

## PARADIPLOMASI DAN DIGITALISASI UMKM: INISIATIF LOKAL MENUJU KONEKTIVITAS GLOBAL DI DESA BATUKARAS KABUPATEN PANGANDARAN

Windy Dermawan<sup>1\*</sup>, Muhamad Fikry Anshori<sup>1</sup>, Neneng Konety<sup>1</sup>, Rizki Ananda Ramadhan<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Departemen Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjadjaran

\*Korespondensi : [windy.dermawan@unpad.ac.id](mailto:windy.dermawan@unpad.ac.id)

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in coastal areas such as Batukaras have significant potential in the creative economy, particularly with products based on local wisdom. However, MSME actors continue to face various challenges, especially in digital marketing and connecting with global markets. Their reliance on conventional promotion methods, limited packaging design, and minimal access to digital technology hinder their capacity development. This article aims to analyse how paradiplomacy strategies and digitalisation can strengthen the position of Batukaras MSMEs in the global economic arena. Using a participatory approach in community engagement activities, the methods employed include outreach and technical assistance for MSME actors, supported by field surveys, interviews, and in-depth observation. The program focused on training in digital catalogue creation, activating location points on Google Maps, producing promotional content, and developing a village e-magazine. The results show that MSME actors experienced increased capacity in utilising digital media, greater exposure of local products to international tourists, and growing awareness of the importance of collaboration and innovation in marketing. In this context, paradiplomacy serves as a local development strategy based on global networking, bringing together local governments, business actors, and international communities. Thus, digitalisation and regional diplomacy not only expand global connectivity but also reinforce the foundation of a sustainable local economy.*

**Keywords:** *Batukaras; digitalisation; creative economy; paradiplomacy; MSMEs*

### ABSTRAK

UMKM di daerah pesisir seperti Batukaras memiliki potensi besar dalam ekonomi kreatif, khususnya pada produk berbasis kearifan lokal. Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pemasaran digital dan keterhubungan dengan pasar global. Ketergantungan pada promosi konvensional, keterbatasan desain kemasan, dan minimnya akses terhadap teknologi digital menjadi hambatan dalam mengembangkan kapasitas mereka. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi paradiplomasi dan digitalisasi dapat memperkuat posisi UMKM Batukaras dalam kancah ekonomi global. Melalui pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, metode yang

### RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 12/06/2025

Diterima : 13/08/2025

Dipublikasikan : 13/08/2025

digunakan meliputi sosialisasi dan pendampingan teknis kepada pelaku UMKM, yang dilengkapi dengan survei lapangan, wawancara, dan observasi mendalam. Fokus program meliputi pelatihan pembuatan katalog digital, aktivasi titik lokasi di *Google Maps*, produksi konten promosi, hingga penyusunan *e-magazine* desa. Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengalami peningkatan kapasitas dalam memanfaatkan media digital, meningkatnya eksposur produk lokal kepada wisatawan mancanegara, serta tumbuhnya kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan inovasi dalam pemasaran. Paradiplomasi, dalam konteks ini, berfungsi sebagai strategi pembangunan lokal berbasis jejaring global yang mempertemukan pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas internasional. Dengan demikian, digitalisasi dan diplomasi daerah bukan hanya memperluas konektivitas global, tetapi juga memperkuat fondasi ekonomi lokal yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Batukaras; digitalisasi; ekonomi kreatif; paradiplomasi; UMKM

## PENDAHULUAN

Peran pemerintah daerah bersifat beragam yang tidak hanya terbatas sebagai aktor di tingkat lokal, tetapi juga dapat berperan dalam hubungan internasional, yang dikenal sebagai 'paradiplomasi'. Paradiplomasi merujuk pada tindakan dan kemampuan dalam menjalin hubungan internasional dengan pihak asing yang dilakukan oleh aktor sub-nasional, seperti pemerintah regional atau daerah, guna memenuhi kepentingan mereka secara spesifik (Puspitarini et al., 2021).

Batukaras adalah salah satu desa pesisir yang terletak di Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran. Desa ini dikenal sebagai destinasi wisata yang menarik, terutama bagi wisatawan domestik dan mancanegara yang gemar berselancar dan juga daya tarik wisata alam unggulan di kawasan pesisir berupa pantai pasir hitam dengan tipikal tanah landai (Millah & Fadlina, 2023). Batukaras dipilih bukan hanya karena potensi, tetapi juga karena adanya kebutuhan yang nyata, momentum yang tepat, dan peluang strategis untuk memberdayakan masyarakat melalui penguatan digitalisasi UMKM dalam konteks paradiplomasi desa.

