

DIGITALISASI UMKM DAN PELESTARIAN DESA WISATA DI DESA GURAH KABUPATEN ACEH BESAR

Laila Pitri¹, Hambali², Hartati³

Universitas Serambi Mekkah, Aceh Indonesia

Koresponden: hartati@serambimekkah.ac.id⁶

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Nasional ini dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah dengan tema “Digitalisasi UMKM dan Pelestarian Desa Wisata” di Desa Gurah, Kecamatan Peukan Bada, Kabupaten Aceh Besar, pada tanggal 15 Juli 2025. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi wisata Desa Gurah yang belum dikelola secara optimal serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM setempat dalam memasarkan produk dan mengelola usahanya. Kegiatan diikuti oleh dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, serta dihadiri dan didukung langsung oleh Keuchik Desa Gurah, Ja’far, dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, Dr. Syaifuddin Yana, S.T., M.M., M.Si. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode sosialisasi, pelatihan digitalisasi usaha, dan diskusi partisipatif bersama pelaku UMKM dan perangkat desa mengenai strategi pemasaran digital serta pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM Desa Gurah mengenai pemanfaatan platform digital untuk pemasaran produk, serta tumbuhnya kesadaran bersama antara masyarakat, perangkat desa, dan pihak kampus akan pentingnya sinergi dalam mendigitalisasi UMKM sekaligus melestarikan potensi wisata desa. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan desa dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis digital dan pariwisata.

Kata Kunci: *Digitalisasi UMKM, Desa Wisata, Desa Gurah, Pengabdian Masyarakat, Pariwisata Berkelanjutan*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah signifikan di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata berbasis masyarakat. Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam perpaduan antara UMKM dan pariwisata adalah Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar. Desa ini memiliki kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal yang menjadikannya layak dikembangkan sebagai desa wisata, sekaligus menjadi wadah bagi tumbuhnya UMKM berbasis produk lokal seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa wisata. Namun, potensi besar ini belum diimbangi dengan kesiapan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital, sehingga

pemasaran produk dan promosi wisata masih dilakukan secara konvensional dan terbatas pada jangkauan lokal (Anggayasti et al., 2025).

Digitalisasi UMKM merupakan proses pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, seperti media sosial, platform e-commerce, dan sistem pembayaran digital, untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, serta perluasan pasar usaha. Di era ekonomi digital, digitalisasi tidak lagi menjadi pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi pelaku UMKM agar mampu bersaing dan bertahan di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada transaksi daring. Bagi desa wisata seperti Gurah, digitalisasi memiliki peran ganda: pertama, sebagai sarana pemasaran produk UMKM lokal agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke luar daerah dan mancanegara; kedua, sebagai instrumen promosi destinasi wisata yang mampu memperkenalkan keindahan alam dan budaya Gurah kepada calon wisatawan melalui konten digital, seperti foto, video, dan ulasan daring. Selain itu, digitalisasi juga berperan penting dalam pelestarian desa wisata, sebab dokumentasi digital atas tradisi, kesenian, dan kearifan lokal dapat menjadi arsip yang menjaga keberlangsungan identitas budaya desa di tengah arus modernisasi. (Mujiani et al., 2026)

Meskipun manfaat digitalisasi begitu besar, kenyataannya sebagian besar pelaku UMKM di Desa Gurah masih menghadapi berbagai kendala dalam mengadopsi teknologi digital. Keterbatasan literasi digital, minimnya akses terhadap perangkat teknologi yang memadai, serta infrastruktur jaringan internet yang belum merata menjadi hambatan utama. Banyak pelaku usaha, khususnya generasi yang lebih tua, masih merasa asing dengan penggunaan aplikasi pemasaran daring dan enggan beralih dari cara berjualan tradisional. Di sisi lain, kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian desa wisata sebagai aset jangka panjang juga belum sepenuhnya dipahami oleh sebagian masyarakat, sehingga pengelolaan potensi wisata sering kali berjalan tanpa perencanaan yang berkelanjutan. Kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki Desa Gurah dan rendahnya kesiapan digital masyarakatnya inilah yang menjadi persoalan utama yang mendorong perlunya program edukasi dan pendampingan secara berkelanjutan. (Aldiansyah et al., 2026)

