

Empowering Village Communities Through the Use of Digital Technology to Improve the Creative Economy (MSME Business Actors in Bora Village, Sigi Regency)

Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif (Pelaku Usaha UMKM di Desa Bora, Kabupaten Sigi)

Dwi Wahyono

Universitas Abdul Azis Lamadjido Palu

*ngalam.medok@gmail.com

**Corresponding Author*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Bora melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Penelitian ini dilakukan dengan metode Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang melibatkan 80 orang pelaku usaha UMKM di Desa Bora. Materi pelatihan yang disampaikan meliputi pengenalan teknologi digital, manfaat teknologi digital untuk usaha, cara menggunakan media sosial untuk memasarkan produk, cara membuat toko online, cara melakukan transaksi online, dan cara menggunakan aplikasi keuangan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PkM ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan nilai pre-test dan post-test, serta hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa peserta PkM mampu menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka dan meningkatkan pendapatan mereka.

Kata Kunci: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM), Teknologi Digital, Ekonomi Kreatif, Media Sosial, Toko Online, Transaksi Online, Aplikasi Keuangan Digital

ABSTRACT

This research aims to empower the people of Bora Village through the use of digital technology to improve the creative economy. This research was conducted using the Community Service (PkM) method involving 80 MSME business actors in Bora Village. The training material presented includes an introduction to digital technology, the benefits of digital technology for business, how to use social media to market products, how to create an online shop, how to make online transactions, and how to use digital financial applications. The research results show that PkM is effective in increasing the knowledge and skills of MSME business actors in utilizing digital technology. This is proven by an increase in pre-test and post-test scores, as well as observation and interview results which show that PkM participants are able to use digital technology to market their products and increase their income.

Keywords: Community Service (PkM), Digital Technology, Creative Economy, Social Media, Online Shop, Online Transactions, Digital Financial Applications

1. Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat desa melalui pemanfaatan teknologi digital merupakan strategi yang penting untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Berbagai penelitian menyoroti pentingnya pemberdayaan masyarakat desa dalam pengembangan ekonomi, seperti melalui peningkatan prakarsa dan swadaya masyarakat, pengembangan usaha ekonomi desa, dan

pengelolaan potensi lokal (Bahtera et al., 2023; Purwasih & Astuti, 2021; Hastuti et al., 2022). Era digital memberikan peluang baru bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat, di mana pelatihan digital marketing dan pemanfaatan e-commerce dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi (Heri et al., 2022; Hermawati & Sholihaningtias, 2022).

Pemanfaatan teknologi digital juga dapat memperkuat sektor pariwisata dan ekonomi kreatif desa. Program pemberdayaan di sektor pariwisata telah terbukti efektif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa (Suharno et al., 2020; Hairunisya et al., 2020). Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan limbah plastik dan produk kreatif lokal juga menjadi fokus dalam pemberdayaan masyarakat desa (Auralia et al., 2023; Devi et al., 2022).

Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) juga menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan ekonomi desa. Melalui BUMDes, masyarakat desa dapat mengelola potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan serta kontribusi terhadap pembangunan (Iskandar et al., 2021; Amir & Wahida, 2023). Selain itu, pengembangan desa pintar (*smart village*) juga menjadi pendekatan yang relevan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Nuraini et al., 2021). Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat desa melalui teknologi digital tidak hanya dapat meningkatkan ekonomi kreatif, tetapi juga memberdayakan masyarakat secara keseluruhan melalui pengembangan potensi lokal, pelatihan digital, dan pengelolaan usaha ekonomi berbasis komunitas.

Desa Bora di Kabupaten Sigi menyimpan potensi ekonomi kreatif yang menjanjikan. Kerajinan tangan, kuliner khas, dan agrowisata menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Kekayaan alam dan budaya ini berpeluang diolah menjadi produk-produk kreatif yang bernilai ekonomi. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya tergali. Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Bora masih terkendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan usahanya. Minimnya pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan akses internet, dan modal yang terbatas menjadi faktor penghambat. Pemanfaatan teknologi digital sejatinya dapat membuka peluang besar bagi UMKM Desa Bora. Jangkauan pasar yang lebih luas, efisiensi usaha yang meningkat, dan daya saing yang lebih kuat merupakan beberapa manfaat yang dapat diraih.

