

PERCEPATAN TRANSFORMASI DIGITAL DI DESA NAGARAWANGI, KECAMATAN RANCAKALONG SEBAGAI UPAYA PROMOSI PEMAJUAN KEBUDAYAAN DESA

Dian Ekawati*, Ani Rachmat, Susi Yuliawati, Waway Tiswaya dan Agus S Suryadimulya

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran

*E-mail Korespondensi: d.ekawati@unpad.ac.id

ABSTRAK. Saat ini kita berada pada periode yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. Transformasi digital ini secara radikal mengubah struktur industri akibat penyebaran teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, cloud computing, virtual reality, augmented reality dan lain-lain. Di antara industri ini, turisme merupakan salah satu yang menempati urutan penting dalam percepatan transformasi digital. Perkembangan ini telah menyebar sampai ke desa-desa. Program Pengabdian pada Masyarakat (PPM) „Unpad Bermanfaat“ ini bertujuan untuk mendukung proses digitalisasi sebagai sarana promosi kemajuan pariwisata budaya di Desa Nagarawangi, Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang. Permasalahan yang muncul dalam proses ini antara lain dalam hal biaya, SDM, dan kesiapan aparat dalam mewujudkannya. Dengan mengaplikasikan metode ABCD yang digagas oleh John McKnight dan Jody Kretzman yang menitikberatkan pada aset-aset yang ada di lapangan, program ini melakukan survei, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan optimalisasi digital, dan pelatihan pemasaran digital. Hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan antusiasme masyarakat desa serta pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform digital dalam mempromosikan potensi wisata dan produk lokal. Potensi wisata utama yang teridentifikasi adalah wisata budaya, khususnya kesenian Tarawangsa di Kampung Adat Cijere yang telah menarik wisatawan mancanegara. Namun demikian, promosi digital masih terbatas sehingga diperlukan strategi digitalisasi yang hemat biaya dan mengoptimalkan sumber daya masyarakat yang sudah ada.

Kata kunci: transformasi digital; promosi; kemajuan; kebudayaan desa

ABSTRACT. We are currently in a period that is highly influenced by digital technology. This digital transformation is radically changing the industrial structure due to the spread of technologies such as artificial intelligence, big data, cloud computing, virtual reality, augmented reality and others. Among these industries, tourism is one that occupies an important position in accelerating digital transformation. This development has spread to the villages. This community service program (PPM) „Unpad Bermanfaat“ aims to support the digitalization process as a means of promoting the advancement of cultural tourism in Nagarawangi Village, Rancakalong District, Sumedang Regency. Problems that arise in this process include costs, human resources and the readiness of the authorities to make it happen. By applying the ABCD method initiated by John McKnight and Jody Kretzman which focuses on assets in the field, this program conducted surveys, Focus Group Discussions (FGD), digital optimization training, and digital marketing training. The results of this activity showed increased awareness and enthusiasm of village communities and SMEs to utilize digital platforms for promoting tourism potential and local products. The main tourism potential identified is cultural tourism, particularly the Tarawangsa traditional art in Kampung Adat Cijere, which has attracted international tourists. However, digital promotion is still limited, requiring strategic digitalization that is cost-effective and optimizes existing community resources.

Keywords: digital transformation; promotion; advancement; rural culture

PENDAHULUAN

Era transformasi digital telah mengubah lanskap industri pariwisata secara fundamental. Menurut Gutierrez et al. (2025), transformasi digital dalam pariwisata menciptakan kombinasi baru yang memungkinkan inovasi berkelanjutan dan efisiensi operasional. Perkembangan teknologi digital seperti kecerdasan buatan, *big data*, *cloud computing*, *virtual reality*, dan *augmented reality* tidak hanya mengubah cara wisatawan merencanakan dan mengalami perjalanan, tetapi juga membuka peluang baru bagi destinasi wisata pedesaan untuk mempromosikan diri secara global.

Sejak tahun 2023, Universitas Padjadjaran mengadakan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM) secara kolosal dengan tema besar “Unpad Bermanfaat” yang dilaksanakan selama tiga tahun

sampai tahun 2026. Program ini melibatkan seluruh fakultas untuk menggerakkan tenaga pendidik dalam memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat, dengan harapan kebermanfaatn kegiatan PPM ini lebih terasa dan berkesinambungan. Pemilihan lokasi kegiatan PPM yang dekat dengan kampus Unpad, yaitu di sekitar wilayah Kabupaten Bandung dan Kabupaten Sumedang, memungkinkan monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan.