Kondisi tersebut mendorong berbagai pihak, baik pemerintah daerah, perguruan tinggi, maupun lembaga swadaya masyarakat, untuk turut serta dalam mengadakan program pelatihan digitalisasi UMKM dan pengembangan desa wisata berkelanjutan. Berbagai program serupa telah dilaksanakan di sejumlah daerah lain di Indonesia, seperti pelatihan pemasaran digital bagi UMKM kuliner di kawasan wisata Yogyakarta, pendampingan pembuatan konten promosi wisata oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa-desa wisata rintisan, serta program literasi digital bagi pengrajin lokal di kawasan

wisata Sumatera Barat. Keberagaman lokasi dan bentuk program tersebut menunjukkan bahwa tantangan digitalisasi UMKM sekaligus pelestarian desa wisata merupakan isu yang dihadapi secara luas di berbagai wilayah Indonesia, sehingga diperlukan kajian yang sistematis untuk merangkum pola hambatan serta strategi efektif yang dapat diterapkan, termasuk di Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar. (Lesmana et al., 2026)

Urgensi kajian ini juga didorong oleh manfaat nyata yang dapat diperoleh apabila digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata berjalan secara terintegrasi. Manfaat tersebut antara lain meningkatnya volume penjualan produk UMKM melalui pasar digital, terbukanya peluang kerja sama dengan platform pariwisata daring, meningkatnya kunjungan wisatawan berkat promosi digital yang lebih luas dan menarik, serta terjaganya nilai-nilai budaya dan kearifan lokal melalui dokumentasi digital yang dapat diwariskan kepada generasi mendatang. Selain itu, digitalisasi juga membuka akses bagi pelaku UMKM di Gurah untuk mendapatkan pembinaan dari lembaga keuangan maupun program pemerintah yang berbasis data digital, sehingga usaha mereka dapat tumbuh lebih cepat dan berkelanjutan. Dengan memahami secara mendalam konsep, praktik, tantangan, serta strategi digitalisasi UMKM yang selaras dengan pelestarian desa wisata, diharapkan para pemangku kepentingan dapat merumuskan program pemberdayaan yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan bagi masyarakat Desa Gurah.

Berdasarkan uraian tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk: (1) membahas konsep dan urgensi digitalisasi UMKM dalam mendukung pengembangan dan pelestarian desa wisata di Indonesia, khususnya di Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar; (2) merangkum pengalaman dan hasil dari berbagai program pelatihan serta pendampingan digitalisasi UMKM dan desa wisata yang telah dijalankan di berbagai daerah sebagai bahan pembelajaran; dan (3) menganalisis hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Gurah serta merumuskan strategi digitalisasi yang efektif guna mendukung pelestarian desa wisata secara berkelanjutan. Melalui studi kepustakaan yang komprehensif, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan pengetahuan mengenai pemberdayaan UMKM berbasis digital di kawasan desa wisata, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi pemerintah daerah, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat Desa Gurah dalam merancang program digitalisasi yang mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus menjaga kelestarian budaya dan lingkungan desa wisata untuk generasi yang akan datang. (P. M. Putra & Prabandari, 2025)

METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif (participatory action research) yang melibatkan masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan pengelola desa wisata di Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar, sebagai subjek aktif, bukan sekadar objek penerima program. Pendekatan ini dipilih karena keberhasilan digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata sangat bergantung pada kesadaran, kemauan, dan keterlibatan langsung masyarakat setempat dalam setiap tahap kegiatan. Sebelum pelaksanaan, tim pengabdian melakukan observasi lapangan dan wawancara awal dengan perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta pelaku UMKM untuk mengidentifikasi potensi wisata dan produk unggulan desa, sekaligus memetakan tingkat literasi digital, ketersediaan perangkat teknologi, dan kendala utama yang dihadapi masyarakat dalam memasarkan produk maupun mempromosikan destinasi wisata secara daring.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu tahap sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Pada tahap sosialisasi, tim pengabdian memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya digitalisasi bagi keberlangsungan usaha dan promosi wisata, termasuk manfaat penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya. Tahap pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung (hands-on training), meliputi pembuatan akun bisnis di media sosial, teknik fotografi dan pembuatan konten produk maupun destinasi wisata, cara mengunggah produk ke platform e-commerce, serta pengenalan sistem pembayaran digital sederhana. Tahap pendampingan dilakukan secara berkala setelah pelatihan untuk memastikan peserta benar-benar menerapkan keterampilan yang diperoleh, sekaligus membantu mengatasi kendala teknis yang muncul di lapangan, seperti keterbatasan sinyal internet atau kesulitan mengoperasikan aplikasi tertentu. Selain aspek digitalisasi UMKM, kegiatan ini juga diintegrasikan dengan upaya pelestarian desa wisata melalui pendokumentasian kearifan lokal, tradisi, dan kondisi alam desa dalam bentuk konten digital yang dapat digunakan sebagai bahan promosi sekaligus arsip budaya.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu evaluasi proses dan evaluasi hasil. Evaluasi proses dilakukan dengan memantau tingkat partisipasi dan antusiasme peserta selama sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan berlangsung, sementara evaluasi hasil dilakukan dengan mengukur perubahan konkret, seperti jumlah pelaku UMKM yang berhasil membuat akun bisnis digital, jumlah produk yang berhasil dipasarkan secara

