



DIGITALISASI DAN BRANDING DESA KLOMPANG BARAT KECAMATAN PAKONG KABUPATEN PAMEKASAN DI ERA DIGITAL

DIGITALIZATION AND BRANDING OF WEST KLOMPANG VILLAGE, PAKONG DISTRICT, PAMEKASAN REGENCY IN THE DIGITAL ERA

Mohammad Izzulhaq¹, Lailatul Hidayah Fitri², Nanda Hari Pramudya³, Nazilatul Fatimah⁴,
Dwi Anggi Pramudita⁵, Ferdiana Putri⁶, Moh. Wahyudi Priyanto⁷✉

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7}Program Studi Agribisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia
e-mail: 210321100131@student.trunojoyo.ac.id¹, 210321100030@student.trunojoyo.ac.id²,
210321100040@student.trunojoyo.ac.id³, 210321100104@student.trunojoyo.ac.id⁴,
210321100125@student.trunojoyo.ac.id⁵, 210321100150@student.trunojoyo.ac.id⁶,
wahyudi.priyanto@trunojoyo.ac.id⁷

ARTICLE INFO:

Article History:

Received: 15 Desember 2023

Accepted: 22 Mei 2024

Published: 25 Juni 2024

Keywords:

*Digitalization, Branding,
Villages, Smart village,
Community Service*

Kata kunci:

Digitalisasi, Branding, Desa,
Smart village, Pengabdian
Masyarakat

ABSTRAK

Perkembangan suatu desa dapat terpengaruh oleh implementasi digitalisasi desa yang efektif. Digitalisasi desa merujuk pada upaya pembangunan infrastruktur digital secara lintas sektor. Digitalisasi desa berpotensi untuk memperbaiki perekonomian desa serta mempermudah akses informasi mengenai desa tersebut. Oleh karena itu, kami memberikan pengabdian yang berfokus pada pengembangan digitalisasi dan branding Desa Klompang Barat. Pengabdian dimulai pada tanggal 4-30 September 2023 dengan menggunakan metode pendekatan observasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam kegiatan ini, terlihat bahwa masyarakat Desa Klompang Barat sangat bersemangat dan aktif berpartisipasi. Mereka turut serta dengan antusiasme yang tinggi. Aparat desa juga terlihat selalu siap membantu, menyediakan fasilitas yang layak, serta memberikan dukungan kepada Tim MBKM Magang Desa Klompang Barat. Kepala Desa Klompang Barat juga terlibat aktif dalam kegiatan sosialisasi ini, memberikan dukungan penuh. Selain itu, potensi-potensi yang ada di Desa Klompang Barat terlihat sangat menjanjikan dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, hasil pengabdian yaitu pembuatan logo bumdes, dokumentasi video profil Desa Klompang Barat, dan pembuatan label pada UMKM. Kerja sama diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pembentukan desa yang terhubung secara digital. Diperlukan pembentukan tim kreatif untuk menghasilkan konten berkualitas, serta penyelenggaraan pelatihan bagi staf desa agar dapat berinovasi dalam era digital.

ABSTRACT

The development of a village can be affected by the effective implementation of village digitalization. Village digitalization refers to efforts to develop digital infrastructure across sectors. Village



digitalization has the potential to improve the village economy and make it easier to access information about the village. Therefore, we provide services that focus on developing digitalization and branding of West Klompang Village. Service begins on September 4-30 2023 using the observation, planning, implementation and evaluation approach. In this activity, it was seen that the people of West Klompang Village were very enthusiastic and actively participated. They participated with great enthusiasm. Village officials also appear to always be ready to help, provide proper facilities, and provide support to the West Klompang Village MBKM Internship Team. The Head of West Klompang Village was also actively involved in this outreach activity, providing full support. Apart from that, the potential in West Klompang Village looks very promising and worthy of further development. Apart from that, the results of the service include making a Bumdes logo, video documentation of the profile of West Klompang Village, and making labels for MSMEs. Collaboration is needed to increase community involvement in the creation of digitally connected villages. It is necessary to form a creative team to produce quality content, as well as provide training for village staff so they can innovate in the digital era.

