

MODEL TRANSFORMASI DIGITAL PADA UMKM PESISIR: STRATEGI PENGUATAN EKONOMI KREATIF DI DESA TELUK KECAMATAN LABUAN KABUPATEN PANDEGLANG

Sugiyatno, Dian Purnamasari Abidin, Ratu Milah Hamdalah*

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Banten Raya

Corresponding Author. E-mail* : ratumilaa@gmail.com

Abstract

This community service aims to formulate a digital transformation model for UMKM actors in the coastal area of Teluk Village, Labuan District, Pandeglang Regency. The main problems identified are the digital divide and dependence on conventional marketing. Through the Participatory Action Research (PAR) method, the service team conducted interventions in the form of digital branding, social media optimization, and policy advocacy. The results showed an increase in the digital capability of partners through the creation of digital product catalogs and the activation of village information portals. The strategic output of this program is a policy brief document submitted to the village government as a roadmap for creative economy transformation. In conclusion, strengthening the coastal economy requires synergy between community technical literacy and local regulatory support.

Keywords: *Digital Transformation; UMKM Coast; Creative Economy*

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk merumuskan model transformasi digital bagi pelaku UMKM di wilayah pesisir Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang. Masalah utama yang diidentifikasi adalah adanya kesenjangan digital (*digital divide*) dan ketergantungan pada pemasaran konvensional. Melalui metode *Participatory Action Research* (PAR), tim pengabdian melakukan intervensi berupa *digital branding*, optimalisasi media sosial, dan advokasi kebijakan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapabilitas digital mitra melalui pembuatan katalog produk digital dan pengaktifan portal informasi desa. Luaran strategis dari program ini adalah dokumen *policy brief* yang diserahkan kepada pemerintah desa sebagai peta jalan transformasi ekonomi kreatif. Kesimpulannya, penguatan ekonomi pesisir memerlukan sinergi antara literasi teknis masyarakat dan dukungan regulasi lokal.

Kata Kunci: Transformasi Digital; UMKM Pesisir; Ekonomi Kreatif

Copyright©2026. Sugiyatno dan kawan-kawan
This is an open access article under the CC-BY NC-SA license.
DOI: <https://doi.org/10.30656/svy3r726>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin masif telah merubah berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya pada sektor ekonomi. Di era Revolusi Industri 4.0 menuju *Society 5.0*, pemanfaatan teknologi digital menjadi sebuah keniscayaan bagi para pelaku ekonomi, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar dapat mempertahankan eksistensi dan bersaing secara kompetitif. Namun, pemanfaatan teknologi digital belum dimanfaatkan secara optimal oleh para pelaku UMKM khususnya di wilayah pesisir karena manajemen usaha yang digunakan masih konvensional. Minimnya literasi digital para pelaku UMKM menjadi sebuah hambatan dalam proses transformasi digital. Selain itu, keterbatasan infrastruktur teknologi informasi juga menjadi kendala utama, terutama bagi pelaku UMKM di pedesaan (Masitoh et.al., 2025).

Desa Teluk merupakan wilayah pesisir yang berada di Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang, memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal berupa komoditas perikanan dan olahan pangan laut yang besar. Namun, besarnya potensi yang dimiliki tidak didukung dengan pengetahuan dan keterampilan teknologi, sehingga sistem pemasaran yang digunakan masih menggunakan cara tradisional. Dengan demikian, akses pasar masih terbatas pada lingkup lokal, padahal pemanfaatan teknologi digital dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkesinambungan.

Berdasarkan hal tersebut, penting adanya pendampingan bagi para pelaku UMKM pesisir Desa Teluk dalam menjembatani kesenjangan tersebut dengan menerapkan strategi pemasaran digital terpadu. Mahasiswa beserta Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM) Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Banten Raya melaksanakan pengabdian kepada masyarakat guna membangun ekosistem digital yang berkelanjutan melalui pendampingan intensif dan perumusan rekomendasi kebijakan bagi aparat desa. Dengan demikian, diharapkan UMKM pesisir Desa Teluk dapat meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar sehingga berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Action Research (PAR)*. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam mengintegrasikan proses penelitian dengan tindakan sosial, di mana peneliti tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga agen perubahan yang bekerja sama dengan masyarakat untuk memecahkan masalah praktis (Kemmis & McTaggart, 2005). Dalam konteks ini, penulis sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) bertindak sebagai perancang strategi, sementara komunitas lokal dan tim fasilitator bertindak sebagai pelaksana teknis di lapangan. Secara spesifik, detail pelaksanaan metode ini diuraikan sebagai berikut:

Lokasi dan Subjek Pendampingan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang. Lokasi ini dipilih karena karakteristiknya sebagai pusat ekonomi pesisir dengan banyak potensi UMKM, meskipun indeks literasi digital masih perlu ditingkatkan. Pengabdian ini fokus pada 15 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terdiri dari kluster pengolahan ikan, makanan siap saji, dan jasa kelautan, serta organisasi Karang Taruna Desa Teluk yang berfungsi sebagai pengelola keberlanjutan digital.

Teknik Pengumpulan Data dan Identifikasi Masalah

Teknik pengumpulan data yang digunakan di antaranya:

1. Observasi partisipatif: Peneliti terlibat langsung dalam aktivitas harian UMKM untuk mempelajari alur produksi dan kendala dalam pemasaran.
2. Wawancara mendalam: Dilakukan kepada Bapak Sopian Hadi, selaku Kepala Desa Teluk dan anggota masyarakat untuk menyinkronkan program pengabdian dengan visi pembangunan desa.
3. FGD (*Focus Group Discussion*): Diskusi dengan para pelaku ekonomi kreatif untuk merumuskan kebutuhan *branding* dan tantangan teknis dalam penggunaan media sosial.

Prosedur Pelaksanaan (Siklus PAR)

Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui empat tahapan siklus sistematis:

1. Tahap Perencanaan (*Planning*): Penyusunan kurikulum pelatihan literasi digital dan perancangan draf *policy brief* yang disesuaikan dengan kondisi demografi Desa Teluk.
2. Tahap Tindakan (*Action*): Implementasi program kerja meliputi *workshop* fotografi produk, pembuatan logo, pendaftaran titik Google Maps, dan aktivasi akun bisnis media sosial (TikTok, Instagram, WhatsApp Business).
3. Tahap Observasi (*Observation*): Pemantauan terhadap respon konsumen digital dan tingkat adaptasi pelaku UMKM terhadap alat pemasaran baru yang diberikan.
4. Tahap Refleksi (*Reflection*): Analisis terhadap hasil intervensi untuk mengukur efektivitas program. Hasil refleksi ini kemudian dituangkan ke dalam rekomendasi strategis di dalam *policy brief*.

Instrumen Keberlanjutan (*Sustainability Instrument*)

Berbeda dengan pengabdian masyarakat pada umumnya, metode dalam penelitian ini menyertakan instrumen hukum dan kebijakan sebagai luaran akhir. Instrumen tersebut berupa nota kesepahaman (MoU) dan *policy brief* mengenai strategi digitalisasi desa. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa perubahan yang telah diinisiasi memiliki landasan institusional yang kuat dan dapat diteruskan oleh Pemerintah Desa Teluk secara mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dekonstruksi Model Pemasaran Konvensional dan Inisiasi *Digital Branding*

Langkah awal dari intervensi pengabdian ini dimulai dengan melakukan dekonstruksi terhadap pola pemasaran eksisting yang masih bersifat konvensional dan pasif. Masyarakat Desa Teluk, khususnya pelaku UMKM, selama ini terjebak dalam ekosistem ekonomi yang mengandalkan kunjungan fisik wisatawan dan sistem tengkulak. Rendahnya perluasan pasar digital disebabkan karena tidak adanya identitas visual produk di ruang siber, padahal pelaku UMKM Desa Teluk memiliki banyak produk unggulan lokal yang potensial. Oleh karena itu, strategi utama yang diterapkan adalah

penguatan *digital branding* dengan mengubah nilai visual melalui teknik fotografi produk komersial, pembuatan logo yang representatif, serta penyusunan narasi promosi (*copywriting*) yang menonjolkan keunikan lokal pesisir. Melalui intervensi ini, produk olahan seperti otak-otak dan ikan asin tidak lagi dipandang sebagai komoditas mentah tanpa identitas, melainkan sebagai produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai tawar kompetitif bagi konsumen luar daerah.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing
Sumber: Tim PKM, 2026.