Selain itu, kegiatan PPM ini juga diintegrasikan dengan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Padjadjaran. Dengan diintegrasikannya kegiatan PPM dan KKN memungkinkan dampak dari kegiatan ini dapat semakin luas dirasakan masyarakat, sekaligus juga menjadi sarana belajar mahasiswa di luar kampus. KKN terintegrasi ini dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2024 dan Januari-Februari 2025 dengan peserta dari

beragam fakultas yang terkait dengan tema PPM ini. Mereka berasal dari Fakultas Ilmu Budaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan jurusan bisnis digital, Fakultas Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Hukum.

Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Padjadjaran turut serta dalam kegiatan ini dengan mengambil subtema „Ekonomi Kreatif dan Perubahan Sosial Budaya“. Lokasi yang dijadikan tempat pelaksanaan kegiatan meliputi Kabupaten Sumedang dengan cakupan Kecamatan Cindulang, Kecamatan Jatinangor, Kecamatan Rancakalong, Kecamatan Sumedang Selatan, dan Kecamatan Tomo. Model desa yang diharapkan dari pelaksanaan hasil kegiatan berupa desa dengan Model Pembangunan Sosial-Ekonomi, Desa Wisata Berbasis Budaya Lokal, Model Pembangunan Sosial-Ekonomi Desa berbasis Pesantren, dan Model Desa Literasi Budaya Lokal.

Transformasi digital di sektor pariwisata pedesaan menghadapi tantangan yang kompleks. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa digitalisasi berdampak pada ekonomi berkelanjutan, mencakup manfaat ekonomi dalam pengembangan produk wisata, konsumsi wisata, dan pengembangan industri (Jiang, et al., 2023). Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, keterampilan teknis yang tidak memadai, dan masalah keamanan data (Purnomo, dkk., 2024).

Desa Nagawangi di Kecamatan Rancakalong dipilih sebagai fokus kegiatan PPM karena memiliki potensi wisata budaya yang unik namun belum dioptimalkan secara digital. Hasil survei awal menunjukkan bahwa kecamatan ini belum memiliki konten-konten digital yang dapat diakses dengan cepat dan luas untuk mempromosikan potensi wisata dan ekonomi yang ada. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa transformasi digital menghadapi tantangan seperti kesenjangan digital antara daerah perkotaan dan pedesaan, kekhawatiran privasi data, dan kebutuhan untuk peningkatan teknologi yang berkelanjutan (Isma, dkk, 2025).

Rancakalong terletak di Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat, dengan luas wilayah 5270 km² yang terdiri atas 10 desa: Cibunar, Cibungur, Nagawangi, Pamekaran, Pangedegan, Pasirbiru, Rancakalong, Sukahayu, Sukamaju, dan Sukasirna. Jumlah populasi mencapai 59.000 jiwa dengan sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian. Sektor pertanian didukung oleh lahan yang subur dengan produk utama berupa padi, kopi, jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang tanah, dan berbagai jenis buah-buahan serta sayuran.

Dalam bidang seni budaya, Desa Nagawangi masih mempertahankan berbagai jenis kesenian tradisional Sunda seperti wayang, calung, kuda

renggong, kecapi suling, seni beluk, dan Tarawangsa. Kesenian Tarawangsa di Kampung Adat Cijere menjadi daya tarik utama yang bahkan telah menarik wisatawan mancanegara dari Polandia dan Inggris. Ironisnya, wisatawan asing tersebut mengetahui informasi tentang kesenian Tarawangsa bukan dari publikasi yang dibuat oleh masyarakat desa, tetapi dari dokumen yang ada di Belanda, menunjukkan pentingnya digitalisasi untuk promosi budaya lokal.