PENDAHULUAN

Desa Klompang Barat, salah satu dari sepuluh desa di Kecamatan Pakong, Kabupaten Pamekasan, memiliki populasi sekitar 2.928 orang, dengan laki-laki sekitar 1.448 orang dan perempuan sekitar 1.480 orang. Terbagi menjadi empat dusun, yaitu Sumber Batas, PaoBawang, Krajan, dan Nangger, desa ini terletak di dataran sedang. Jarak Desa Klompang Barat sekitar 20-kilometer dari kota kecamatan Pakong, dengan transportasi darat sebagai pilihan utama masyarakat. Klompang Barat berbatasan dengan Desa Bicing di barat, Desa Seddur di utara, Desa Klompang Timur di timur, dan Desa Bangkes di selatan. Mayoritas penduduknya adalah petani, dengan pertanian sawah dan kebun sebagai potensi utama. Salah satu industri yang terkenal di desa ini adalah usaha tembakau (Sayyi & Azhari, 2021).

Berkembangnya sebuah desa dapat dipengaruhi oleh digitalisasi desa yang baik dan inovasi branding. Digitalisasi desa merupakan sebuah cara membangun infrastruktur digital dalam bidang

multisektor yang dimulai dari membangun desa (Mayasari et al., 2022). Menurut (Martadala et al., 2021), digitalisasi desa adalah program membangun desa untuk pemberdayaan masyarakat dengan adanya teknologi yang memadai. Dengan adanya digitalisasi desa ini dapat memberikan manfaat bagi desa yaitu memajukan perekonomian desa dan memudahkan dalam mencari informasi tentang desa tersebut. Inovasi desa dapat menciptakan produk atau layanan sehingga menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan, baik melalui pengolahan sumber daya atau pembangunan infrastruktur, dengan menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang telah dikumpulkan dari upaya desa untuk mengembangkan yang baru dan yang sudah ada. proyek. Sumber daya manusia dari segi ekonomi dan budaya (Megasari et al., 2021).

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan penerapan digitalisasi desa salah satunya adalah digitalisasi yang dilakukan di Desa Krampon, Torjun,, Sampang melalui Pembuatan *E-Catalog*

berbasis *QR-Code*. Kegiatan KKN ini memberikan manfaat bagi masyarakat dan mitra, terutama dalam mempermudah penyebaran informasi desa melalui *website*. Kegiatan KKN ini juga memberikan pelatihan penggunaan *website* berbasis *QR-Code* yang membahas tentang informasi desa, jadwal, pembaruan rutin, dan praktik terbaik manajemen informasi. Digitalisasi desa untuk meningkatkan kualitas layanan dan informasi (Wijaya et al., 2024). Dalam KKN ini, dilakukan kegiatan pembaharuan *software* untuk layanan administrasi desa seperti *Microsoft Office*, *Microsoft Power Point*, *Microsoft Excel*. Digitalisasi Desa Jipang Kec. Bontonompo Gowa kegiatan PKM ini salah satunya berupa pengembangan *website* seperti Aplikasi Gesa Jipang yang berisi informasi tentang objek wisata. Selain itu juga aplikasi ini bisa menjadi lapang pekerjaan sebagai *tour guide* lokal. Dalam pengembangannya kegiatan ini melakukan pelatihan dan pendampingan berupa sosialisasi (Sakawati et al., 2022).