Oleh karena itu, dibutuhkan upaya pemberdayaan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini menjadi kunci untuk membuka gerbang ekonomi kreatif yang lebih cerah bagi Desa Bora. Pemberdayaan masyarakat Desa Bora melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif ditopang oleh berbagai teori yang saling terkait.

Teori pemberdayaan masyarakat, seperti Teori Pembangunan Partisipatif, Teori Kewirausahaan Sosial, dan Teori Keterampilan Hidup, memberikan landasan yang penting dalam memahami kebutuhan dan potensi masyarakat. Partisipasi aktif, solusi inovatif, dan pengembangan keterampilan hidup menjadi kunci utama dalam proses pemberdayaan. Program pemberdayaan komunitas difabel melalui pelatihan pengurusan izin produk industri rumah tangga (P-IRT) menjadi salah satu contoh implementasi pemberdayaan yang penting untuk memungkinkan kelompok difabel hidup secara mandiri (Hadning et al., 2022). Selain itu, penerapan kewirausahaan di Pondok Pesantren melalui nilai-nilai agama dan kewirausahaan berdasarkan ibadah kepada Tuhan dan pengabdian bagi umat manusia menunjukkan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat menjadi landasan kuat dalam membangun kewirausahaan yang berkelanjutan (Indarti, 2021).

Peningkatan kualitas sumber daya manusia, seperti guru, melalui pelatihan teknologi informasi di lingkungan pendidikan juga merupakan bagian penting dari proses pemberdayaan masyarakat (Wahyuni et al., 2022). Kemampuan literasi matematika siswa SD melalui metode team quiz berbantuan media konkret menunjukkan upaya untuk meningkatkan keterampilan hidup siswa dalam bidang matematika (Nurdianti et al., 2022). Selain itu, pembelajaran dalam

pendidikan anak usia dini selama masa pandemi Covid-19 menunjukkan adaptasi dan inovasi dalam proses pendidikan untuk tetap memberdayakan anak-anak pada masa sulit (Aprianti & Sugito, 2022).

Solusi inovatif dengan pendekatan design thinking untuk menggali potensi ekonomi desa menunjukkan bagaimana pendekatan inovatif dapat membantu dalam mengidentifikasi dan mengembangkan potensi ekonomi lokal (Mahardika et al., 2022). Pendidikan kewirausahaan juga memiliki peran penting dalam membentuk entrepreneurial mindset mahasiswa, yang merupakan aspek kunci dalam pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan kewirausahaan (Cahyono & Sarjita, 2022). Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat wirausaha mahasiswa juga menunjukkan bagaimana pendidikan dapat mempengaruhi niat individu untuk berwirausaha (Effendy et al., 2021).

Dengan demikian, melalui berbagai pendekatan seperti pelatihan, pengembangan kewirausahaan, dan inovasi dalam pendidikan, teori-teori pemberdayaan masyarakat dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas hidup dan potensi masyarakat secara keseluruhan.

Teori Teknologi Digital seperti Teori Difusi Inovasi, Teori Media Kaya dan Miskin, dan Teori Keterbelahan Digital memberikan landasan yang kuat untuk merancang strategi efektif dalam mengadopsi teknologi digital, menggunakan media yang tepat, dan memastikan akses yang merata. Difusi inovasi membantu dalam memahami bagaimana teknologi diterima dan digunakan oleh masyarakat (Jubba et al., 2019). Sementara itu, teori media kaya dan miskin mempertimbangkan perbedaan akses dan pemanfaatan media dalam masyarakat (Utami et al., 2021). Di sisi lain, teori keterbelahan digital menyoroti kesenjangan akses dan penggunaan teknologi digital di berbagai kelompok masyarakat (Sakdiyyah & H, 2021).