Fenomena ini menunjukkan urgensi pengembangan platform digital untuk mempromosikan warisan budaya takbenda yang harus terus dilestarikan. Media sosial, yang didefinisikan oleh Kaplan & Haenlein (2010) sebagai „sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna“, telah menjadi kebutuhan penting dalam era digital ini.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan PPM ini adalah *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang digagas oleh John McKnight dan Jody Kretzman (ABCD Institute, 2017). Metode ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Desa Nagawangi memiliki banyak aset yang layak untuk dikembangkan, seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, dan kekayaan budaya. ABCD merupakan pendekatan yang memberdayakan dan mengembangkan masyarakat berdasarkan kekuatan aset yang dimiliki, dengan menekankan kemandirian masyarakat dan terbangunnya tatanan dengan keaktifan warga sebagai penentu pembangunan.

Selain itu, digunakan juga metode pelatihan, karena dalam kegiatan PPM ini kami sebagai dosen pelaksana PPM dibantu oleh mahasiswa Universitas Padjadjaran sebagai peserta KKN integratif terlibat aktif dalam: a) memberikan penyuluhan tentang substansi kegiatan yaitu tentang pemasaran digital; kemudian diikuti dengan b) demonstrasi penggunaan aplikasi dan media sosial yang digunakan untuk pemasaran digital.

Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan PPM ini juga mengikuti proses *discover, design, define, reflect*, yaitu:

1. Discover (Penemuan)

Tahap ini bertujuan mengungkapkan informasi dalam bentuk identifikasi aset yang ada di Desa Nagawangi, meliputi:

- Survei lapangan (28 Juli 2023)
- Observasi lapangan dan pengumpulan data potensi wisata (4 Agustus 2023)

- Identifikasi lingkungan alam sekitar, sumber daya manusia, dan budaya.

2. Design (Perancangan)

Pada tahap ini perencanaan dilakukan secara matang melalui:

- Koordinasi dengan pihak-pihak terkait seperti aparat desa
- Koordinasi dengan pemuda yang tergabung dalam karang taruna
- Rapat persiapan *Focus Group Discussion*,
- Perencanaan program pelatihan pemasaran digital,
- Pendataan dan pemetaan masalah yang terkait dengan pemasaran digital bidang ekonomi dan pariwisata oleh mahasiswa KKN.

3. Define (Penetapan)

Secara garis besar kegiatan pengabdian ini meliputi:

- *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menggali potensi pariwisata (26 Agustus 2023)
- Pelatihan optimalisasi digital (Maret 2024)
- Pelatihan pemasaran digital (2024)
- Merancang strategi promosi digital sebagai sarana promosi ekonomi dan pariwisata desa.

4. Reflect (Refleksi)

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana usaha penguatan transformasi digital di bidang ekonomi dan budaya ini dapat memberi manfaat dan dampak dalam masyarakat melalui evaluasi hasil kegiatan dan dokumentasi berupa feature news yang diberikan kepada Desa Nagawangi dan diunggah di platform media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Pariwisata dan Tantangan Digital

Berdasarkan hasil survei pada tanggal 4 Agustus 2023 dan FGD pada tanggal 26 Agustus 2023, dapat diidentifikasi bahwa potensi pariwisata utama Desa Nagawangi adalah pariwisata budaya. Kampung Adat Cijere di Desa Nagawangi menjadi pusat kesenian Tarawangsa yang merupakan bagian integral dari adat istiadat masyarakat setempat dan masih dilaksanakan hingga saat ini.

Fakta menarik yang ditemukan adalah bahwa wisatawan mancanegara dari Polandia dan Inggris telah mendatangi Desa Nagawangi karena tertarik dengan kesenian Tarawangsa. Namun, mereka memperoleh informasi tersebut bukan dari publikasi digital yang dibuat oleh masyarakat desa, melainkan dari dokumen historis yang tersimpan di Belanda.

Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan digital yang signifikan dalam promosi budaya lokal.

Selain potensi wisata budaya, hasil survei juga mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan. Produk perkebunan yang sudah berkembang adalah „Kopi Boehoen“, sementara gula aren atau gula kawung memiliki potensi tinggi namun belum dikembangkan optimal. Pohon nira sebagai bahan baku gula aren banyak ditemukan di tanah kas desa seluas 20 hektar, menunjukkan potensi ekonomi yang besar.