Dalam rangka membangun *smart village*, Desa Klompang Barat bekerja keras untuk berkembang dan berinovasi di berbagai bidang kehidupan, yang semuanya jelas bermanfaat bagi masyarakat. Perubahan yang terjadi di Desa Klompang Barat diantaranya adalah pembangunan prasarana sarana umum seperti pasar desa, pasar hewan, dan kantor BUMDES, serta terdapat banyak pelaku usaha yang beroperasi di Desa Klompang Barat baik UMKM milik BUMDES ataupun usaha mandiri milik masyarakat. Perkembangan di Desa Klompang Barat ini menyoroti fakta bahwa media sosial dan perangkat digital lainnya memungkinkan akses informasi yang hanya dimiliki oleh pengguna internet. Oleh karena itu, penyebaran informasi melalui saluran-saluran ini harus diimbangi dengan pengetahuan yang terencana agar masyarakat dapat memberikan pendapat untuk pembangunan desa (Megasari et al., 2021). Era digital menghadirkan prospek yang

sangat besar bagi sejumlah industri, termasuk pariwisata, pendidikan, dan perekonomian. Pengguna menganggap dunia digital, yang diwakili oleh media online, menarik dan menguntungkan karena aksesibilitasnya yang efisien dan menyenangkan sepanjang waktu. Pertumbuhan media sosial di berbagai bidang kehidupan masyarakat, termasuk layanan pemerintah, telah membawa manfaat sekaligus tantangan bagi penggunanya (Mardiyani et al., 2020).

Banyak desa di Indonesia yang telah ditetapkan sebagai *smart village*. Untuk membangun *smart village*, pihak terkait harus mempertimbangkan tidak hanya penggunaan teknologi namun juga cara kerjanya dalam menanggapi tujuan yang ingin dicapai (Hadian & Susanto, 2022). Ide dari *smart village* berasal dari konsep smart city, dengan satu-satunya perbedaan terletak pada lokasinya di situs aplikasi. Sebagaimana smart city dibangun di tingkat kota, demikian pula *smart village* akan mengikuti jejaknya di tingkat desa. Harapannya, *Smart village* bisa menciptakan lingkungan pedesaan yang cerdas dengan teknologi yang terintegrasi. Desa cerdas dijelaskan sebagai desa yang mampu memberikan layanan kepada masyarakat secara efektif dan efisien melalui partisipasi aktif. Layanan seperti air bersih, pendidikan dasar, perumahan, komunikasi dan transportasi, kesempatan kerja, serta penjualan produk pertanian diharapkan bisa tersedia bagi penduduk yang terkena dampaknya (Subekti & Damayanti, 2019).

Beberapa penelitian yang membahas tentang *smart village* yaitu Sistem Informasi Pelayanan Desa untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik dan Mewujudkan *Smart village*. Penelitian ini menguraikan penerapan Sistem Informasi Desa sebagai strategi untuk meningkatkan mutu pelayanan masyarakat serta mengembangkan konsep Desa Cerdas. Studi dilakukan di Desa Kotabaru Barat, Kecamatan Martapura, Kabupaten Oku Timur. Proses dimulai dengan menganalisis kebutuhan dan

preferensi pengguna, dilanjutkan dengan merancang sistem, mengkodekan program, dan melakukan tahap pengujian. UML digunakan sebagai kerangka untuk merancang sistem, termasuk pemodelan use case, aktivitas, dan diagram kelas. Program dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP, serta menggunakan database MySQL, sementara pengelolaan kode dilakukan dengan editor teks Sublime Text. (Yoraeni et al., 2022).

Oleh karena itu, pengabdian ini berfokus pada pengembangan digitalisasi dan branding desa Klompang Barat. Melihat kondisi yang ada dimana belum adanya sosial media yang dapat membranding desa secara maksimal. Pengabdian ini mencoba menjelaskan bagaimana membangun *smart village* digunakan sebagai pijakan atau acuan untuk mengembangkan desa, terutama desa Klompang Barat.

METODE PENGABDIAN

Pengabdian Masyarakat dijalankan di Desa Klompang Barat. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan kepada kelompok masyarakat dan lembaga desa. Pelaksanaan pengabdian dimulai pada tanggal 4-30 September 2023. Metode pendekatan dalam program kerja ini mencakup empat tahapan:

1. Observasi

Langkah pertama dalam metode pengabdian ini, tim melakukan wawancara terhadap kelompok masyarakat dan lembaga desa. Wawancara merupakan suatu teknik penggalan informasi yang dilakukan pewawancara kepada responden, yang bertujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan (Damayanti et al., 2021). Pada kegiatan ini tim melakukan wawancara secara langsung ke rumah-rumah kelompok masyarakat dan lembaga desa untuk mengetahui potensi yang ada di Desa Klompang Barat, hambatan kegiatan kelompok Masyarakat, dan pelatihan yang dibutuhkan untuk pengembangan desa.