daring, serta peningkatan visibilitas Desa Gurah sebagai destinasi wisata di media sosial. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, kuesioner sederhana, serta dokumentasi kegiatan berupa foto dan video. Hasil evaluasi ini kemudian dianalisis secara deskriptif untuk merumuskan rekomendasi keberlanjutan program, sehingga digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata di Desa Gurah tidak berhenti pada masa kegiatan pengabdian berlangsung, melainkan dapat terus dijalankan secara mandiri oleh masyarakat setempat di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Digitalisasi UMKM dan Potensi Wisata Desa Gurah

Hasil observasi dan wawancara awal yang dilakukan oleh tim pengabdian menunjukkan bahwa Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan lebih lanjut. Potensi tersebut meliputi lanskap perbukitan yang asri, aliran sungai yang jernih dan masih alami, serta tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang hingga kini masih terjaga dengan baik. Kondisi geografis dan sosial-budaya semacam ini menjadikan Desa Gurah memiliki daya tarik yang tidak kalah dibandingkan dengan desa-desa wisata lain di Aceh Besar, bahkan berpotensi untuk dikembangkan menjadi destinasi unggulan apabila dikelola secara profesional dan berkelanjutan. (A. G. I. Putra et al., 2025)

Di sisi lain, hasil pemetaan awal juga mengidentifikasi keberadaan sejumlah pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha, mulai dari kuliner khas daerah, kerajinan tangan berbahan baku lokal, hingga jasa penunjang wisata seperti penyewaan perlengkapan dan pemandu lokal. Keragaman jenis usaha ini menunjukkan bahwa ekosistem ekonomi lokal Desa Gurah sesungguhnya sudah cukup dinamis dan memiliki fondasi yang baik untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun demikian, dari sisi pemasaran, sebagian besar pelaku usaha tersebut masih mengandalkan cara-cara konvensional, yaitu penjualan dari mulut ke mulut atau melalui jaringan pembeli tetap yang sudah dikenal sebelumnya, tanpa memanfaatkan media sosial maupun platform digital lainnya secara optimal.

Rendahnya pemanfaatan teknologi digital ini tidak terlepas dari beberapa faktor penghambat yang teridentifikasi selama observasi lapangan. Faktor pertama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama pada generasi yang lebih tua yang belum terbiasa menggunakan aplikasi berbasis internet untuk kepentingan usaha. Faktor kedua adalah

keterbatasan perangkat teknologi yang memadai, seperti telepon pintar dengan kualitas kamera yang baik atau akses internet yang stabil, yang menjadi prasyarat dasar dalam melakukan pemasaran digital. Faktor ketiga adalah minimnya pemahaman mengenai cara membuat konten promosi yang menarik, mulai dari teknik pengambilan foto produk hingga penulisan deskripsi yang mampu menarik minat calon pembeli. (Prihantara et al., 2025)

Selain persoalan pada sisi UMKM, hasil observasi juga menemukan bahwa promosi potensi wisata Desa Gurah sendiri masih sangat terbatas dan belum dikelola secara sistematis melalui kanal digital. Belum adanya akun media sosial resmi desa yang aktif, minimnya konten visual yang menarik tentang keindahan alam dan budaya Gurah, serta tidak adanya strategi promosi yang terencana menyebabkan informasi mengenai keberadaan desa wisata ini belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, khususnya di luar wilayah Aceh Besar. Padahal, di tengah tingginya minat masyarakat terhadap wisata alam dan budaya yang autentik, ketiadaan promosi digital yang memadai menjadi peluang besar yang belum dimanfaatkan secara maksimal.

