi serta memperkuat ekosistem ekonomi kreatif berbasis komunitas (Wahyuni & Rachmawati, 2023). Transformasi digital ini sejalan dengan tren global menuju *smart tourism* yang menghubungkan layanan wisata dengan teknologi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Metode

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Digitalisasi Manajemen Keuangan UMKM melalui Platform Peta Wisata dan Toko Digital dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Persada Indonesia YAI di Desa Lebakkuncang, Ciwidey, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat yang didanai oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) dalam skema Hibah PKM Tahun 2025. Program ini dirancang untuk memperkuat kapasitas digital para pelaku UMKM dan pengelola Pokdarwis Desa Lebakkuncang agar lebih siap menghadapi era ekonomi

digital, melalui pelatihan inovasi produk, literasi keuangan digital, pengenalan peta wisata digital, dan toko daring (*online store*).

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan partisipatif (*participatory approach*) yang menjadikan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahap kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai efektif untuk meningkatkan *sense of ownership* dan keberlanjutan hasil kegiatan (Chambers, 1994; Suharto, 2014). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, metode partisipatif juga relevan dengan prinsip *capacity building*, yaitu penguatan kapasitas individu dan kelembagaan lokal melalui pembelajaran langsung (Eade, 1997).

Selain itu, PKM ini mengacu pada konsep *Community-Based Tourism* (CBT) yang menempatkan masyarakat desa wisata sebagai pengelola utama kegiatan pariwisata, termasuk dalam aspek keuangan, promosi, dan manajemen usaha (Okazaki, 2008). Melalui pendekatan CBT dan literasi digital, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian ekonomi lokal secara berkelanjutan. Metode pelaksanaan terdiri atas beberapa tahapan berikut:

1. Sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengelolaan keuangan UMKM. Materi sosialisasi yang disampaikan meliputi tujuan kegiatan PKM dan terkait digitalisasi menggunakan website dalam pengembangan desa wisata dan UMKM.
2. Pelatihan teknis penggunaan aplikasi pencatatan keuangan sederhana yang terintegrasi dengan *marketplace* lokal.
3. Pendampingan pembuatan akun dan unggah produk pada platform peta wisata dan toko digital bagi UMKM dan pengelola *homestay*.
4. Simulasi transaksi digital untuk memperkuat keterampilan praktis, dengan turut melibatkan sejumlah UMKM dan pengelola *homestay*.
5. Evaluasi melalui *pretest* dan *posttest* untuk mengukur peningkatan dan pemahaman literasi digital peserta. Instrumen evaluasi menggunakan kuesioner *pretest* dan *posttest* dengan 15 pertanyaan yang mengukur tiga aspek utama: manajemen keuangan digital, penggunaan platform digital, dan strategi pemasaran digital.

Sasaran kegiatan ini meliputi anggota Pokdarwis, pemilik *homestay*, dan pelaku UMKM di kawasan desa wisata. Kegiatan diikuti oleh 21 peserta selama dua hari, dan pada hari ketiga tim PkM melakukan kunjungan langsung ke pelaku UMKM di Desa Lebakmuncang.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari para peserta. Peserta terdiri atas anggota Pokdarwis, pemilik *homestay*, serta pelaku UMKM lokal yang mengelola produk berbasis potensi desa seperti stroberi, kopi, dan keripik. Secara umum, kegiatan ini terbagi dalam tiga bentuk: (1) sosialisasi web Desa Wisata Lebakmuncang; (2) pendampingan *branding* dan strategi pemasaran digital; serta (3) pelatihan manajemen keuangan sederhana (*Simple Financial Management for UMKM and Tourism Village Pokdarwis*).

1. Hasil *Pretest* dan *Posttest*: Pengukuran Peningkatan Literasi Digital dan Keuangan

Sebagai bagian dari evaluasi program, dilakukan pengukuran awal dan akhir terhadap 21 peserta yang terdiri dari anggota Pokdarwis, pemilik *homestay*, dan pelaku UMKM. Instrumen evaluasi menggunakan kuesioner dengan 15 pertanyaan yang mengukur pemahaman tentang manajemen keuangan digital, penggunaan platform peta wisata, dan strategi pemasaran digital. Hasil *pretest* menunjukkan rata-rata skor pemahaman peserta sebesar 55 dari skor maksimal 100, yang mengindikasikan tingkat literasi digital dan keuangan yang masih rendah sebelum pelaksanaan kegiatan. Setelah mengikuti serangkaian pelatihan dan pendampingan, hasil *posttest* menunjukkan peningkatan signifikan dengan rata-rata skor 82 dari 100. Hal ini merepresentasikan peningkatan sebesar 49% dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Peningkatan kemampuan peserta secara rinci dapat diamati pada Tabel 1.