2. Perencanaan

Langkah berikutnya dalam metode pengabdian ini adalah perencanaan. Perencanaan merupakan suatu proses awal dalam penetapan strategi untuk dapat mengetahui tingkat permintaan yang akan terjadi dan kemungkinan yang akan datang (Ahmad, 2020). Setelah mengetahui potensi, hambatan, dan pelatihan yang diinginkan oleh kelompok masyarakat dan lembaga desa, tim mulai mencari solusi dan kegiatan yang sesuai dengan kondisi yang terdapat desa tersebut.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan suatu proses untuk mengimplementasikan ide atau aktivitas baru dengan harapan masyarakat dapat menerima dan melakukan penyesuaian demi terciptanya suatu tujuan yang bisa tercapai (Rosad, 2019). Pada metode pelaksanaan yaitu tim melakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan secara langsung. Pada kegiatan sosialisasi yang disampaikan oleh Moh Wahyudi Priyanto, M.Sc mengenai digitalisasi dan *branding* desa sebagai tahap awal eksekusi. Selain itu pada kegiatan pendampingan desa, tim melakukan pendampingan langsung kepada salah satu kelompok masyarakat dan lembaga desa, yang mana pada pendampingan ini kami membantu membuat media sosial (*Website, Email, dan Instagram*), logo, dan cara pengelolaan media sosial dengan baik dan benar agar dapat memberikan dampak positif.

4. Evaluasi

Metode yang terakhir adalah evaluasi. Evaluasi merupakan suatu proses yang digunakan untuk menilai sesuatu berdasarkan kriteria atau standar objektif yang dievaluasi (Muryadi, 2017). Dimana pada kegiatan evaluasi ini agar mengetahui kekurangan dan kendala apa saja yang terjadi pada kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan. Pada tahapan evaluasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan pada suatu kegiatan, sehingga

untuk kegiatan kedepannya bisa lebih di tingkatkan lagi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui penyuluhan, dengan tema "Penerapan Digitalisasi dan Branding Desa Klompang Barat di Era Digital" yang dijadwalkan pada tanggal 24 September 2023. Kegiatan ini melibatkan serangkaian langkah, dimulai dengan observasi di Desa Klompang Barat, termasuk empat dusun (Sumber Batas, Pao Bawang, Nangger, dan Krajan), serta lembaga desa dan kelompok masyarakat pada tanggal 4 September 2023. Langkah ini bertujuan untuk mengidentifikasi situasi saat ini di mana media sosial belum tersedia secara optimal di desa tersebut. Tahap berikutnya adalah menangani masalah yang diidentifikasi.

Pada tanggal 18 September 2023 dilakukan diskusi untuk menentukan *website* atau sosial media yaitu '*Smart village*' yang digunakan sebagai branding desa dan lembaga lainnya. Menurut Subekti & Damayanti, (2019) *Smart village* merupakan sebuah *smart village* yang dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat secara efektif dan efisien melalui pendekatan partisipatif kepada masyarakat. Dengan adanya *Smart village* dapat memberikan kehidupan yang layak bagi masyarakat desa layaknya warga kota dengan tetap menjaga kearifan lokal. Sehingga tidak tercipta *gap* yang besar antara kehidupan masyarakat perkotaan dan pedesaan.