Kondisi awal ini secara keseluruhan menggambarkan adanya kesenjangan yang cukup jelas antara potensi besar yang dimiliki Desa Gurah, baik dari sisi produk UMKM maupun daya tarik wisata, dengan tingkat pemanfaatan teknologi digital yang masih sangat rendah. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar dan justifikasi utama bagi pelaksanaan program pengabdian digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata di Desa Gurah, sebab tanpa adanya intervensi yang terarah, potensi-potensi tersebut berisiko tidak berkembang secara optimal dan sulit bersaing dengan desa-desa wisata lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran dan promosinya.



gambar 1. Kegiatan PKM Nasional “Digitalisasi UMKM dan Pelestarian Desa Wisata” di Desa Gurah, Kecamatan Peukan Bada, Kabupaten Aceh Besar (15 Juli 2025), bersama Keuchik Desa Gurah Ja’far dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah Dr. Syaifuddin Yana, S.T., M.M., M.Si.

Pelaksanaan Sosialisasi dan Peningkatan Kesadaran Digitalisasi

Tahap sosialisasi merupakan langkah awal yang krusial dalam rangkaian kegiatan pengabdian ini, sebab keberhasilan program digitalisasi sangat bergantung pada tingkat kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya transformasi digital bagi keberlangsungan usaha mereka. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan secara bersama-sama dengan melibatkan perangkat desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta para pelaku UMKM setempat, dengan tujuan agar seluruh pemangku kepentingan di Desa Gurah memiliki pemahaman yang sama mengenai arah dan manfaat program yang akan dijalankan. Pendekatan yang melibatkan berbagai unsur masyarakat ini dipilih agar program tidak hanya dipahami secara sepihak oleh pelaku usaha, tetapi juga mendapatkan dukungan penuh dari perangkat desa sebagai pengambil kebijakan di tingkat lokal.(Fitria et al., 2026)

Hasil pelaksanaan sosialisasi menunjukkan capaian yang cukup positif dalam membangun kesadaran awal masyarakat mengenai pentingnya digitalisasi bagi usaha maupun promosi wisata desa. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama ketika dijelaskan mengenai manfaat konkret dari pemasaran digital, seperti kemampuan menjangkau pasar hingga ke luar Kabupaten Aceh Besar, potensi peningkatan volume penjualan produk, serta peluang menjangkau wisatawan dari luar daerah melalui promosi berbasis media sosial. Antusiasme ini terlihat dari aktifnya peserta dalam mengajukan pertanyaan seputar cara memulai penjualan daring, biaya yang dibutuhkan, serta pengalaman nyata dari usaha lain yang telah berhasil memanfaatkan platform digital.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya juga ditemukan sejumlah kendala psikologis yang perlu mendapat perhatian khusus, terutama pada pelaku usaha dari generasi yang lebih tua. Sebagian dari mereka merasa asing dan kurang percaya diri dalam menggunakan teknologi digital, bahkan beberapa di antaranya sempat menyatakan keraguan mengenai kemampuan diri untuk mempelajari hal baru di usia yang tidak lagi muda. Rasa canggung ini diperparah oleh kekhawatiran akan risiko kegagalan, seperti takut salah mengunggah konten atau tidak mampu merespons calon pembeli secara daring, sehingga sebagian dari mereka cenderung bersikap pasif meskipun telah mengikuti sesi sosialisasi.(A. G. I. Putra et al., 2025)

Kondisi semacam ini sesungguhnya sejalan dengan temuan pada program-program serupa yang telah dilaksanakan di berbagai daerah lain di Indonesia, di mana kesadaran akan pentingnya adaptasi teknologi tidak

dapat dibangun secara instan, melainkan harus ditumbuhkan secara bertahap melalui pendekatan yang partisipatif dan tidak menggurui. Pendekatan yang bersifat dialogis, mendengarkan kekhawatiran peserta, serta memberikan contoh keberhasilan yang relevan dengan konteks lokal masyarakat desa, terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan yang bersifat satu arah dan instruktif semata. Dengan demikian, masyarakat merasa dilibatkan sebagai subjek yang aktif dalam proses pembelajaran, bukan sekadar objek penerima program dari luar.

Sebagai penutup tahap sosialisasi, tim pengabdian juga menekankan pentingnya keterkaitan antara digitalisasi UMKM dengan upaya pelestarian dan promosi desa wisata secara keseluruhan, sehingga peserta tidak hanya memahami digitalisasi sebagai sarana menjual produk semata, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperkenalkan identitas dan kekayaan budaya Desa Gurah kepada khalayak yang lebih luas. Pemahaman yang terintegrasi ini menjadi modal awal yang penting sebelum masyarakat memasuki tahap pelatihan praktik digitalisasi yang lebih teknis, karena kesadaran akan tujuan besar dari program ini turut memengaruhi tingkat motivasi dan keseriusan peserta dalam mengikuti tahapan-tahapan selanjutnya.