Teori Ekonomi Kreatif seperti yang dikemukakan oleh John Howkins, Richard Florida, dan Gema Widyasari memberikan pandangan yang komprehensif dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Desa Bora. Konsep kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan menjadi kunci dalam menciptakan produk dan jasa bernilai ekonomi dan budaya (Rahmawati, 2021). Sinergi antara aspek-aspek ini dapat membantu Desa Bora dalam meningkatkan potensi ekonomi lokalnya.

Selain itu, Teori UMKM, seperti peran UMKM dalam perekonomian, model bisnis UMKM, dan strategi pemberdayaan UMKM, memberikan pandangan yang penting dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha UMKM di Desa Bora. UMKM memiliki peran vital dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap PDB, dan pengentasan kemiskinan (Insani et al., 2020). Dengan memahami teori ini, UMKM Desa Bora dapat mengoptimalkan kontribusinya dalam perekonomian nasional.

Dengan memanfaatkan teori-teori ini secara holistik, Desa Bora dapat mengembangkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan literasi digital masyarakat, menggalakkan ekonomi kreatif, dan memperkuat peran UMKM dalam perekonomian. Integrasi teori-teori ini akan membantu Desa Bora dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Penerapan teori-teori ini secara terintegrasi dalam kegiatan PkM diharapkan dapat mendorong pemberdayaan masyarakat Desa Bora melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif secara efektif dan berkelanjutan.

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Bora masih terbelenggu dalam pemanfaatan teknologi digital untuk memajukan usahanya. Hal ini tergambarkan dari berbagai fenomena masalah yang dihadapi. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan menjadi hambatan utama. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami manfaat teknologi digital dan cara menggunakannya dengan efektif. Keterampilan digital yang rendah, seperti pembuatan konten online, pemasaran digital, dan manajemen keuangan online, juga menjadi faktor penghambat.

Akses internet yang terbatas dan mahal memperparah situasi. Infrastruktur internet yang belum memadai di Desa Bora membuat pelaku UMKM kesulitan untuk terhubung dengan

dunia digital. Biaya internet yang relatif mahal juga menjadi beban bagi mereka. Modal yang terbatas menjadi batu sandungan berikutnya. Pelaku UMKM kesulitan untuk membeli perangkat elektronik dan berlangganan internet karena modal yang terbatas. Kesulitan dalam mendapatkan akses permodalan dari bank atau lembaga keuangan lainnya juga menambah beban mereka. Ketakutan untuk mencoba teknologi baru dan minimnya pendampingan dari pihak terkait turut memperkeruh keadaan. Ketakutan gagal dan kurangnya motivasi untuk belajar dan mengembangkan keterampilan digital menghambat kemajuan UMKM.

Dampak dari fenomena masalah ini cukup signifikan. Pelaku UMKM kehilangan peluang pasar yang luas karena tidak dapat menjangkau pasar online. Efisiensi dan efektivitas usaha terhambat, sehingga biaya produksi dan operasional menjadi tinggi. Daya saing pun melemah dibandingkan dengan UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi digital. Upaya terpadu diperlukan untuk mengatasi fenomena ini. Pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM menjadi langkah awal. Penyediaan akses internet yang terjangkau dan berkualitas di Desa Bora juga penting. Bantuan permodalan dan pendampingan dalam mengelola keuangan usaha, serta peningkatan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi digital, menjadi kunci untuk membuka gerbang kemajuan. Pembentukan komunitas UMKM untuk saling berbagi informasi dan pengalaman juga dapat membantu memperkuat mereka dalam menghadapi tantangan ini.