Selain potensi wisata bahari yang kuat, Batukaras juga memiliki sektor ekonomi kreatif yang berkembang, terutama dalam bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Mutiara & Safitri, 2024). UMKM di Batukaras memiliki potensi besar dalam

menghasilkan produk berbasis kearifan lokal, seperti kerajinan tangan, makanan khas daerah, serta produk berbasis kelautan.

Namun, potensi tersebut belum diimbangi dengan kemampuan promosi dan manajemen usaha yang berbasis digital. Pengamatan langsung di enam dusun di wilayah Batukaras menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan strategi pemasaran konvensional. Mereka belum sepenuhnya mengakses pasar digital, baik dalam bentuk *e-commerce*, branding online, maupun pelabelan geografis melalui *Google Maps*. Padahal, keberadaan wisatawan mancanegara dan tren wisata digital (*trip advisor*, *Google review*, *Instagram tourism*) menuntut para pelaku usaha untuk adaptif terhadap teknologi.

Walaupun begitu, keterbatasan dalam pemasaran dan akses ke pasar global menjadi tantangan utama bagi para pelaku usaha. Banyak UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, yang kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas (Susanto et al., 2024).

Paradiplomasi menjadi strategi kunci dalam memperkuat ekonomi kreatif di Batukaras melalui pemanfaatan jejaring bisnis internasional. Sebagai bagian dari upaya menjadikan Batukaras sebagai desa yang mendunia, strategi pemasaran digital bagi UMKM lokal menjadi langkah utama untuk memperluas akses pasar dan menarik wisatawan mancanegara (Dermawan, Alam, Azmi, et al., 2024). Paradiplomasi

memungkinkan kolaborasi antara pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pelaku bisnis global untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai dari ide, inovasi, dan kreativitas. Sektor ini mencakup industri yang memanfaatkan kreativitas individu untuk menciptakan barang atau layanan yang memiliki nilai ekonomi yang signifikan (Howkins, 2007).

Paradiplomasi bagi desa dapat dimanfaatkan untuk menggali peluang sumber-sumber luar negeri, baik melalui kemitraan dengan investor asing, promosi produk lokal di pasar global, hingga peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui transfer pengetahuan dan teknologi. Dengan daya tarik alamnya yang mendunia, Batukaras dapat menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor unggulan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa.

Pemerintah daerah perlu menyiapkan kebijakan yang mendukung UMKM lokal agar mampu bersaing di tingkat internasional, seperti penguatan merek produk, sertifikasi standar global, serta pemanfaatan platform digital untuk pemasaran. Dengan kesiapan yang matang dan strategi paradiplomasi yang tepat, Batukaras berpotensi berkembang menjadi desa yang mendunia dengan UMKM sebagai motor utama perekonomian. Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Batukaras, terdapat potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat sektor pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Dermawan, Alam, Mubarak, et al., 2024).

Dengan memanfaatkan jaringan global, pelaku ekonomi kreatif dapat memperoleh akses terhadap teknologi, pelatihan, dan sumber daya yang mendukung inovasi serta pengembangan usaha. Selain itu, promosi budaya lokal melalui ekonomi kreatif, seperti produk kerajinan, kuliner, dan seni, dapat memperkuat identitas daerah di tingkat internasional. Oleh karena itu, strategi paradiplomasi yang tepat dapat menjadi alat

bagi daerah untuk memperkenalkan dan mengeksplor produk ekonomi kreatif ke pasar global, sehingga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat setempat.

Selain itu, salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM adalah pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, terutama dalam sektor pemasaran dan distribusi produk. E-commerce menjadi salah satu solusi yang sangat potensial dalam meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi bisnis. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) adalah proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* tidak hanya sebatas transaksi jual beli, tetapi juga mencakup kerja sama dengan mitra bisnis, layanan pelanggan, hingga strategi pemasaran digital yang lebih luas (Irmawati, 2011).