Tabel 1. Persentase Peningkatan Kemampuan Peserta

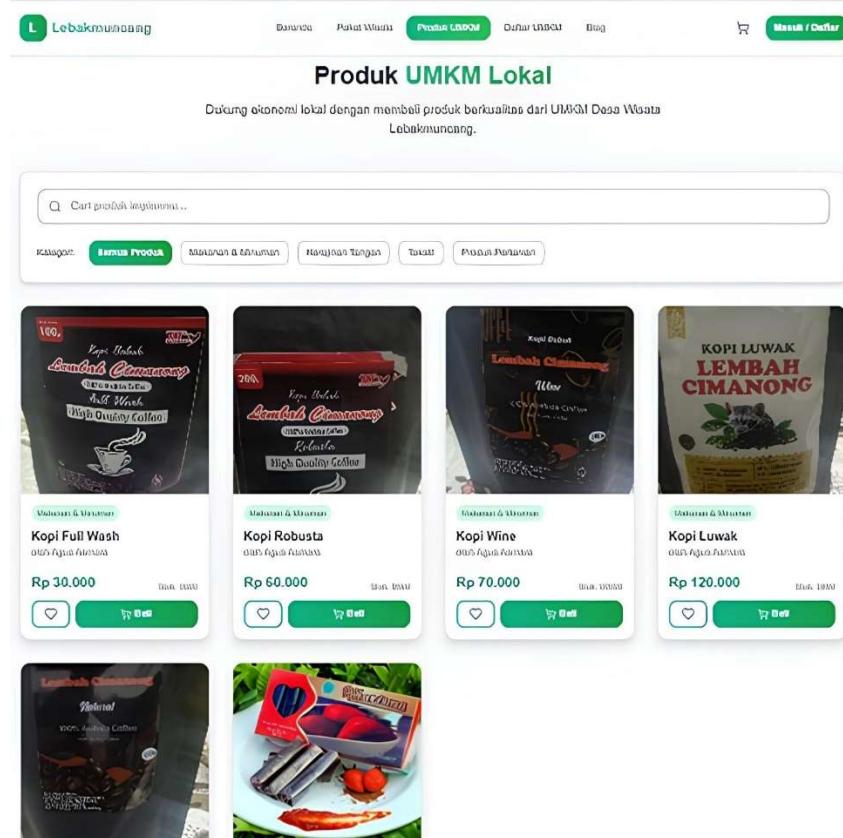
Aspek yang Dinilai	Skor Awal (<i>Pretest</i>)	Skor Akhir (<i>Posttest</i>)	Peningkatan (%)
Literasi digital	55	82	49%
Manajemen keuangan digital	50	80	60%
<i>Branding</i> dan pemasaran digital	52	78	50%

Tabel 1 menunjukkan bahwa kegiatan PKM efektif dalam meningkatkan literasi digital dan kemampuan manajemen keuangan berbasis teknologi. Peningkatan tersebut sejalan dengan teori *digital empowerment*, yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas digital pada komunitas lokal akan memperkuat daya saing ekonomi desa. Selain peningkatan pengetahuan, perubahan juga terjadi pada aspek perilaku. Setelah mengikuti pelatihan, sebanyak sembilan UMKM mulai menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital secara konsisten, dan

sepuluh akun bisnis baru berhasil dibuat di platform media sosial dan *marketplace* untuk memasarkan produk lokal. Temuan ini mendukung konsep *capacity building* (Eade, 1997), di mana peningkatan kapasitas individu menghasilkan transformasi pada praktik sosial dan ekonomi di tingkat komunitas.

2. Sosialisasi Web Desa Wisata Lebakkuncang

Sesi sosialisasi bertujuan untuk memperkenalkan web Desa Wisata Lebakkuncang sebagai sarana promosi terpadu berbasis digital. Web ini dirancang untuk menampilkan informasi tentang produk UMKM, paket wisata, dan layanan *homestay*. Melalui sesi ini, peserta memahami bahwa web dapat berfungsi sebagai etalase digital desa wisata, yang memudahkan wisatawan mengakses informasi produk dan layanan lokal. Beberapa pelaku UMKM langsung mencoba mendaftarkan produknya di web, antara lain stroberi segar, kopi bubuk, dan keripik khas Lebakkuncang. Aktivitas ini menunjukkan adanya perubahan sikap terhadap pemanfaatan media digital untuk promosi. Hal ini sejalan dengan pandangan Herlina dan Nugroho (2021), bahwa pemanfaatan *tourism digital mapping* memperluas akses pasar dan meningkatkan visibilitas produk UMKM di destinasi wisata berbasis komunitas. Gambar 1 menunjukkan web peta digital dan produk UMKM Desa Lebakkuncang.