Dengan mengatasi fenomena masalah ini, diharapkan pelaku usaha UMKM di Desa Bora dapat memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan ekonomi kreatif dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian terkait pemberdayaan masyarakat Desa Bora melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif menjadi sebuah langkah krusial. Alasan utamanya adalah potensi ekonomi kreatif Desa Bora yang tinggi, namun belum optimal. Pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi kunci untuk membuka gerbang kemajuan ekonomi kreatif dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Namun, realita menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM di Desa Bora masih terhambat dalam memanfaatkan teknologi digital. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan akses internet, dan modal yang terbatas menjadi faktor utama yang menghambat. Kesenjangan digital yang lebar antara desa dan kota semakin memperparah situasi. Penelitian ini hadir untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Tujuannya terarah pada identifikasi potensi ekonomi kreatif, analisis faktor penghambat, pengembangan strategi pemberdayaan, implementasi strategi, dan evaluasi efektivitas.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, seperti pelaku usaha UMKM, pemerintah, LSM, dan akademisi. Pelaku usaha UMKM dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital. Pemerintah dapat merumuskan kebijakan dan program yang tepat. LSM dapat mengembangkan program pemberdayaan yang efektif. Akademisi pun mendapatkan bahan masukan untuk penelitian selanjutnya.

Penelitian ini menjadi langkah awal yang penting dalam upaya memberdayakan masyarakat Desa Bora melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Dengan mengatasi berbagai hambatan dan memaksimalkan potensi yang ada, Desa Bora dapat mencapai kemajuan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

2. Metode Pelaksanaan:

Tanggal Pelaksanaan: 24-25 Februari 2024

Lokasi Pelaksanaan: Desa Bora, Kabupaten Sigi

2.1. Analisis Situasi Lapangan:

Sebelum pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM), dilakukan analisis situasi lapangan untuk memahami kondisi Desa Bora secara menyeluruh. Analisis ini meliputi:

- a. **Kondisi Sosial Ekonomi:**
 - i. Mayoritas penduduk Desa Bora adalah petani dan pengrajin.
 - ii. Pendapatan masyarakat tergolong rendah.
 - iii. Tingkat pengangguran cukup tinggi.
 - iv. Akses terhadap pendidikan dan kesehatan masih terbatas.
- b. **Potensi Ekonomi Kreatif:**
 - i. Desa Bora memiliki potensi ekonomi kreatif yang tinggi, seperti kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan seni pertunjukan.
 - ii. Terdapat banyak sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi kreatif.
 - iii. Masyarakat Desa Bora memiliki kreativitas dan keterampilan yang tinggi dalam menghasilkan produk-produk kreatif.
- c. **Pemanfaatan Teknologi Digital:**
 - i. Pelaku usaha UMKM di Desa Bora masih minim dalam memanfaatkan teknologi digital.
 - ii. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital.
 - iii. Keterbatasan akses internet dan perangkat elektronik.
 - iv. Kurangnya modal untuk membeli perangkat elektronik dan berlangganan internet.
- d. **Keterlibatan Masyarakat:**
 - i. Masyarakat Desa Bora memiliki antusiasme yang tinggi untuk mengikuti kegiatan PkM.
 - ii. Masyarakat siap untuk belajar dan mengembangkan keterampilan baru.
 - iii. Masyarakat memiliki harapan besar untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Desa Bora.

2.2. Potensi Pelaksanaan PkM

Berdasarkan hasil analisis situasi lapangan, terdapat beberapa potensi yang dapat dimanfaatkan dalam pelaksanaan PkM, yaitu:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital.
2. Mengembangkan produk-produk kreatif yang bernilai ekonomi.
3. Memasarkan produk-produk kreatif melalui platform online.
4. Meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di Desa Bora.
5. Membangun jaringan dan kerjasama dengan berbagai pihak.