Beberapa kegiatan terdahulu yang terkait dengan tema yang diangkat diantaranya mengenai dopsi teknologi pembayaran digital (Inklusi Keuangan) agar mobilitas UMKM lebih cepat & aman, visibilitas tinggi namun hal ini masih perlu literasi & tenaga dari aktor UMKM (Aisyah et al., 2023; Maulida et al., 2024; Munawaro & Pujiyanto, 2023; Yuliyanti et al., 2024). Kemudian, beberapa studi terdahulu yang berkaitan dengan digitalisasi teknologi dalam pembangunan dan UMKM Desa sehingga meningkatkan kesadaran & keterampilan online dalam hal pembuatan konten & pemanfaatan marketplace signifikan (Donal et al., 2023; Iskandar et al., 2025; Kartika et al., 2024; Tampubolon et al., 2024). Studi lainnya yang relevan mengenai transformasi desa sebagai ekosistem digital lokal yang menuntut kesiapan desa pasca-pandemi Covid-19 (Hajawiyah et al., 2022; Khaerudin et al., 2024; Rochmansyah et al., 2022; Utami & Prasetyo, 2023). Lalu, terdapat juga studi mengenai kegiatan digitalisasi UMKM sebagai instrumen bagi diplomasi daerah atau paradiplomasi (Dermawan, Alam, Azmi, et al., 2024; Dermawan, Alam, Mubarak, et al., 2024). Kegiatan ini merupakan rangkaian keberlanjutan dari kegiatan-kegiatan terdahulu

dalam upaya penguatan Batukaras menjadi desa yang mendunia melalui digitalisasi UMKM.

Paradiplomasi menjadi strategi penting dalam konteks ini, dimana pemerintah desa bersama pelaku UMKM dan komunitas lokal berupaya membangun konektivitas global melalui produk-produk lokal. Urgensi kegiatan pengabdian ini terletak pada upaya menjembatani kesenjangan digital dan membuka jalur baru diplomasi ekonomi yang berpihak pada penguatan identitas dan kemandirian desa.

Berdasarkan paparan di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilakukan dengan dengan judul, "*Paradiplomasi dan Digitalisasi Umkm: Inisiatif Lokal Menuju Konektivitas Global di Desa Batukaras Kabupaten Pangandaran*". Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pemahaman terhadap pemangku kepentingan, terutama UMKM Desa Batukaras serta membantu dalam mengaplikasikan strategi pemasaran secara digital.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Batukaras ini menggunakan metode pendidikan masyarakat melalui sosialisasi dan pendampingan. Sosialisasi dilakukan terhadap sejumlah pemangku kepentingan, mulai dari perangkat desa, pelaku UMKM, pegiat sosial, kader PKK, karang taruna dan tokoh masyarakat. Tujuan sosialisasi ini adalah membangun dukungan dan partisipasi publik Desa Batukaras mengenai digitalisasi dan penguatan industri wisata desa. Selain itu juga meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat desa mengenai tantangan dan peluang di era digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Batukaras ini dilaksanakan melalui pendekatan edukatif-partisipatif atau pendidikan masyarakat dengan menekankan kolaborasi dengan masyarakat setempat, khususnya para pelaku kepentingan. Kegiatan dilakukan meliputi empat tahapan utama,

yaitu: (1) Identifikasi Potensi dan Permasalahan sektor UMKM Desa; (2) Pendataan untuk Promosi Desa; (3) Sosialisasi dan Edukasi mengenai Digitalisasi UMKM Desa; serta (4) Pendampingan dalam Penyusunan *e-Catalogue* UMKM Desa. Seluruh hasil kegiatan dipublikasikan secara daring dan terintegrasi melalui QR Code untuk menjangkau khalayak luas, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Metode partisipatif yang sistematis ini memungkinkan pelibatan aktif masyarakat sekaligus meningkatkan kapasitas digital UMKM secara berkelanjutan dalam kerangka paradiplomasi desa.

Selain itu, dua kegiatan tersebut didukung terlebih dulu dengan pengumpulan data dan persiapan substansi maupun teknis, sekaligus menggali masalah atau identifikasi terhadap aspek potensial dan faktual dari pengembangan ekonomi kreatif Desa Batukaras. Dengan hal tersebut, pelaksanaan dapat berlangsung secara lebih sistematis.

Kegiatan pendampingan yang menjadi tahapan utama kedua dari kegiatan ini adalah suatu proses pemberian bantuan yang bersifat teknis maupun non-teknis kepada individu atau kelompok untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian dalam menjalankan kegiatan atau usaha. Tujuan utama dari pendampingan ini adalah membantu UMKM memahami dan mengaplikasikan keterampilan baru, menjamin kelancaran pembuatan katalog dan titik lokasi, dan memberikan solusi terhadap hambatan teknis UMKM.