Gambar 1. Kegiatan Observasi

Kegiatan bersosialisasi lebih fokus kepada lembaga-lembaga yang ada disekitar desa seperti sekolahan dan kelompok masyarakat. Kegiatan sosialisasi dihadiri ±20 peserta yang terdiri dari beberapa sekolahan yaitu SDN Klompang Barat 1, SDN Klompang Barat 2, MI Riyadatul Muhtadiin, dan Pondok GOA Miftahul Ulum serta kelompok masyarakat seperti PKK, Karang Taruna, Kepala Desa, Kepala Dusun, dan lain-lain. Kegiatan ini terdapat beberapa tahapan yaitu

Tabel 1. Tahap-Tahap Kegiatan

Tahap	Kegiatan
Pendahuluan	- Pembukaan - Sambutan
Pelaksanaan	Materi
Penutup	- Penutup - Foto bersama



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Digitalisasi Branding Desa di Era Digital

Pelaksanaan sosialisasi dilakukan dengan tema "Digitalisasi dan *Branding* Desa Klompang Barat di Era Digital". Kegiatan sosialisasi terbagi menjadi 3 bagian yaitu pendahuluan, pelaksanaan dan penutup. Kegiatan pertama yaitu pembukaan dibuka oleh Nanda selaku MC atau pembawa acara sosialisasi, kemudian dilanjut sambutan dari Bapak Farid selaku perwakilan dari Kepala Desa. Kedua yaitu pelaksanaan, dimana pemaparan materi oleh Wahyudi Priyanto M.Sc. selaku pemateri memberikan pengertian *branding* desa dengan mengenalkan sebuah digitalisasi kepada

desa, kenapa *branding* desa itu sangat penting, syarat mem-*branding* desa hingga syarat membranding desa. Pemateri juga memperkenalkan sebuah program oleh pemerintah yaitu penerapan model *Smart village* dalam pengembangan desa dan program ini sudah diterapkan oleh beberapa desa, sehingga dapat diharapkan setelah pemateri memberikan sebuah sosialisasi ini dapat memperkenalkan bahwa digitalisasi dan *branding* bagi desa itu sangat penting apalagi Desa Klompang Barat sudah banyak cukup memenuhi dilihat dari potensi-potensi desa sehingga sangat disayangkan jika hal ini tidak diterapkan dan mulai dikembangkan. Sesi selanjutnya yaitu tanya jawab dengan peserta yang sangat antusias dalam sosialisasi ini. Kemudian terakhir yaitu penutup, sosialisasi ini ditutup oleh MC.

Transformasi digital merupakan sebuah terobosan dalam menysasar pasar industri sehingga menjadi potensi besar bagi pedesaan, mengingat perilaku masyarakat Indonesia saat ini yang tidak dapat dipisahkan dari penggunaan internet dalam aktivitas sehari-hari (Mumtaz & Karmilah, 2022). Di era digital ini, dapat melahirkan banyak manfaat bagi potensi-potensi desa yang sudah ada. Digitalisasi juga sangat penting dalam penerapan Desa Wisata, sehingga dengan adanya Desa Wisata melalui digitalisasi dapat memberikan sebuah *branding* terhadap desa, sehingga desa dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berwisata. Salah satu dalam membuat penerapan Desa Wisata yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi, informasi, dan komunikasi yang ada dalam era digital ini.

Faktor pendukung

Adapun faktor pendukung pada kegiatan sosialisasi ini yaitu:

1. Masyarakat Desa Klompang Barat sangat antusias dalam kegiatan ini.
2. Aparat Desa Klompang Barat selalu membantu dan memberikan fasilitas yang sangat layak. terhadap Tim MBKM Magang Desa Klompang Barat.

3. Kegiatan sosialisasi ini didukung penuh oleh Kepala Desa Klompang Barat.

4. Potensi-potensi yang ada di Desa Klompang Barat yang sangat layak untuk dikembangkan.

Faktor penghambat

Adapun faktor penghambat pada kegiatan sosialisasi ini yaitu:

1. Minimnya masyarakat tentang pengetahuan penggunaan internet.
2. Kurangnya masyarakat dalam penggunaan sosial media, sehingga perlu cukup waktu untuk pendampingan.
3. Minimnya masyarakat dalam pengetahuan betapa pentingnya digitalisasi dan *branding* desa di era digital.
4. Minimnya kesadaran masyarakat bahwa dalam membantu *branding* dari sebuah desa juga diperlukan keikutsertaan masyarakat dalam mengembangkan desanya.