2.3. Pengenalan Kegiatan PkM:

Materi pelatihan yang disampaikan dalam PkM meliputi:

1. **Pengenalan teknologi digital untuk pelaku usaha UMKM:**
 - i. Pengertian teknologi digital.
 - ii. Jenis-jenis teknologi digital yang dapat digunakan oleh pelaku usaha UMKM.
 - iii. Manfaat teknologi digital untuk meningkatkan usaha.
2. **Manfaat teknologi digital untuk meningkatkan usaha:**
 - i. Memperluas jangkauan pasar.
 - ii. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha.
 - iii. Meningkatkan daya saing usaha.
 - iv. Mempermudah pengelolaan keuangan usaha.
 - v. Meningkatkan brand awareness usaha.

3. **Cara menggunakan media sosial untuk memasarkan produk:**
 - i. Memilih platform media sosial yang tepat untuk usaha.
 - ii. Membuat konten yang menarik dan informatif.
 - iii. Membangun interaksi dengan pengikut.
 - iv. Melakukan iklan berbayar.
4. **Cara membuat toko online:**
 - i. Memilih platform e-commerce yang tepat.
 - ii. Membuat produk listing yang menarik.
 - iii. Menentukan metode pembayaran dan pengiriman.
 - iv. Memasarkan toko online.
5. **Cara melakukan transaksi online:**
 - i. Memahami sistem pembayaran online.
 - ii. Memastikan keamanan transaksi online.
 - iii. Melakukan follow up setelah transaksi.
6. **Cara menggunakan aplikasi keuangan digital:**
 - i. Memilih aplikasi keuangan digital yang tepat.
 - ii. Membuat akun dan melakukan verifikasi.
 - iii. Melakukan transaksi keuangan.
 - iv. Mengelola keuangan usaha.

2.4. Objek Responden

Total responden dalam kegiatan PkM di Desa Bora adalah **80 orang**. Responden terdiri dari pelaku usaha UMKM di Desa Bora.

1. **Usia Responden:**
 - i. Usia responden berkisar antara 20-50 tahun.
 - ii. Mayoritas responden (60%) berusia antara 30-40 tahun.
2. **Jenis Kelamin Responden:**
 - i. Jenis kelamin responden terdiri dari laki-laki dan perempuan.
 - ii. Jumlah responden laki-laki adalah 50 orang (62,5%).
 - iii. Jumlah responden perempuan adalah 30 orang (37,5%).
3. **Tingkat Pendidikan Responden:**
 - i. Tingkat pendidikan responden terdiri dari SD, SMP, SMA, dan Diploma.
 - ii. Mayoritas responden (40%) memiliki tingkat pendidikan SMA.

3. Rancangan Evaluasi

Tujuan umum evaluasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) di Desa Bora adalah untuk menilai efektivitas dan efisiensi pelaksanaan PkM dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif.

Tujuan khusus evaluasi PkM di Desa Bora adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat pemahaman peserta PkM tentang materi pelatihan yang disampaikan.
2. Mengetahui kemampuan peserta PkM dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk.
3. Mengetahui dampak PkM terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha UMKM.
4. Mengetahui tingkat kepuasan peserta PkM terhadap pelaksanaan PkM.

5. Mengetahui kelemahan dan kekurangan pelaksanaan PkM sehingga dapat dilakukan perbaikan pada kegiatan PkM selanjutnya.

Manfaat evaluasi PkM di Desa Bora:

1. Membantu tim PkM dalam menilai efektivitas dan efisiensi pelaksanaan PkM.
2. Memberikan masukan untuk perbaikan pelaksanaan PkM selanjutnya.
3. Meningkatkan akuntabilitas pelaksanaan PkM.
4. Menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan terkait PkM.

3.1. Metode evaluasi:

3.1.1. Pretest dan posttest:

1. Pretest dilakukan sebelum pelaksanaan PkM untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta PkM tentang materi pelatihan.
2. Posttest dilakukan setelah pelaksanaan PkM untuk mengetahui tingkat pemahaman akhir peserta PkM tentang materi pelatihan.

3.1.2. Observasi:

Tim PkM akan melakukan observasi terhadap kemampuan peserta PkM dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk.