Hasil Pelatihan Praktik Digitalisasi UMKM

Setelah tahap sosialisasi berhasil membangun kesadaran awal, kegiatan dilanjutkan dengan tahap pelatihan yang bersifat lebih praktis dan aplikatif. Pada tahap ini, peserta diberikan keterampilan konkret yang meliputi pembuatan akun bisnis di media sosial seperti Instagram dan Facebook, teknik dasar fotografi produk menggunakan kamera ponsel,

penulisan deskripsi produk yang menarik dan informatif, serta pengenalan platform e-commerce sederhana yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM skala mikro dan kecil. Pemilihan materi pelatihan ini disesuaikan dengan kebutuhan riil masyarakat Desa Gurah, dengan mempertimbangkan tingkat literasi digital peserta yang bervariasi serta ketersediaan perangkat teknologi yang mereka miliki. (Prihantara et al., 2025)

Proses pelatihan dilaksanakan secara praktik langsung atau hands-on training, di mana peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi langsung mempraktikkan setiap keterampilan yang diajarkan dengan didampingi oleh tim pengabdian. Pendekatan ini dipilih karena keterampilan digital, seperti halnya keterampilan teknis lainnya, akan lebih mudah dipahami dan diingat apabila dipraktikkan secara langsung dibandingkan hanya disampaikan melalui ceramah atau presentasi. Selama sesi praktik, peserta didampingi secara individual sesuai dengan kecepatan belajar masing-masing, sehingga peserta yang mengalami kesulitan lebih besar tetap mendapatkan perhatian yang memadai tanpa merasa tertinggal dari peserta lainnya.

Hasil evaluasi yang dilakukan pasca pelatihan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan kondisi awal sebelum kegiatan dilaksanakan. Mayoritas peserta berhasil membuat akun bisnis digital pertama mereka, lengkap dengan foto profil dan deskripsi usaha yang lebih terstruktur dibandingkan sebelumnya. Kualitas foto produk yang diunggah juga menunjukkan perbaikan yang nyata, baik dari sisi pencahayaan, komposisi, maupun latar belakang yang digunakan, sebagai hasil dari penerapan teknik fotografi sederhana yang diajarkan selama pelatihan. Perubahan-perubahan kecil namun signifikan ini menjadi indikator bahwa materi pelatihan yang diberikan cukup relevan dan aplikatif bagi kebutuhan pelaku UMKM di lapangan. (Fitria et al., 2026)

Capaian yang lebih menggembirakan terlihat dari beberapa pelaku UMKM kuliner yang berhasil menerima pesanan pertama mereka melalui media sosial dalam kurun waktu yang relatif singkat setelah pelatihan berlangsung. Keberhasilan awal ini memberikan dampak psikologis yang positif bagi peserta lainnya, sebab pengalaman nyata dari sesama pelaku usaha di desa yang sama jauh lebih meyakinkan dibandingkan sekadar teori yang disampaikan oleh tim pengabdian. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa efek berantai atau snowball effect dari keberhasilan individu dapat menjadi salah satu strategi efektif untuk mendorong partisipasi dan motivasi pelaku UMKM lain yang masih ragu-ragu dalam mengadopsi teknologi digital.

Selain pelatihan yang berfokus pada pemasaran produk UMKM, kegiatan pelatihan juga mencakup pembuatan konten promosi destinasi wisata Desa Gurah secara khusus, seperti pengambilan video singkat dan foto

pemandangan alam yang kemudian diunggah pada akun media sosial resmi desa. Kegiatan ini melibatkan tidak hanya pelaku UMKM, tetapi juga anggota Pokdarwis dan pemuda desa yang memiliki ketertarikan pada bidang fotografi dan videografi. Langkah ini menjadi titik awal yang penting dalam memperkenalkan Gurah sebagai destinasi wisata potensial kepada khalayak yang lebih luas, sekaligus menunjukkan bahwa digitalisasi yang dibangun dalam program ini tidak hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi individu pelaku usaha, tetapi juga pada kepentingan kolektif desa secara keseluruhan.(Safrilia et al., 2026)

Pendampingan Berkelanjutan dan Tantangan di Lapangan

Setelah tahap pelatihan selesai dilaksanakan, kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan tahap pendampingan yang dilakukan secara berkala guna memastikan keberlanjutan penerapan keterampilan digital yang telah diperoleh peserta. Tahap ini dipandang sangat penting mengingat pengalaman dari berbagai program serupa menunjukkan bahwa pelatihan yang hanya dilaksanakan satu kali cenderung tidak cukup untuk mengubah kebiasaan pelaku usaha secara permanen. Melalui pendampingan berkala, tim pengabdian dapat memantau sejauh mana peserta benar-benar menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam praktik usaha sehari-hari, sekaligus memberikan bantuan langsung apabila peserta menghadapi kendala di lapangan.(Mailiza et al., 2025)