Implementasi Pendampingan Teknis UMKM

Pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan 15 unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi pilar ekonomi Desa Teluk. Fokus pendampingan mencakup digitalisasi katalog produk dan integrasi platform transaksi melalui WhatsApp Business dan Instagram. Transformasi ini bertujuan untuk memotong rantai distribusi yang terlalu panjang, sehingga pelaku UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen akhir (*Direct-to-Consumer*).

Tabel 1. Matriks Strategis Intervensi Digital UMKM Desa Teluk

No.	Klasifikasi Unit Usaha	Komoditasi Unggulan	Target Intervensi Digital	Status Output
1	Pengelolaan Ikan	Ikan Asin, Ikan Kering	Digital Branding dan Google Maps	Tersedia: Titik lokasi usaha pada Google Maps dan desain label kemasan baru yang lebih modern

2	Kuliner Siap Saji	Otak-otak, Bubur sop	Katalog digital dan media sosial	Tersedia: E-Katalog produk dan akun bisnis Instagram/WA untuk pemesanan langsung (<i>Direct Selling</i>).
3	Sektor Pariwisata	Kuliner Pasar Batako	Promosi konten kreatif	Tersedia: Konten video promosi (Reels/TikTok) dan optimalisasi portal informasi digital Desa Teluk.
4	Kerajinan lainnya	Servis Perahu, Pembuatan Perahu Baru	<i>Online presence & database jasa</i>	Tersedia: Profil digital penyedia jasa dan integrasi kontak ke dalam direktori bisnis desa.

Berdasarkan Tabel 1, intervensi digital dilakukan secara beragam menyesuaikan karakteristik masing-masing unit usaha. Pada klasifikasi pengolahan ikan, fokus utama adalah pada aksesibilitas lokasi usaha melalui Google Maps guna memudahkan tengkulak maupun wisatawan menemukan produsen secara langsung.

Sementara itu, pada sektor kuliner siap saji dan pariwisata, strategi dialihkan pada aspek *visual storytelling*. Peneliti bersama tim memfasilitasi pembuatan konten kreatif yang menonjolkan keunikan bubur sop dan otak-otak Teluk sebagai daya tarik utama wisata kuliner Pasar Batako. Khusus untuk sektor kerajinan jasa kelautan, digitalisasi difokuskan pada penguatan profil penyedia jasa guna memperluas jaringan konsumen bagi industri pembuatan perahu yang merupakan identitas kuat dari Desa Teluk.



Gambar 2. Pendampingan UMKM
Sumber: Tim PKM, 2026.



Gambar 3. Pendampingan Pemanfaatan Teknologi Digital pada UMKM
Sumber: Tim PKM, 2026.

Sinergi Kelembagaan dan Optimalisasi Aset Digital Desa

Kapabilitas sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan ekosistem digital di tingkat desa. Tim pengabdian memfokuskan penguatan kapasitas pada elemen pemuda desa yang tergabung dalam Karang Taruna sebagai agen perubahan digital. Kolaborasi ini diarahkan pada pengelolaan portal informasi resmi desa yang mengintegrasikan potensi wisata kuliner Pasar Batako dengan promosi UMKM secara kolektif.

Narasi yang dibangun pada akun media sosial desa tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dengan memanfaatkan tren konten video pendek pada platform TikTok dan Instagram. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan interaksi publik dan membangun citra Desa Teluk sebagai destinasi wisata kuliner yang modern dan terorganisir. Melalui langkah ini, aset digital desa bertransformasi menjadi modal sosial ekonomi yang mampu menggerakkan roda perekonomian lokal secara mandiri.