Hasil Kegiatan Sosialisasi

Pembuatan logo bumdes



Gambar 3. Logo BUMDES Jaya Mulya

Pembuatan logo BUMDES ini merupakan salah satu hasil dari hasil kegiatan sosialisasi di Desa Klompang Barat. Logo BUMDES juga merupakan salah satu kunci utama branding yang hendak dipromosikan. Sama halnya dengan BUMDES Jaya Mulya yang sebenarnya belum memiliki logo branding untuk mempromosikan usaha di Desa Klompang Barat, kini dengan adanya program pengabdian masyarakat dapat membantu memberdayakan BUMDES Jaya

Mulya untuk membuat logo khasnya sendiri. Menurut Ainun et al., (2023) logo berperan dalam membranding sebuah Lembaga atau usaha dengan memberikan identitas untuk mempengaruhi orang lain agar dapat mengenali pemilik logo. Logo menjadi salah satu elemen penting dalam memperkenalkan dan menciptakan identitas untuk mempermudah orang lain mengingat dan mengenalinya. Pada sebuah Lembaga Pemerintah logo memiliki fungsi sebagai identitas yang dilogo tersebut memiliki filosofi yang menggambarkan visi ataupun misi serta menggambarkan keprofesionalitasan lembaga tersebut.

Desain logo BUMDES Jaya Mulya ini terbilang sangat menarik dan unik sebab mengambil unsur-unsur filosofis yang menjadi ciri khas BUMDES Jaya Mulya. Logo utama BUMDES Jaya Mulya berfungsi sebagai berikut:



Gambar 4. Filosofi dari Logo BUMDES

Dokumentasi vidio profil Desa Klompang Barat

Selain adanya pengenalan dari logo BUMDES, upaya branding Desa Klompang Barat juga dilakukan dengan pembuatan vidio profil. Vidio profil ini lebih mengedepankan pada pengenalan eksplorasi potensi yang dimiliki desa, budaya serta UMKM yang ada di desa Klompang Barat. Vidio yang berdurasi 5 menit ini memandu penonton menjelajahi berbagai empat dusun di desa klompang barat, potensi yang unggul, kuliner dan UMKM yang ada di desa

Klompang Barat.



Gambar 5. Vidio Profil Desa Klompang Barat

Dalam vidio tersebut dijelaskan secara singkat mengenai dusun yang ada di desa Klompang Barat, memperkenalkan kegiatan atau budaya yang dijalankan oleh masyarakat serta UMKM yang ada di Desa Klompang Barat yang dapat dikunjungi. Proses pengambilan dan penyusunan vidio tidak membuat penonton bosan dan bahasanya bersifat bersuasif, sehingga mendorong penonton untuk ingin lebih banyak dan mengunjungi Desa Klompang Barat secara langsung.

Pembuatan label pada umkm



Gambar 6. Label Produk UMKM

Label Produk merupakan informasi yang biasanya terdapat pada kemasan atau produk itu sendiri yang dapat memberikan detail tentang produk itu tersebut, seperti nama, merek, instansi penggunaan dan informasi lain yang relevan. Selain itu, label produk juga salah satu kunci utama branding yang hendak dipromosikan untuk dapat dikenali banyak customer. Maka dari itu UMKM tersebut dapat mempromosikan kembali produk dengan cara lainnya, halnya seperti pembaruan bentuk

kemasan, pemasangan banner dan lain-lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Ilmi et al., (2023) yang mana penelitian tersebut juga menjalankan program itu, namun penelitian tersebut juga memberikan wawasan mengenai digital marketing untuk memperluas pemasaran.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dengan dilakukannya kegiatan sosialisasi dengan tema Digitalisasi dan *Branding* Desa Klompang Barat Kabupaten Pamekasan di Era Digital akan memberikan dampak positif apabila diterapkan dengan baik karena dengan adanya digitalisasi akan mempermudah aksesibilitas masyarakat untuk memperoleh informasi desa, selain itu digitalisasi juga berdampak terhadap pembentukan identitas desa serta peningkatan ekonomi bagi desa tersebut. Dengan demikian, digitalisasi memiliki potensi besar dalam meningkatkan *branding* Desa Klompang Barat, menghubungkan desa dengan dunia secara lebih luas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta partisipasi masyarakat lokal dalam pembangunan desa mereka. Saran, perlu adanya kerja sama untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membentuk desa digital, perlu pembuatan tim konten kreator dalam menciptakan konten bermutu serta mengadakan pelatihan bagi para aparat desa untuk berinovasi dalam era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F. (2020). Penentuan metode peramalan pada produksi part new granada bowl st di PT.X. *jisi: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.24853/jisi.7.1.31-39>
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>