Pendampingan secara teknis langsung pada hal pembuatan katalog digital dan titik lokasi, serta konsultasi berkelanjutan dengan UMKM untuk mendukung pengelolaan bisnis mereka secara optimal. Oleh karena itu, Media pendampingan yang digunakan terhadap UMKM di Desa Batukaras memiliki sub-kegiatan berupa Kunjungan rutin ke UMKM, bimbingan teknis langsung di lokasi, dan pendampingan pembuatan katalog digital dan titik *Google Maps*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsolidasi dan Pendampingan Pemangku Kepentingan Desa

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah konsolidasi tim PPM yang dibantu oleh mahasiswa KKN Desa Batukaras. Dalam pertemuan ini, disampaikan penjelasan umum mengenai konsep, tujuan, dan mekanisme pelaksanaan, termasuk etika berinteraksi dengan masyarakat serta prinsip-prinsip kerja kolaboratif yang harus dijunjung tinggi selama masa pengabdian. Selain itu, sesi brainstorming dilakukan untuk menggali potensi program-program yang dapat diimplementasikan, menyesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat di Batukaras. Pertemuan ini juga menghasilkan pembentukan struktur kelompok kerja yang terdiri atas koordinator, bendahara, serta divisi-divisi program seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan sosial budaya. Langkah awal ini ditutup dengan penyusunan rancangan awal kegiatan.

Kemudian pertemuan kedua difokuskan pada pendalaman rancangan kegiatan serta pembentukan subkelompok kerja. Dalam pertemuan ini, masing-masing anggota kelompok diberi kesempatan untuk menyampaikan ide dan usulan program yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di Batukaras. Selain itu, dilakukan pembentukan subkelompok berdasarkan bidang kegiatan utama seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, pemberdayaan ekonomi, dan dokumentasi. Pembagian ini bertujuan untuk memperjelas pembagian tugas dan tanggung jawab, sekaligus mempermudah koordinasi dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

Tim PPM mengadakan pertemuan dengan Ketua Karang Taruna Purbakala Dusun Batukaras. Pertemuan ini bertujuan menjalin komunikasi dan membangun kerja sama dengan tokoh pemuda setempat sebagai bagian dari upaya adaptasi dan pemetaan sosial di wilayah pengabdian. Pada pertemuan tersebut, diberikan informasi yang sangat berharga

mengenai berbagai kegiatan kepemudaan di Dusun Batukaras, termasuk program rutin, partisipasi masyarakat, serta tantangan yang dihadapi. Selain itu, terdapat pemaparan berbagai aspek budaya dan kebiasaan masyarakat lokal yang menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari warga Batukaras.

### Identifikasi Potensi dan Permasalahan sektor UMKM Desa

Pada tahapan ini, dilakukan melalui survei lapangan, observasi langsung, dan wawancara mendalam kepada pelaku UMKM di enam dusun di Desa Batukaras, yaitu Dusun Batukaras, Sanghyangkalang, Mandala, Cidahu, Pasuketan, dan Nagrog. Tim pengabdian memetakan potensi lokal serta menggali tantangan yang dihadapi UMKM, terutama dalam aspek manajemen usaha, promosi digital, pengemasan produk, dan akses pasar.

Survei lapangan di Desa Batukaras bertujuan untuk menggali potensi di daerah sekitar sebagai dasar perencanaan program kerja. Dengan menyusuri berbagai sudut desa dapat diamati secara langsung kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan di Batukaras. Selain itu, interaksi dengan warga setempat turut dilakukan guna mendapatkan informasi tambahan mengenai potensi lokal, kebutuhan masyarakat, serta tantangan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dari pelaksanaan survei, diperoleh hasil berupa Batukaras memiliki beragam potensi, baik dalam sektor pariwisata, kerajinan lokal, pengelolaan lingkungan, hingga kegiatan ekonomi kreatif. Informasi yang diperoleh dari kegiatan ini menjadi dasar dalam merancang program-program yang sesuai dengan karakteristik desa, serta mendukung pengembangan potensi yang sudah ada.