Dalam pelaksanaannya, tahap pendampingan ini mengungkap sejumlah tantangan teknis yang cukup signifikan dan sebelumnya tidak sepenuhnya teridentifikasi pada tahap sosialisasi maupun pelatihan. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan jaringan internet di beberapa titik wilayah Desa Gurah, yang menyebabkan proses pengunggahan konten, baik foto maupun video, menjadi terhambat atau bahkan gagal dilakukan. Kondisi infrastruktur digital yang belum merata ini menjadi salah satu faktor penghambat utama yang berada di luar kendali langsung peserta maupun tim pengabdian, sehingga memerlukan strategi alternatif, seperti menjadwalkan pengunggahan konten pada waktu atau lokasi tertentu yang memiliki sinyal lebih stabil.(Wijaya & Darsana, 2026)

Selain kendala infrastruktur, hasil pendampingan juga menunjukkan bahwa sebagian peserta masih memerlukan bimbingan yang lebih intensif dalam mengoperasikan aplikasi secara mandiri, terutama dalam hal mengelola interaksi dengan calon pembeli secara daring, seperti merespons pertanyaan, menangani negosiasi harga, hingga memproses pesanan hingga selesai. Beberapa peserta juga masih memerlukan pemahaman lebih lanjut mengenai etika berjualan di ruang digital, termasuk pentingnya menjaga

kepercayaan pembeli melalui respons yang cepat, informasi produk yang jujur, serta konsistensi dalam mengelola akun bisnis mereka. Kendala-kendala semacam ini menunjukkan bahwa keterampilan digital bukan hanya soal kemampuan teknis semata, tetapi juga menyangkut aspek komunikasi dan manajemen hubungan dengan pelanggan.

Temuan-temuan tersebut sejalan dengan pengalaman program pendampingan digitalisasi di berbagai desa lain di Indonesia, yang secara konsisten menunjukkan bahwa perubahan kebiasaan pelaku usaha memerlukan proses yang berkelanjutan dan tidak dapat dicapai secara instan. Pendampingan yang dilakukan secara berkala, disertai dengan pemberian umpan balik yang konstruktif atas setiap upaya yang telah dilakukan peserta, terbukti lebih efektif dalam membangun kemandirian jangka panjang dibandingkan dengan pendekatan pelatihan tunggal yang bersifat sesaat. Oleh karena itu, keberadaan pendamping lapangan yang dapat dihubungi sewaktu-waktu menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan program di Desa Gurah. (Gracio & Murdiyanto, 2026)

Di sisi lain, tahap pendampingan ini juga menjadi momentum penting untuk semakin mengaitkan digitalisasi UMKM dengan upaya pelestarian desa wisata secara lebih mendalam. Selama proses pendampingan, pelaku usaha secara aktif didorong untuk turut mendokumentasikan tradisi, kuliner khas, dan kearifan lokal Desa Gurah sebagai bagian dari konten promosi usaha mereka, misalnya dengan menampilkan proses pembuatan makanan tradisional atau kerajinan tangan secara autentik dalam unggahan media sosial. Melalui pendekatan ini, nilai-nilai budaya desa tidak hanya dipasarkan semata-mata untuk kepentingan ekonomi, tetapi juga terjaga kelestariannya dalam bentuk arsip digital yang dapat diakses secara luas dan berkelanjutan oleh generasi yang akan datang. (Kurniawati et al., 2026)

Kontribusi Digitalisasi terhadap Pelestarian Desa Wisata

Hasil keseluruhan dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata di Desa Gurah merupakan dua aspek yang saling melengkapi dan pada dasarnya tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Digitalisasi yang semula dipandang hanya sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan produk UMKM, dalam praktiknya juga berfungsi sebagai instrumen penting dalam memperkenalkan dan melestarikan identitas budaya desa. Keterkaitan ini menegaskan bahwa program pemberdayaan ekonomi berbasis digital di desa wisata tidak dapat dirancang secara terpisah dari upaya pelestarian nilai-nilai lokal, sebab keduanya justru saling memperkuat dalam mencapai tujuan pembangunan desa yang berkelanjutan.