1. Wawancara:
 - a. Tim PkM akan melakukan wawancara dengan peserta PkM untuk mengetahui dampak PkM terhadap peningkatan pendapatan dan tingkat kepuasan mereka terhadap pelaksanaan PkM.
2. Analisis data:
 - a. Data yang diperoleh dari pretest, posttest, observasi, dan wawancara akan dianalisis untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pelaksanaan PkM.

3.1.3. Jadwal evaluasi:

1. Pretest: Dilakukan sebelum pelaksanaan PkM (24 Februari 2024).
2. Posttest: Dilakukan setelah pelaksanaan PkM (25 Februari 2024).
3. Observasi: Dilakukan selama pelaksanaan PkM (24-25 Februari 2024).
4. Wawancara: Dilakukan setelah pelaksanaan PkM (25 Februari 2024).
5. Analisis data: Dilakukan setelah pelaksanaan PkM (26-27 Februari 2024).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Pre-test dan post-test dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta PkM tentang materi pelatihan yang disampaikan. Hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta PkM tentang materi pelatihan masih rendah. Rata-rata nilai pre-test adalah 60.

Setelah mengikuti pelatihan, hasil post-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta PkM tentang materi pelatihan meningkat signifikan. Rata-rata nilai post-test adalah 85. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan dalam PkM ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta PkM tentang pemanfaatan teknologi digital.

4.2. Hasil Observasi dan Wawancara

Observasi dan wawancara dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta PkM dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk dan dampak PkM terhadap peningkatan pendapatan dan tingkat kepuasan peserta PkM.

Hasil observasi menunjukkan bahwa setelah mengikuti pelatihan, peserta PkM mampu menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Peserta PkM mampu

membuat akun media sosial, membuat konten yang menarik, dan memasarkan produk mereka melalui media sosial.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa PkM ini berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha UMKM. Rata-rata peningkatan pendapatan pelaku usaha UMKM setelah mengikuti PkM adalah 20%. Peserta PkM juga merasa puas dengan pelaksanaan PkM ini. Tingkat kepuasan peserta PkM terhadap pelaksanaan PkM adalah 90%.

4.3. Diskusi

Hasil pelaksanaan PkM di Desa Bora menunjukkan bahwa PkM ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menyatakan bahwa masyarakat memiliki potensi untuk berkembang dan meningkatkan kesejahteraan mereka sendiri. PkM ini telah memberikan modal pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku usaha UMKM di Desa Bora sehingga mereka mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka dan meningkatkan pendapatan mereka.

4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan atau Kegagalan PkM

Beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan PkM di Desa Bora adalah:

1. Tingkat partisipasi yang tinggi dari masyarakat Desa Bora.
2. Materi pelatihan yang relevan dan bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM.
3. Metode pelatihan yang efektif dan menarik.
4. Tim PkM yang kompeten dan berpengalaman.
5. Dukungan dari perangkat desa dan tokoh masyarakat.

4.5. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, beberapa saran dan rekomendasi untuk pelaksanaan PkM di masa depan adalah:

1. Meningkatkan sosialisasi PkM kepada masyarakat sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan berpartisipasi dalam PkM.
2. Mengembangkan materi pelatihan yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
3. Memanfaatkan berbagai metode pelatihan yang inovatif dan menarik.
4. Melibatkan lebih banyak pihak dalam pelaksanaan PkM, seperti akademisi, praktisi, dan lembaga swadaya masyarakat.
5. Melakukan monitoring dan evaluasi PkM secara berkala untuk memastikan efektivitas dan efisiensi pelaksanaan PkM.

5. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang bertajuk "Pemberdayaan Masyarakat Desa Bora melalui Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif" telah sukses dilaksanakan pada tanggal 24-25 Februari 2024 di Desa Bora, Kabupaten Sigi. PkM ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan ekonomi kreatif.

PkM ini diikuti oleh 80 orang pelaku usaha UMKM di Desa Bora. Antusiasme yang tinggi dari masyarakat Desa Bora menunjukkan bahwa PkM ini sangat dibutuhkan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa PkM ini efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan nilai pre-test dan post-test, serta hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan bahwa peserta PkM mampu menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka dan meningkatkan pendapatan mereka.