**Gambar 1. Survei Lapangan dan Wawancara terhadap Perangkat Desa Batukaras**

(Dokumentasi Pribadi, 2025)

Kegiatan survei ke tiga dusun pertama di wilayah Desa Batukaras, diantaranya Dusun Batukaras, Sanghyangkalang, dan Mandala (Lihat Gambar 1). Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan potensi UMKM yang ada serta menggali informasi langsung dari para pelaku usaha. Hasil survei dapat mengidentifikasi tiga UMKM yang aktif beroperasi di masing-masing dusun. UMKM tersebut bergerak di bidang makanan olahan, kerajinan tangan, dan jasa pariwisata. Pelaksanaan survei tersebut juga melakukan wawancara langsung dengan para pemilik usaha untuk memperoleh informasi mendalam mengenai profil usaha, tantangan yang dihadapi, serta potensi pengembangan. Proses wawancara juga memperoleh gambaran pelaku UMKM di Batukaras memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi tetapi masih menghadapi keterbatasan dalam aspek pemasaran digital, pengemasan produk, dan manajemen usaha.

Rangkaian pemetaan potensi usaha mikro di Desa Batukaras dilanjutkan dengan melakukan survei lapangan ke tiga dusun berikutnya, yaitu Cidahu, Pasuketan, dan Nagrog. Survei dilakukan dengan menyusuri permukiman sambil mengobservasi dinamika ekonomi setempat dan menjalin komunikasi langsung dengan pelaku usaha. Secara umum, setiap dusun teridentifikasi satu UMKM aktif berupa total tiga unit usaha. Usaha-usaha tersebut meliputi produksi keripik pisang, kerajinan anyaman bambu, serta jasa sewa

papan selancar untuk wisatawan. Pemilik usaha berbagi wawasan tentang proses produksi, jaringan distribusi, kendala modal, dan tantangan pemasaran digital. Informasi ini akan diolah menjadi rekomendasi program pendampingan bertahap, mulai dari pelatihan branding produk, pembuatan konten media sosial, hingga penyusunan rencana usaha yang lebih terstruktur.

Setelah itu, tim melakukan observasi langsung ke dua unit usaha pengolahan kayu yang berada di Desa Batukaras. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai proses produksi, profil usaha, serta tantangan yang dihadapi para pengrajin kayu, sekaligus sebagai bahan penulisan konten untuk majalah desa. Observasi dibarengi dengan wawancara dan dokumentasi kegiatan produksi, termasuk proses pemilihan bahan baku, teknik pembuatan produk, hingga strategi pemasaran. Ada beberapa permasalahan utama yang dihadapi pengrajin antara lain keterbatasan dalam hal promosi digital, kurangnya pelatihan desain produk, serta kesulitan memperluas pasar di luar wilayah Batukaras. Hasil dari observasi ini tidak hanya menjadi materi utama dalam rubrik profil UMKM pada majalah desa, tetapi juga menjadi dasar perancangan program pendampingan yang tepat sasaran.

Observasi dilanjutkan ke salah satu UMKM unggulan di Desa Batukaras, yaitu usaha bakpia milik Ibu Imas Pada tanggal 22 Januari 2025. Kunjungan ini bertujuan untuk mempelajari proses produksi bakpia secara langsung, mengumpulkan data untuk konten majalah desa, serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Ibu Imas, selaku pemilik usaha, memberikan penjelasan rinci mengenai sejarah usahanya, strategi pemasaran sederhana yang digunakan, serta tantangan operasional yang dihadapi dalam menjaga kualitas dan daya saing produk. Dari hasil observasi, ditemukan beberapa poin permasalahan utama antara lain keterbatasan dalam desain kemasan yang kurang menarik, belum optimalnya pemasaran digital, serta kurangnya pencatatan keuangan

usaha secara rapi. Informasi tersebut menjadi masukan penting dalam merancang program pendampingan seperti pelatihan desain kemasan, pengelolaan media sosial, dan pelatihan literasi keuangan UMKM.



**Gambar 2. Observasi Lapangan ke UMKM Desa Batukaras**  
(Dokumentasi Pribadi, 2025)

Kegiatan berikutnya yaitu observasi ke dua unit UMKM lokal di Desa Batukaras yaitu Opak Oven dan Ikan Jambal Roti (Lihat Gambar 2). Tujuan kegiatan ini seperti observasi sebelumnya adalah mendokumentasikan profil usaha sebagai bahan konten untuk majalah desa, serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha guna perancangan program pendampingan yang relevan. Dalam observasi ke Opak Oven, tim mempelajari proses pembuatan opak yang melibatkan teknik pengovenan sebagai metode modern pengganti penjemuran tradisional.