- Damayanti, M. G. A. (2021). Sistem Penilaian Rapor Peserta Didik Berbasis Web Secara Multiuser. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(4), 447–453.
- Hadian, N., & Susanto, T. D. (2022). Pengembangan Model *Smart village* Indonesia: Systematic Literature Review. *Journal of Information System, Graphics, Hospitality and Technology*, 4(2), 77–85. <https://doi.org/10.37823/insight.v4i2.234>
- Ilmi, M., Dahliani, Y., Ningsih, W. F., Ilhamsyah, A. F., Agustin, E. L., Prasetyo, A., Habibina, N., Sari, P. N. I., & Nurafia, A. (2023). Penguatan Branding dan Digitalisasi Marketing UMKM Marning Desa Pontang, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(2), 160–166. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i2.38>
- Mardiyani, S. A., Sari, D. N., Koti, S., Cahyati, R., Safitri, H., Aziz, M. A., Muslim, B., Afriadi, A., Frandika, D. H., Hendrawan, D., & others. (2020). Digitalisasi Desa Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Dan Informasi. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(3), 188–192.
- Martadala, D. A., Neneng, Susanto, E. R., & Ahmad, I. (2021). Model Desa Cerdas Dalam Pelayanan Administrasi (Studi Kasus: Desa Kotabaru Barat Kecamatan Martapura Kabupaten Oku Timur). *Jurnal Teknologi Dan Sistem*

- Informasi (JTISI)*, 2(2), 40–51.
- Mayasari, R., Febriantoko, J., Putra, R. R., Hadiwijaya, H., & Kurniawan, D. (2022). *Digitalisasi Desa: Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*. Penerbit NEM.
- Megasari, R., Nushroh, F., Rahman, N., & Lingga Andana, M. (2021). Pelatihan Konten Media Sosial sebagai Upaya Branding dan Digitalisasi Desa. *Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(10), 950–953. <https://doi.org/10.17977/um066v1i102021p950-953>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Muryadi, A. D. (2017). Model evaluasi program dalam penelitian evaluasi. *Jurnal Ilmiah PENJAS*, 3(1), 1–16.
- Rosad, A. M. (2019). Implementasi Pendidikan Karakter Melalui Manajemen Sekolah. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 5(02), 173. <https://doi.org/10.32678/tarbawi.v5i02.2074>
- Sakawati, H., Ristiana, E., Rukmana, N. S., Aina, A. N., Johansyah, O. N. P., & others. (2022). Digitalisasi Desa Jipang Kec. Bontonompo Gowa. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 586–590.
- Sayyi, A., & Azhari, A. (2021). self-management untuk meningkatkan monster berwirausaha dengan mengembangkan kreatifitas ibu PKK Di Desa Klompang Barat Pakong Pamekasan. *NGEJHÁ Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 59–64.
- Subekti, T., & Damayanti, R. (2019). Penerapan Model *Smart village* dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. *Journal of Public Administration and Local Governance*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.31002/jpalg.v3i1.1358>
- Wijaya, E. Y., Aini, N., Solehah, R., & Solehah, S. (2024). Pembuatan E-Catalog berbasis QR-Code mendukung digitalisasi Desa Krampon, Torjun Sampang. *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 89–97.
- Yoraeni, A., Basri, H., & Puspasari, A. (2022). Penerapan sistem informasi pelayanan desa dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik dan mewujudkan *Smart Village*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5).