Pemetaan UMKM dan Potensi Digital

Pemetaan yang dilakukan pada bulan Juli 2024 dengan melibatkan mahasiswa KKN terintegrasi Unpad menghasilkan temuan bahwa Desa Nagawangi memiliki UMKM-UMKM potensial yang dapat mendukung pengembangan desa wisata ekonomi. UMKM-UMKM tersebut bergerak di bidang:

- Pembuatan meubel
- Pembuatan tempe
- Olahan pisang
- Produksi gula aren
- Kerajinan tangan
- Pemanfaatan ijuk
- Produksi kopi „Boehoen“



Gambar 1. UMKM Kopi „Boehoen“ Desa Nagawangi



Gambar 2: UMKM Meubel di Desa Nagawangi

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% dari PDB dan menyediakan lapangan kerja bagi lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Namun, mayoritas penggiat UMKM di Desa Nagawangi belum sepenuhnya menggunakan teknologi dan internet untuk pengembangan bisnis mereka.

Tantangan Transformasi Digital

Berdasarkan hasil FGD dan observasi lapangan, beberapa kendala pengembangan pariwisata digital di Desa Nagawangi yang teridentifikasi meliputi:

- 1. Kurang terpeliharanya infrastruktur budaya:** Rumah adat belum terpelihara dengan baik dan pertunjukan kesenian Tarawangsa belum terjadwal secara rutin untuk menarik minat wisatawan.
- 2. Keterbatasan kemasan produk:** Pengemasan produk kopi yang masih perlu ditingkatkan agar menarik lebih banyak konsumen dan layak untuk pasar digital.
- 3. Keterbatasan SDM:** Sedikitnya jumlah pengrajin gula aren dan rendahnya minat masyarakat desa untuk mengembangkan produk ini.
- 4. Keterbatasan destinasi wisata alam:** Tidak adanya wisata alam yang dapat dikembangkan sebagai destinasi pariwisata alternatif.
- 5. Ketiadaan promosi digital:** Belum adanya promosi digital yang sistematis untuk memasarkan produk-produk pariwisata dan hasil pertanian/perkebunan.
- 6. Masyarakat belum sepenuhnya terbiasa dengan teknologi digital:** kehidupan sehari-hari masyarakat Desa Nagawangi kebanyakan masih dilakukan secara konvensional
- 7. Kesenjangan Literasi Digital:** masih besarnya kesenjangan pemahaman dan penggunaan literasi digital pada masyarakat Desa Nagawangi.



Gambar 2. Focus Group Discussion dengan Karang Taruna Desa Nagawangi

Tantangan-tantangan ini sejalan dengan temuan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa transformasi digital di UMKM Indonesia menghadapi sumber daya terbatas, keterampilan teknis yang tidak memadai, dan isu keamanan data (Purnomo,

dkk., 2024). Selain itu, digitalisasi juga menghadapi tantangan seperti sentralisasi pasar, bias algoritma, ketimpangan ekonomi, risiko privasi data, dan aksesibilitas yang tidak merata, terutama berdampak pada UMKM (MDPI Sustainability, 2025).

Implementasi Program Pelatihan Digital

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim PPM mengimplementasikan program pelatihan digital yang terdiri dari:

1. Pelatihan Optimalisasi Digital

Program pelatihan optimalisasi digital dilaksanakan pada Maret 2024 dengan fokus pada pengenalan platform digital yang mudah digunakan dan tidak berbayar. Pelatihan ini dirancang khusus untuk mengatasi keterbatasan sumber dana dan sumber daya di Desa Nagawangi. Materi pelatihan meliputi:

- Penggunaan media sosial untuk promosi (Facebook, Instagram, WhatsApp Business)
- Pembuatan konten visual yang menarik
- Strategi digital marketing dengan biaya rendah
- Optimalisasi mesin pencari (SEO) dasar



Gambar 3. Pelatihan Optimalisasi Digital Desa Nagawangi

2. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan kedua fokus pada implementasi strategi pemasaran digital melalui berbagai aplikasi dan platform. Peserta pelatihan terdiri dari wakil UMKM di Desa Nagawangi yang menunjukkan antusiasme tinggi untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka.



Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Digital Desa Nagawangi

Hasil Program Transformasi Digital

Berdasarkan hasil pemetaan masalah, FGD, dan pelatihan terpadu, diketahui bahwa proses

digitalisasi di Desa Nagarawangi sudah dimulai tetapi masih menemui kendala terkait pembiayaan dan sumber daya manusia. Program ini berhasil menciptakan strategi digitalisasi yang hemat biaya dan dapat mengoptimalkan sumber daya masyarakat yang sudah ada.