Sementara itu, pada usaha Ikan Jambal Roti, pengolahan ikan asin dilakukan dengan teknik pengawetan dan pengemasan sederhana yang menjadi ciri khas produk lokal Batukaras. Wawancara dengan para pelaku usaha memberikan gambaran menyeluruh mengenai sejarah usaha, target pasar, dan dinamika produksi harian. Dari kedua observasi tersebut, ditemukan beberapa permasalahan umum yang dihadapi, antara lain terbatasnya inovasi desain kemasan, belum optimalnya penggunaan media digital untuk promosi, serta kurangnya dokumentasi usaha secara administratif.

### Pendataan untuk Kegiatan Promosi Desa

Setelah berbagai macam observasi, dijalankan kegiatan *shooting* konten bertajuk *Tourist Review* yang berlokasi di Pantai Batukaras. Kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan produk makanan khas Batukaras yang dihasilkan oleh para pelaku UMKM lokal. Dalam proses pengambilan gambar, tim mewawancarai sejumlah turis di Pantai Batukaras untuk mendapatkan ulasan langsung terkait olahan makanan yang mereka cicipi. Para turis memberikan berbagai tanggapan positif, terutama terhadap keunikan rasa, kemasan, dan bahan-bahan lokal yang digunakan. Konten ini berfungsi sebagai dokumentasi interaksi antara wisatawan dan produk lokal dan menjadi sarana promosi kreatif yang akan dipublikasikan di media sosial guna menarik lebih banyak perhatian terhadap potensi ekonomi kreatif di kawasan Batukaras.



**Gambar 3. Exhibition Harmoni Karya**  
(Dokumentasi Pribadi, 2025)



**Gambar 4. Exhibition Harmoni Karya**  
(Dokumentasi Pribadi, 2025)

### **Sosialisasi dan Edukasi mengenai Digitalisasi UMKM Desa**

Sebagai tindak lanjut terhadap hasil observasi dan hasil pendataan untuk promosi desa, diselenggarakan *Exhibition Harmoni Karya* yang bertempat di Kantor Desa Batukaras (Lihat Gambar 3 dan 4). Kegiatan ini juga bersamaan dengan sosialisasi digitalisasi UMKM Desa Batukaras.

Sosialisasi menjadi proses interaksi sosial yang bertujuan untuk mentransfer nilai, norma, keterampilan, dan informasi kepada individu atau kelompok agar mampu beradaptasi dan berpartisipasi dalam masyarakat. Pada kegiatan pengabdian ini, sosialisasi bertujuan untuk Memberikan pemahaman kepada UMKM tentang pentingnya katalog digital, Meningkatkan kesadaran UMKM terhadap manfaat ulasan dari turis, dan Membantu UMKM memahami pembuatan titik lokasi di *Google Maps*.

Pada pelaksanaan sosialisasi, kegiatan ini menjalankan sub-kegiatan yang berupa Kunjungan langsung ke lokasi UMKM, Pembuatan katalog digital langsung, Pembuatan video review oleh turis, dan Penambahan titik lokasi UMKM di *Google Maps*. Hal ini menjadi bekal bagi UMKM Batukaras untuk dapat dikenal oleh publik global dan mempromosikan produknya ke mancanegara. Kegiatan ini menjadi dasar pengembangan bagi paradiplomasi Desa Batukaras.

Kegiatan eksibisi bertujuan untuk memaparkan secara menyeluruh hasil dan capaian dari berbagai program kerja yang telah dijalankan selama masa pengabdian di desa dan sosialisasi pentingnya digitalisasi UMKM Desa Batukaras. Dalam kegiatan ini, warga desa hadir dan terlibat aktif dalam sesi diskusi serta tanya jawab. Salah satu momen penting dalam kegiatan ini adalah penayangan video profil Desa Batukaras. Video tersebut menggambarkan potensi alam, budaya, serta perkembangan sosial dan ekonomi desa.

### **Pendampingan dalam Penyusunan e-Catalogue UMKM Desa**

Kegiatan selanjutnya yaitu pendampingan dalam pembuatan *e-catalogue* UMKM dan penyusunan akhir majalah profil Desa Batukaras. *E-catalogue* UMKM Batukaras yang disusun memuat informasi lengkap mengenai berbagai produk unggulan lokal, mulai dari olahan makanan khas, kerajinan tangan, hingga produk kreatif lainnya. Setiap entri dalam katalog dilengkapi dengan foto produk, deskripsi, harga, serta kontak pelaku usaha. Proses finalisasi melibatkan validasi data langsung dari pelaku UMKM dan penyusunan layout visual yang menarik agar katalog mudah diakses dan digunakan oleh wisatawan maupun pembeli daring.