Gambar 1. Web Peta Digital dan produk UMKM

3. Pendampingan *Branding* dan Strategi Pemasaran Digital

Pada tahap pendampingan, peserta memperoleh materi mengenai identitas merek (*branding*) dan strategi pemasaran digital. Melalui diskusi interaktif, peserta berlatih membuat konten sederhana untuk media sosial, mengunggah produk ke *marketplace*, serta memahami algoritma dasar promosi digital. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sepuluh pelaku UMKM berhasil membuat akun bisnis baru di media sosial, dan tujuh di antaranya telah mengunggah produk secara aktif. Tabel 2 menunjukkan peningkatan ini menggambarkan kemampuan adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan perilaku konsumen di era digital.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Kegiatan PKM Desa Lebakmuncang

Aspek Kegiatan	Uraian Hasil	Jumlah/Contoh	Dampak
Peserta	Pokdarwis, pemilik <i>homestay</i> , dan UMKM (stroberi, kopi, keripik)	21 orang yang terdiri dari anggota Pokdarwis, <i>homestay</i> , UMKM	Partisipasi aktif dan kolaborasi antar pelaku wisata dan UMKM
Sosialisasi Web Desa Wisata	Pengenalan fitur promosi produk, paket wisata, dan <i>homestay</i>	1 web desa wisata diakses oleh peserta	UMKM mulai mendaftarkan produk stroberi, kopi, dan keripik di web
Pendampingan <i>Branding</i> dan Pemasaran Digital	Pembuatan akun bisnis di media sosial, simulasi unggah produk di <i>marketplace</i>	10 UMKM membuat akun baru, 7 sudah mengunggah produk	Peningkatan keterampilan promosi digital dan kesadaran pentingnya <i>branding</i>
Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana	Simulasi pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan keuntungan	100% peserta mencoba lembar kerja pencatatan	Peserta memahami pemisahan keuangan pribadi dan usaha
Produk yang dipromosikan	Stroberi segar, kopi bubuk/roast, keripik singkong dan keripik pisang	8 produk terunggah di platform digital	Produk lebih dikenal oleh calon wisatawan dan konsumen <i>online</i>
Peningkatan Keterampilan (<i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i>)	Literasi digital dan manajemen keuangan	Rata-rata skor naik dari 55 menjadi 82	Terjadi peningkatan signifikan pemahaman dan praktik peserta

4. Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana

Pada sesi ini, peserta dilatih menggunakan metode pencatatan keuangan sederhana untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta menghitung keuntungan secara lebih akurat. Melalui simulasi, UMKM mampu mengisi tabel pencatatan sederhana, yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Dengan pelatihan ini, peserta dapat melihat dengan lebih jelas arus kas usaha mereka, sehingga dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.