1. Peningkatan Kesadaran Digital

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kesadaran dan antusiasme yang signifikan dari peserta. Pada pelatihan awal tentang optimalisasi digital dan pemasaran digital tahun 2024 yang dihadiri oleh wakil UMKM dan Karang Taruna, diketahui bahwa mereka belum mengetahui platform-platform digital bebas tak berbayar yang dapat mereka gunakan untuk memasarkan produk UMKM mereka. Berbagi pengalaman dengan para mahasiswa dan pelaku bisnis yang sudah menggunakan pemasaran digital secara penuh juga menambah motivasi mereka. Hal ini terbukti saat pelatihan dan diskusi tentang pemasaran digital lanjutan, serta hasil survey mahasiswa KKN di bulan Januari 2025 para wakil UMKM di Desa Nagarawangi mulai memahami pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar dan sudah mulai melakukan pemasaran secara digital.

2. Implementasi Platform Digital

Peserta pelatihan mulai mengimplementasikan penggunaan platform digital untuk promosi produk, termasuk:

- Pembuatan akun bisnis di media sosial
- Penggunaan WhatsApp Business untuk komunikasi dengan pelanggan
- Pembuatan konten promosi produk lokal

3. Pengembangan Konten Digital

Program ini menghasilkan berbagai konten digital untuk mempromosikan potensi Desa Nagarawangi, termasuk:

- *Feature News* Video tentang potensi Desa Nagarawangi
- Dokumentasi kesenian Tarawangsa
- Promosi produk UMKM lokal
- Video profil dan promosi wisata Desa Nagarawangi

Implikasi untuk Proses Pemasaran Digital dan Pengembangan Desa Wisata

Transformasi digital di Desa Nagarawangi memiliki implikasi strategis untuk pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian terbaru, bahwa *digital cultural tourism* merupakan bagian penting dari ekonomi digital yang dapat mempromosikan revitalisasi

pedesaan dan membantu mencapai pembangunan pariwisata pedesaan berkualitas tinggi (Chengcai, et al., 2024).

Platform komunikasi online yang diperkenalkan dalam program ini memungkinkan semua pemangku kebijakan pedesaan untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi dan berkontribusi pada tata kelola digital pedesaan. Proses digitalisasi ini sejalan dengan konsep yang menekankan bahwa memasukkan wisata budaya digital ke dalam proses pembangunan akan menciptakan platform komunikasi online bagi semua stakeholder pedesaan (Chengcai, et al., 2024).

Pengembangan UMKM melalui transformasi digital juga mendukung terciptanya desa wisata ekonomi yang berkelanjutan. Dengan memadukan potensi wisata alam dan budaya serta promosi digital untuk produk-produk UMKM potensial, Desa Nagarawangi dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang mandiri dan berkelanjutan.

Tantangan dan Strategi Keberlanjutan

Meskipun program ini menunjukkan hasil positif, beberapa tantangan masih perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital:

1. Keterbatasan Infrastruktur Digital

Akses internet yang terbatas dan kualitas jaringan yang tidak stabil masih menjadi kendala dalam implementasi strategi digital. Oleh karena itu, diperlukan koordinasi dengan pemerintah daerah Kabupaten Sumedang dan pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk peningkatan dan pemerataan infrastruktur digital.

2. Kapasitas SDM

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola *platform* digital perlu dilakukan secara berkelanjutan. Program pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis menjadi kebutuhan mendesak. Kerjasama dengan universitas melalui program pengabdian masyarakat dan kuliah kerja nyata dapat menjadi alternatif kerjasama berupa pelatihan dan pendampingan pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Perlu adanya sinergi antara pelaku UMKM dan perangkat desa yang bukan *digital native* dengan generasi muda yang lebih melek digital untuk menjembatani kesenjangan digital pada masyarakat Desa Nagarawangi.

3. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program transformasi digital ini, diperlukan pembentukan tim lokal yang dapat melanjutkan pendampingan dan pengembangan digital di tingkat desa.