Selain itu, penyusunan majalah profil Batukaras mendeskripsikan potensi wisata dan ekonomi desa dan juga mengangkat cerita warga, sejarah lokal, serta program-program inovatif yang telah dijalankan selama kegiatan PPM berlangsung. Konten ditulis secara naratif dan dilengkapi dengan dokumentasi visual, menjadikannya bahan bacaan informatif sekaligus inspiratif. Proses finalisasi dengan menyusun versi akhir *e-magazine* Desa Batukaras dilakukan secara menyeluruh. Versi elektronik ini mencakup gabungan antara profil desa, dokumentasi kegiatan, hasil program kerja, serta *e-catalogue* UMKM dalam satu format digital terpadu. Fitur QR Code juga dibuat yang langsung terhubung ke *e-magazine* tersebut untuk mempermudah akses masyarakat dan pihak luar. QR ini akan dicetak dan disebarluaskan melalui berbagai media publik desa seperti balai desa, warung, serta tempat wisata strategis. Inisiatif ini diharapkan menjadi awal dari pengembangan literasi digital dan promosi kreatif berbasis komunitas di Desa Batukaras.

Berbagai kegiatan di atas dapat dirangkum menjadi pembuatan akun instagram untuk Bakpia 93 dan Opak Oven, pembuatan titik google maps untuk Bakpia 93 dan Opak Oven, pembuatan katalog UMKM Desa Batukaras, Batukaras Berkarya: Mengangkat Potensi Lokal, Menembus Pasar Global, pembuatan

majalah mengenai hal-hal apa saja yang ada di Desa Batukaras dari aspek ekonomi, lingkungan, pariwisata, dan budaya, dan pengenalan UMKM lokal asli Batukaras pada turis mancanegara yang sedang berlibur di sekitar Pantai Batukaras.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Batukaras menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM lokal bukan hanya terletak pada keterbatasan akses pasar, tetapi juga pada rendahnya literasi digital dan minimnya strategi promosi yang relevan dengan dinamika wisatawan mancanegara. Melalui proses sosialisasi, pendampingan teknis, dan observasi lapangan yang sistematis, dapat disimpulkan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui pendekatan digital mampu membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk lokal.

Terdapat manfaat pelatihan digital marketing bagi peningkatan eksistensi UMKM di ruang publik, baik secara fisik (titik lokasi Google Maps) maupun digital (e-catalogue, video promosi, media sosial). Data lapangan menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mendapatkan pendampingan intensif cenderung lebih cepat beradaptasi dengan strategi pemasaran modern dan lebih siap menjalin koneksi dengan pasar wisatawan asing. Selain itu, keberadaan turis mancanegara yang dilibatkan dalam kegiatan promosi terbukti berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas produk lokal melalui testimoni langsung.

Analisis atas dinamika kegiatan ini menunjukkan bahwa paradiplomasi dapat menjadi kerangka kerja yang efektif dalam pembangunan ekonomi lokal, terutama ketika diarahkan pada penguatan UMKM berbasis potensi desa. Sinergi antara komunitas lokal, pelaku usaha, dan perangkat desa terbukti menjadi kunci keberhasilan program ini. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu difokuskan pada sistem pemantauan,