5. Dampak Kegiatan PKM

Secara keseluruhan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa PKM ini membawa dampak positif terhadap peningkatan kapasitas Pokdarwis, pemilik *homestay*, dan pelaku UMKM. Pokdarwis semakin memahami pentingnya digitalisasi untuk mendukung pengelolaan desa wisata; pemilik *homestay* memperoleh sarana promosi yang lebih efektif melalui web desa; sedangkan UMKM stroberi, kopi, dan keripik mendapat keterampilan baru dalam pemasaran digital dan pencatatan keuangan. Selain itu, terjadi peningkatan motivasi peserta untuk mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Beberapa peserta bahkan mengungkapkan rencana untuk mengemas produk lebih menarik dan memperluas pasar melalui media sosial dan *marketplace*. Hal ini menunjukkan bahwa PKM tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan praktik nyata dalam pengelolaan usaha berbasis desa wisata.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil *pretest* dan *posttest*, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan signifikan sebesar 49% dalam literasi digital dan manajemen keuangan peserta. Pengabdian masyarakat ini membuktikan bahwa transformasi digital melalui integrasi manajemen keuangan dengan platform peta wisata dan *marketplace* lokal dapat meningkatkan literasi dan keterampilan keuangan UMKM. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam mengelola keuangan secara digital dan memasarkan produk melalui ekosistem digital. Ke depannya, keberlanjutan program perlu diperkuat dengan pendampingan lanjutan, kolaborasi dengan pemerintah daerah, serta peningkatan infrastruktur digital desa. Dengan demikian, UMKM dan desa wisata dapat semakin mandiri dan berdaya saing dalam era ekonomi digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih dukungan dan kerjasama kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Persada Indonesia YAI. Kami juga mengucapkan rasa terima kasih atas dana finansial yang diberikan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemenristek Dikti) atas dukungan hibah pengabdian masyarakat, serta kepada mitra UMKM, pokdarwis, dan pemilik homestay Desa Lebakkuncang Kabupaten Ciwidey yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Adiwilaga, R., Kelibay, I., Firmansyah, A. A., & Refra, M. S. (2024). Strategi pemerintah desa meningkatkan perekonomian Desa Wisata Pasirmulya Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(2), 426–438. <https://doi.org/10.33506/jn.v10i2.3804>
- Amier, D. Y. (2024). Strategi pengembangan eduwisata dan ekowisata berbasis masyarakat di Desa Lebakkuncang Ciwidey. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 5(2), 135–143. <https://doi.org/10.34013/mp.v5i2>
- AR, M. S. (2023). Perencanaan strategis dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Bandung (Suatu kajian di Kecamatan Ciwidey). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 901-906. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1197>
- Budilaksono, S., Sharon, G., & Yusnita, U. (2024). Pemberdayaan kapasitas peternak lebah madu melalui teknologi dan manajemen usaha yang sederhana di Desa Lebakkuncang Kecamatan Ciwidey. *Jurnal IKRAITH-Abdimas*, 8(3), 510-520.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Eade, D. (1997). *Capacity-building: An approach to people-centered development*. Oxfam.
- Effendi, M. S., Sentosa, E., & Sovitriana, R. (2024). *Membangun ekonomi melalui UMKM di SMK Islam Kader Bangsa Kel. Harapan Jaya, Kab. Bekasi*. YAI Diponegoro Press.
- Herlina, S., & Nugroho, B. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi pemasaran berbasis marketplace lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 5(2), 115–124.
- Karini, R., Agustiani, I. N., Pamungka, P., Yusra, K. A. H., Oktaviana, S. F., & Fitriyani, Y. (2024). Pengembangan produk strawberry Ciwidey menunjang pariwisata Kabupaten Bandung. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 357-367. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.859>

- Kurniawati, D., & Sari, R. (2020). Literasi digital dan pengelolaan keuangan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 45–56.
- Kusuma, A., & Ramadhani, T. (2023). Digital tourism map as a strategy for village-based tourism development. *Journal of Tourism Innovation*, 8(2), 155–167.
- Musta'ana & Suhindarno, H. (2024). Technology-based tourism strengthening strategies in empowering community agro-tourism Blimbing Gardens in Ngringinrejo Kalitidu Village. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 5779-5793. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i6.16200>
- Nugraha, A., & Handayani, T. (2019). Inovasi pengelolaan desa wisata berbasis teknologi informasi. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(1), 67–76. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i1.523>
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529. <https://doi.org/10.1080/09669580802159594>
- Prasetyo, Y. T., & Sutanto, A. (2022). Digital transformation of micro, small, and medium enterprises (MSMEs): Opportunities and challenges in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 48(3), 289–304.
- Suharto, E. (2014). *Membangun masyarakat, memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial*. Refika Aditama.
- Suryani, R., Astuti, D., & Handoko, M. (2022). Marketplace lokal dan dampaknya terhadap kinerja UMKM pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 44–59.
- Susanti, H., Rahmawati, D., Mukhtar, H., Wibowo, S. A., Priharti, W., Cahyadi, W. A., Nugroho, B. S., Aziz, B., & Susanto, K. (2024). Integrasi digital marketing dan community-based tourism dalam pengembangan agrowisata di Desa Warjabakti Kabupaten Bandung. *SWAGATI: Journal of Community Services*, 2(2), 49-55. <https://doi.org/10.24076/swagati.2024v2i2.1095>
- UNWTO. (2020). *Tourism and rural development: Unlocking the potential of rural areas*. World Tourism Organization.
- Wahyuni, D., & Rachmawati, S. (2023). Smart tourism village: Integrating digital maps and local economic empowerment. *Jurnal Teknologi dan Pariwisata*, 6(3), 201–214.
- World Bank. (2021). *Small and medium enterprises (SMEs) finance: Improving access to finance for growth and productivity*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>