Dari sisi ekonomi, digitalisasi memberikan ruang baru bagi pelaku UMKM Desa Gurah untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan mereka, yang sebelumnya sangat terbatas akibat ketergantungan pada metode pemasaran konvensional. Perluasan pasar ini tidak hanya berdampak pada peningkatan omzet penjualan secara langsung, tetapi juga membuka peluang kerja sama baru, baik dengan pembeli dari luar daerah maupun dengan pihak-pihak yang tertarik untuk mempromosikan produk khas Gurah lebih lanjut. Peningkatan taraf ekonomi ini pada gilirannya turut memperkuat motivasi masyarakat untuk terus menjaga dan mengembangkan potensi wisata desanya, karena mereka mulai merasakan secara langsung manfaat ekonomi dari keberadaan desa wisata sebagai sumber penghidupan jangka panjang, bukan sekadar potensi yang belum tergarap. (Fathurrozi et al., 2022)

Dari sisi sosial-budaya, proses dokumentasi digital atas tradisi, kesenian, dan kearifan lokal yang dilakukan selama kegiatan pengabdian turut berfungsi sebagai upaya konservasi budaya yang bernilai strategis. Konten-konten yang telah diunggah ke media sosial, baik berupa foto maupun video mengenai kuliner tradisional, kerajinan tangan, maupun praktik budaya masyarakat Gurah, dapat menjadi arsip digital yang sewaktu-waktu dapat diakses kembali oleh generasi mendatang. Arsip semacam ini memiliki nilai penting sebagai bukti identitas budaya desa, terutama di tengah arus modernisasi yang berpotensi menggerus tradisi dan kebiasaan lokal apabila tidak didokumentasikan dan dilestarikan secara sengaja dan sistematis.

Dengan demikian, program digitalisasi yang dijalankan di Desa Gurah tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi pelaku UMKM secara individual, tetapi juga memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap keberlanjutan sosial-budaya desa sebagai satu kesatuan. Kedua dampak ini saling menguatkan satu sama lain: keberhasilan ekonomi mendorong masyarakat untuk semakin peduli terhadap pelestarian budaya dan lingkungan desanya, sementara pelestarian budaya dan lingkungan yang terjaga dengan baik pada gilirannya menjadi daya tarik yang memperkuat daya saing desa wisata di mata wisatawan maupun konsumen produk UMKM. (Mumtaz & Karmilah, 2021)

Meskipun hasil awal dari kegiatan pengabdian ini masih bersifat rintisan dan tentu memerlukan pemantauan serta evaluasi lebih lanjut dalam jangka waktu yang lebih panjang, temuan-temuan yang diperoleh cukup memperkuat argumen bahwa integrasi antara digitalisasi UMKM dan pelestarian desa wisata merupakan strategi yang relevan dan berkelanjutan bagi pengembangan potensi lokal Desa Gurah. Ke depan, keberlanjutan program ini akan sangat bergantung pada konsistensi masyarakat dalam menerapkan keterampilan digital yang telah diperoleh, dukungan

berkelanjutan dari pemerintah desa dan pihak terkait, serta kesediaan seluruh pemangku kepentingan untuk terus menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi digital dan pelestarian identitas budaya Desa Gurah, Kabupaten Aceh Besar, sebagai satu kesatuan yang utuh dan tidak terpisahkan