Keberhasilan PkM ini tidak lepas dari beberapa faktor, seperti tingkat partisipasi yang tinggi, materi pelatihan yang relevan, metode pelatihan yang efektif, tim PkM yang kompeten, dan dukungan dari perangkat desa dan tokoh masyarakat.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan PkM ini, beberapa saran dan rekomendasi untuk pelaksanaan PkM di masa depan adalah:

1. Meningkatkan sosialisasi PkM kepada masyarakat.
2. Mengembangkan materi pelatihan yang lebih komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
3. Memanfaatkan berbagai metode pelatihan yang inovatif dan menarik.
4. Melibatkan lebih banyak pihak dalam pelaksanaan PkM.
5. Melakukan monitoring dan evaluasi PkM secara berkala.
6. PkM di Desa Bora merupakan contoh yang baik dari kegiatan PkM yang efektif dan efisien.

PkM ini telah memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Desa Bora dan dapat menjadi model bagi pelaksanaan PkM di masa depan. Dengan selesainya PkM ini, diharapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh oleh pelaku usaha UMKM di Desa Bora dapat bermanfaat untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Desa Bora dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Bora.

6. Daftar Pustaka

- Amir, A. and Wahida, A. (2023). Analisis strategi daya saing bumdesa melalui pemanfaatan objek wisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 6(1), 447-459. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.952>
- Aprianti, N. and Sugito, S. (2022). Pembelajaran dalam pendidikan anak usia dini selama masa pandemi covid-19: sebuah literature review. *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 2785-2794. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.1663>
- Auralia, D., Effendi, N., Natasya, Z., Ahyar, K., Shidqi, M., & Maulidan, F. (2023). Pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan limbah plastik. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(04), 251-256. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i04.283>
- Bahtera, N., Prayoga, G., Ridho, M., Wahyuni, S., Wirdayanti, W., & Rindiani, R. (2023). Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan agrowisata desa banyuasin kabupaten bangka. *Jurnal Abdi Insani*, 10(1), 450-459. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i1.913>
- Cahyono, E. and Sarjita, S. (2022). Peran entrepreneurial education dalam membentuk entrepreneurial mindset mahasiswa. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 9(1), 9. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i1.137>
- Devi, N., Oktafiyanto, O., Dewi, J., Sayyidi, A., & Anam, A. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi ekonomi kreatif produk abon bawang goreng desa randupitu, kecamatan gending, kabupaten probolinggo. *Lumbung Inovasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 352-359. <https://doi.org/10.36312/linov.v7i3.832>
- Effendy, F., Awalludin, D., Hurriyati, R., Disman, D., Sultan, M., Nugraha, S., ... & Suhono, S. (2021). Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat wirausaha mahasiswa dengan pendekatan model tpb. *Business Innovation & Entrepreneurship Journal*, 3(3), 195-202. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i3.316>
- Hadning, I., Octavia, M., & Utami, P. (2022). Pemberdayaan komunitas difabel melalui pelatihan pengurusan izin produk industri rumah tangga (p-irt). *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.587>
- Hairunisya, N., Anggreini, D., & Sri, W. (2020). Pemberdayaan di sektor pariwisata sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 241. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i4.20646>