Advokasi Kebijakan Melalui Perumusan *Policy Brief*

Sebagai puncak dari kontribusi akademik, naskah ini menekankan pentingnya dukungan kebijakan melalui penyerahan *policy brief* kepada Kepala Desa Teluk, Bapak Sopian Hadi. Rekomendasi strategis yang diajukan mencakup pembentukan Unit

Pengelola Digital Desa (UPDD) sebagai lembaga teknis yang bertanggung jawab mengawal keberlanjutan infrastruktur digital.

Dokumen *policy brief* ini menjadi rujukan bagi pemerintah desa dalam menyusun alokasi anggaran dan regulasi yang mendukung ekonomi kreatif. Serah terima dokumen ini, yang diperkuat dengan draf nota kesepahaman (MoU) antara STISIP Banten Raya dan Pemerintah Desa Teluk, menandai komitmen formal untuk menjaga sinergi antara dunia akademisi dan praktik tata kelola desa. Langkah advokasi ini memastikan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan tidak hanya meninggalkan kesan seremonial, tetapi memberikan dampak struktural pada kebijakan desa.



Gambar 4. Penyerahan Policy Brief kepada Pemerintah Desa Teluk
Sumber: Tim PKM, 2026.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui model transformasi digital di Desa Teluk telah berhasil meletakkan fondasi ekonomi kreatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Strategi intervensi yang dilakukan menunjukkan bahwa akselerasi digital bagi UMKM pesisir tidak cukup hanya melalui penyediaan perangkat teknis, melainkan dapat mengubah identitas visual (*branding*) dan perluasan akses pasar melalui ekosistem digital yang terintegrasi. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa sinergi antara akademisi dan pemerintah desa sangat penting untuk memecahkan kesenjangan digital yang selama ini menghambat pertumbuhan ekonomi lokal.

Keberhasilan program ini didasarkan pada perubahan pola pikir masyarakat yang mulai memandang bahwa media sosial dapat berguna untuk mengembangkan usaha mereka, bukan sekadar alat komunikasi personal. Melalui pembuatan e-katalog dan optimalisasi lokasi Google Maps, UMKM Desa Teluk kini memiliki identitas digital yang mempermudah konektivitas dengan konsumen lintas wilayah. Hal ini memberikan dampak pada peningkatan transparansi informasi produk dan efisiensi rantai distribusi yang sebelumnya sangat bergantung pada pihak ketiga atau tengkulak.

Selain aspek teknis, pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam dimensi kebijakan publik di tingkat desa. Penyerahan dokumen *policy brief* dan draf nota kesepahaman (MoU) dilakukan untuk memastikan bahwa inovasi digital tidak berhenti saat masa pendampingan berakhir. Transformasi ini telah berkembang dari sekadar kegiatan mahasiswa menjadi rekomendasi manajemen strategis, sebagai peta jalan bagi Pemerintah Desa Teluk untuk mengelola potensi wisata kuliner Pasar Batako dan produk unggulan desa secara profesional dan berkelanjutan.



Gambar 5. Tim PKM beserta Pelaku UMKM Desa Teluk
Sumber: Tim PKM, 2026.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Teluk, para pelaku UMKM, serta Karang Taruna Desa Teluk Kecamatan Labuan Kabupaten Pandeglang yang telah memberikan kesempatan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada

masyarakat di Desa Teluk. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Banten Raya yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada narasumber yang telah bersedia berbagi ilmu dan wawasan, serta kepada mahasiswa KKM kelompok 7 atas partisipasi dan kerja samanya dalam menyukkseskan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). *The Action Research Planner*. Victoria: Deakin University Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Ed. Pearson Education.
- Masitoh, Gustina, Yadi, Miftakhur Rohmah, Debi Carolina, dan Afifah Azmiyati. (2025). Tren dan Tantangan Transformasi Digital pada UMKM: Systematic Literatur Review. *Jurnal Ilmiah Komputer Akuntansi*, 18 (2), 466-472.
- Sugiyatno, dkk. (2026). Policy Brief: Strategi Transformasi Digital Ekonomi Kreatif Desa Teluk. Pandeglang: STISIP Banten Raya.
- Tim KKM Kelompok 7. (2026). Laporan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Desa Teluk. Pandeglang: LPPM STISIP Banten Raya.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.