DAFTAR PUSTAKA

- Aldiansyah, M. F., Iskandar, N. P., Fitriani, N., & ... (2026). Optimalisasi Destinasi Wisata Alam Dan Digitalisasi Umkm Melalui Program Kuliah Kerja Nyata Di Desa Cilengkrang Sumedang. *Jurnal Pengabdian* <https://sihojournal.com/index.php/jupengen/article/view/1923>
- Anggayasti, U. H., Adhyaksa, B., & ... (2025). Penguatan ekonomi lokal di desa Muncar melalui pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif. ... *Journal of Legal* <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/tjph/article/view/29446>
- Fathurrozi, A., Pamungkas, R. W. P., Kristyawan, P., & ... (2022). Pelatihan digital marketing di Wilayah Kecamatan Cimaan Kabupaten Cianjur Jawa Barat untuk mewujudkan desa wisata digital. *Jurnal Pengabdian* <https://www.neliti.com/publications/559358/pelatihan-digital-marketing-di-wilayah-kecamatan-cimaan-kabupaten-cianjur-jawa>
- Fitria, A., Usmi, R., Septiansyah, R. A., & ... (2026). Inovasi" Rumah Made" untuk Mewujudkan Desa Wisata Berkelanjutan di Kabupaten Jombang. *Jurnal Altifani Penelitian* <https://www.altifani.net/index.php/altifani/article/view/1523>
- Gracio, S. A., & Murdiyanto, E. (2026). Revitalisasi Pengelolaan Desa Wisata Kerajinan Bambu Brajan: Pendekatan Strategis Berbasis Analisis SOAR. In *Journal of Agricultural Social and Business*.
- Kurniawati, R., Tantra, T., & Azhari, M. (2026). Penguatan Kompetensi Manajemen Event &Pemasaran Berbasis Internet Melalui Pelatihan Bagi Masyarakat Desa di Kecamatan Rancakalong. *Journal of Social Service* <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/josse/article/view/956>
- Lesmana, I., Mauliddya, K. N., Huda, A. Z. Al, & ... (2026). ... : INTEGRASI POTENSI WISATA DAN PENGUATAN MANAJEMEN PARIWISATA BERBASIS COMMUNITY-BASED TOURISM DALAM MEWUJUDKAN PARIWISATA *Prosiding Seminar* <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/1398>
- Mailiza, R., Hidayani, P., & ... (2025). Implementasi Google Maps sebagai Media Digitalisasi Pemasaran UMKM di Desa Lueng Tanoh Tho. *Mitra Abdimas* <https://jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/MABDIMAS/article/view/1841>
- Mujiani, S., Jauhari, B., & Astuti, S. Y. (2026). Digitalisasi Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Pembuatan Website dan Media Sosial: Penelitian.

Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan

<http://jerkin.org/index.php/jerkin/article/view/4944>

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. In

Jurnal Kajian Ruang. researchgate.net.

[https://www.researchgate.net/profile/Mila-](https://www.researchgate.net/profile/Mila-Karmilah/publication/359116496_Digitalisasi_Wisata_di_Desa_Wisata/links/62640d23bca601538b620566/Digitalisasi-Wisata-di-Desa-Wisata.pdf)

[Karmilah/publication/359116496_Digitalisasi_Wisata_di_Desa_Wisata/links/62640d23bca601538b620566/Digitalisasi-Wisata-di-Desa-Wisata.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mila-Karmilah/publication/359116496_Digitalisasi_Wisata_di_Desa_Wisata/links/62640d23bca601538b620566/Digitalisasi-Wisata-di-Desa-Wisata.pdf)

Prihantara, A., Ardiansyah, Y. E., Habibah, H., & ... (2025). Dampak sosial ekonomi pariwisata dalam kehidupan masyarakat Desa Panglipuran, Bangli, Bali. In *Jurnal Kemitraan* pkm.lpkd.or.id.

<https://pkm.lpkd.or.id/index.php/JKM/article/download/2096/2105>

Putra, A. G. I., Hermanto, B., & Winoto, Y. (2025). Strategi keberlanjutan desa wisata Bendasari melalui community-based tourism dan

pendekatan sociopreneurship. In *Altasia Jurnal Pariwisata*

researchgate.net. [https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-](https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca495d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf)

[Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-](https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca495d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf)

[Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca4](https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca495d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf)

[95d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-](https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca495d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf)

[Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Adhika-Irianto-Putra/publication/394466337_Strategi_Keberlanjutan_Desa_Wisata_Bandasari_melalui_Community-Based_Tourism_dan_Pendekatan_Sociopreneurship/links/68a0b603ca495d76982da6cf/Strategi-Keberlanjutan-Desa-Wisata-Bandasari-melalui-Community-Based-Tourism-dan-Pendekatan-Sociopreneurship.pdf)

Putra, P. M., & Prabandari, L. P. C. (2025). Pengembangan Website E-Commerce Dan Gis Untuk Mendukung Pemasaran Produk Kerajinan Serta Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Baliaga. *JUPI (Jurnal*

<https://jurnal.stkippgritulungagung.ac.id/index.php/jipi/article/view/9165>

Safrilia, A., Purwanto, R. E., Saudah, S., & ... (2026). Pemberdayaan Gen Z di Desa Poncokusumo melalui Wisata Digital: Pengembangan Papan Interpretasi dan Aplikasi Self-Guided Tour Berbasis Teknologi. *Jurnal Masyarakat*

<https://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/view/561>

Wijaya, N. S., & Darsana, I. M. (2026). Perancangan Model Strategis Pengembangan Desa Wisata Sangeh: Optimalisasi Potensi Lokal untuk Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan yang Berdaya Saing. ... *Ilmiah Bidang Pariwisata* [https://publish.ojs-](https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIWAYANG/article/view/4675)

[indonesia.com/index.php/SIWAYANG/article/view/4675](https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIWAYANG/article/view/4675)