penguatan jejaring, serta replikasi model serupa di desa wisata lainnya yang memiliki karakteristik ekonomi kreatif berbasis lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih kepada DRHPM Universitas Padjadjaran yang telah memberikan izin dan bantuan pendanaannya untuk melaksanakan kegiatan PPM ini. Kami juga berterima kasih kepada perangkat Desa Batukaras, tokoh masyarakat desa, pelaku UMKM dan mahasiswa KKN Desa Batukaras atas dukungan, kolaborasi dan partisipasinya dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Andriani, N., Rahmadiyah, N., Novriansyah, D., Putri, A., & Mayori, E. (2023). Implementasi Teknologi Financial Dalam QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor Umkm Di Kota Binjai. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(1), 12–18. [https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA\\_JPM/article/view/233](https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/233)
- Dermawan, W., Alam, G. N., Azmi, F., & Mubarok, K. Z. (2024). Batukaras Menuju Desa Mendunia : *Proficio*, 5(2), 871–877. <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3744>
- Dermawan, W., Alam, G. N., Mubarok, K. Z., & Hidayat, N. S. (2024). Pengembangan Kesiapan Diplomati Desa Batukaras Menuju Desa Wisata Global. *Kumawula*, 7(2), 365–377. <https://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/article/view/51518>
- Donal, Prayogi, R., Prijuliantoro, N. H. A., Sepiyani, N., Tobing, D. C. L., Rahmania, A., Rose, N., & Diniari, B. E. (2023). Sosialisasi Pembayaran Digital (QRIS) dan Branding UMKM di Desa Kuala Tolam. *J-Abdi Jurnal Pegabdian Masyarakat*, 3(5), 945–950. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i5.6607>
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat, 27(2), 154–159. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i2.39331>
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People make Money from Ideas*. Penguin Press.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah ORasi Bisnis*, 4(November), 95–112. [https://orasibisnis.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/05/dewi-imarwati\\_pemanfaatan-e-commerce-dalam-dunia-bisnis.pdf](https://orasibisnis.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/05/dewi-imarwati_pemanfaatan-e-commerce-dalam-dunia-bisnis.pdf)
- Iskandar, A., Gazali, S., & Prihanisetyo, A. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi: Implementasi Program Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM kota Balikpapan. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 39–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v3i2.1969>
- Kartika, A. W., Kharismahaq, G., Prabowo, M. A. S., Laksana, A. J., Ayu, R. A. M., & Hazrati, F. (2024). Digitalisasi Teknologi dalam Meningkatkan Potensi Pembangunan dan UMKM Desa. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(5), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v8i5.26047>
- Khaerudin, D., Dewi, I. N., Gandara, G. S., Juan, T., & Putri, A. (2024). Digitalisasi Umkm dalam Inovasi Pemasaran Produk dan Pembayaran Digital pada Pelaku Industri Rumahan di Desa Kronjo Kabupaten Tangerang Provinsi Banten. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 3(3), 197–203. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v3i3.4047>
- Maulida, L., Rahmawati, R. A., Syariaf, I. M., & Yahya, A. B. (2024). Digitalisasi UMKM dalam Upaya Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Gundi. *Dinamika Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Transformasi Kesejahteraan*, 1(4), 112–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/dinsos.v1i4.856>
- Millah, R. S., & Fadlina, S. (2023). Analisis Daya Dukung (Carrying Capacity) Dalam Mendukung Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Batukaras Kabupaten Pangandaran. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 191–213. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.268>
- Munawaro, S., & Pujianto, W. E. (2023). Pelatihan Interaktif Penggunaan Aplikasi Digital QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pada UMKM Di Desa Kraton, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 480–485. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare%0APelatihan>
- Mutiara, T., & Safitri, R. M. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pesisir Pantai untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Masyarakat di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 19(2), 213–233. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/jsckp.v19i2.15011>
- Puspitarini, R. C., Septiarika, F. T., & Bramastya, R. (2021). Praktik Paradiplomasi dalam Implementasi Kerjasama Smart City Pemerintah Kota Bandung dan Kota Seoul. *PERSPEKTIF*, 10(2), 569–577. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4850>
- Rochmansyah, B. N., Riyadi, R. S., Farida, I., Asikin, M. Z., & Mijoy. (2022). Upaya Peningkatan Digitalisasi Pelayanan Desa dan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Buntet Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon. *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 4(5), 1376–1390. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jii.v4i5.6581>
- Susanto, B. F., Muchlis, Maulana, R., Fauzan, M., & Widyawati. (2024). Strategi pemasaran produk umkm berbasis digital di kabupaten indragiri hilir: peluang dan tantangan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.32520/jam.v10i1.3584>
- Tampubolon, M. V. R., Ramadhan, M. F., Rizky, Y. P., Putri, N. A., Adzka, N. A., & Arum, D. P. (2024). Upaya Transformasi Digital UMKM Desa Kalipecabean dengan Optimalisasi QRIS, Google Maps, dan E-Commerce. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*,

- 3(3), 91–97.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/ca-krawala.v3i3.3066>
- Utami, K., & Prasetyo, A. D. S. (2023). Transformasi Digital: Meningkatkan Daya Saing UMKM dengan Mensosialisasikan Proses Digitalisasi Desa Taman Sari. *CAPACITAREA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pancasila*, 3(3), 77–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/capacitarea.2023.003.03.11>
- Yuliyanti, E., Turmudhi, A., Kartika, A., Fadhila, Z. R., & Rosyid, A. N. (2024). Digitalisasi UMKM Desa Turunrejo: Transformasi Pembayaran Menuju Era Modern. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 6(4), 2019–2024. <https://doi.org/https://doi.org/10.37287/jpm.v6i4.5191>