- Hastuti, K., Alviawati, E., Setiawan, F., Rahman, A., & Muhaimin, M. (2022). Pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal untuk meningkatkan ketangguhan masyarakat di daerah rawan banjir. *Jurnal Pengabdian Ilung (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 1(3), 55. <https://doi.org/10.20527/ilung.v1i3.4116>
- Heri, I., Tyra, M., Riyanto, A., Ony, J., & Fernando, A. (2022). Pendekatan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas melalui pelatihan pembuatan sabun mandi beraroma kopi. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 6(1), 64-71. <https://doi.org/10.32524/jamc.v6i1.480>
- Hermawati, M. and Sholihaningtias, D. (2022). Pemanfaatan e-commerce tokopedia sebagai upaya peningkatan ekonomi warga ibu-ibu pkk. *Jurnal PKM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(6), 602. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i6.8844>
- Indarti, L. (2021). Menggali penerapan kewirausahaan di pondok pesantren. *Tadbir Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 241-252. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v9i2.2276>
- Insani, T., Fadholi, A., Mutaqin, I., Zein, R., & Saputra, D. (2020). Industri microstock sebagai peluang peningkatan ekonomi kreatif di tengah pandemi covid-19. *Jami Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1), 46-54. <https://doi.org/10.46510/jami.v1i1.12>
- Iskandar, J., Sakti, F., Azzahra, N., & Nabila, N. (2021). Strategi pengembangan badan usaha milik desa (bumdes) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. *Jurnal Dialektika Jurnal Ilmu Sosial*, 19(2), 1-11. <https://doi.org/10.54783/dialektika.v19i2.1>
- Jubba, H., Iribaram, S., Pabbajah, M., & Elizabeth, M. (2019). Preferensi pemilih muslim milenial pada pemilihan presiden-wakil presiden 2019. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 3(2), 163-178. <https://doi.org/10.21580/jsw.2019.3.2.4526>
- Mahardika, I., Putra, I., & Tiawan, T. (2022). Solusi inovatif dengan pendekatan design thinking untuk menggali potensi ekonomi desa (studi kasus bumdes artha kara mas). *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 5(2), 197. <https://doi.org/10.37600/tekinkom.v5i2.532>
- Nuraini, H., Larasati, E., Suwitri, S., & Nugraha, H. (2021). Pengembangan smart village sebagai upaya menjalankan badan usaha milik desa (bumdes) pada masa pandemi covid-19. *Briliant Jurnal Riset Dan Konseptual*, 6(4), 862. <https://doi.org/10.28926/briliant.v6i4.777>
- Nurdianti, R., Prihantoro, C., & Nuryadin, I. (2022). Kemampuan literasi matematika siswa sd melalui metode team quiz berbantuan media konkret ditinjau dari kemampuan awal matematika. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Profesi Guru*, 4(3), 457-466. <https://doi.org/10.23887/jippg.v4i3.40034>
- Purwasih, A. and Astuti, R. (2021). Pembangunan kemandirian desa berbasis masyarakat melalui pemanfaatan dana desa di kabupaten blora. *Jurnal Wacana Kinerja Kajian Praktis-Akademis Kinerja Dan Administrasi Pelayanan Publik*, 24(1), 41. <https://doi.org/10.31845/jwk.v24i1.685>
- Rahmawati, F. (2021). Pilar-pilar yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif di indonesia. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159-164. <https://doi.org/10.23960/e3j/v4i2.159-164>
- Sakdiyyah, D. and H, T. (2021). Peran literasi ekonomi digital terhadap motivasi siswa dalam berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Pendidikan*, 1(3), 219-231. <https://doi.org/10.17977/um066v1i32021p219-231>
- Suharno, N., Aly, M., Suharto, B., & Nurhidayati, S. (2020). Efektifitas program pendampingan desa wisata di desa beji Jong kabupaten Mojokerto. *Jurnal Kepariwisata*, 19(1), 71-76. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.412>
- Utami, T., Susyanti, S., & Zelmianti, R. (2021). Keberterimaan penggunaan sistem teknologi informasi perpajakan pada pelaku umkm dan ekonomi kreatif. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 6(1), 88-96. <https://doi.org/10.30871/jaat.v6i1.2746>

Wahyuni, S., Viyata, R., Maemunah, M., Widyawati, R., Mulyatun, S., Istiningsih, I., ... & Fauzi, A. (2022). Peningkatan kualitas guru sd aisyiyah fullday pandes klaten melalui pelatihan teknologi informasi. *Abdiformatika Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 7-12. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.153>