4. Integrasi dengan Kebijakan Pemerintah

Integrasi program transformasi digital dengan kebijakan pengembangan desa wisata di tingkat kabupaten dan provinsi diperlukan untuk mendukung skalabilitas program.

SIMPULAN

Program Pengabdian pada Masyarakat „Percepatan Transformasi Digital di Desa Nagawangi, Kecamatan Rancakalong“ telah berhasil mengidentifikasi potensi wisata budaya dan ekonomi kreatif yang signifikan. Kesenian Tarawangsa di Kampung Adat Cijere dan berbagai produk UMKM lokal seperti Kopi Boehoen dan gula aren menjadi aset utama yang dapat dikembangkan melalui digitalisasi. Implementasi metode ABCD terbukti efektif dalam mengidentifikasi aset lokal dan mengembangkan strategi transformasi digital yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan masyarakat. Pelatihan optimalisasi digital dan pemasaran digital yang dilaksanakan menunjukkan peningkatan kesadaran dan antusiasme masyarakat untuk mengadopsi teknologi digital dalam promosi wisata dan produk lokal.

Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur digital, kapasitas SDM, dan keberlanjutan program. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan strategi jangka panjang yang melibatkan kerjasama antara akademisi, masyarakat, dan pemerintah daerah dalam mengembangkan desa wisata digital yang berkelanjutan.

Program ini memberikan kontribusi penting dalam mendukung pengembangan desa wisata berbasis budaya lokal dan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan teknologi digital yang tepat guna dan berkelanjutan. Dengan optimalisasi potensi yang ada dan penguatan kapasitas digital masyarakat, Desa Nagawangi memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata mandiri yang dapat bersaing di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PPM mengucapkan terima kasih kepada Universitas Padjadjaran melalui program “Unpad Bermanfaat” yang telah memberikan dukungan pendanaan untuk kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, kepada Fakultas Ilmu Budaya untuk fasilitasnya, dan kepada mahasiswa KKN terintegrasi “Unpad Bermanfaat” bulan Juli 2024 dan Januari 2025. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Nagawangi, Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang yang telah

memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan program. Tidak lupa, apresiasi tinggi disampaikan kepada masyarakat Desa Nagawangi, khususnya para pelaku UMKM dan anggota Karang Taruna yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan program transformasi digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- ABCD Institute. (2017). *Asset-Based Community Development*. Northwestern University.
- Chen, X., Li, L., & Ling, X. (2024). Research on driving factors of digital innovation in the tourism industry. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241304537>
- Chengcai, T., Lingyi, S., Limei, L., and Jianghai, M. (2024). The Model and Path for Digital Cultural Tourism to Promote Rural Revitalization. *Journal of Resources and Ecology*, 15(3): 528-540. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2024.03.002>
- Gutierriz, I., Ferreira, J. J., & Fernandes, P. O. (2025). Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality Research*, 25(2), 194-213. <https://doi.org/10.1177/14673584231198414>
- Isma, Y.S., Kardiati, D., Muslem, Fadhillah, S.K., KN. Jamiati., Akmal, F., Chairunnisak, S. (2025). Transformasi Digital Sebagai Instrumen untuk Memperluas Aksesibilitas Layanan Publik. *Journal of Administrative and Social Science*, 6(2), 66-77. DOI: <https://doi.org/10.55606/jass.v6i2.1891>
- Jiang, C., & Phoong, S. W. (2023). A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022). *Humanities and Social Sciences Communications*, 4(1). <https://www.nature.com/articles/s41599-023-02150-7>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Statistik UMKM Indonesia 2020*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Li, Y., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A

- systematic literature review. *Heliyon*, 10(4):e25627 doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e2562.
- Margatan, K. (2025). Building sustainable tourism: The adaptation of digital transformation on travel agencies and impact on economic growth. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting*, 6(1). 358-366. <https://dinastipub.org/DIJEFA/issue/view/142>
- McKnight, J., & Kretzmann, J. (2017). *Asset-Based Community Development*. ABCD Institute.
- Purnomo, S., Nurmalitasari, Nurchim. (2024). Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 301-312. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/jmdb/article/view/1121/375>
- Romario, R., Prasetyaningtyas, S., et al. (2024). Challenges and solutions for digital transformation of SMEs: A human resource development perspective. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 5(1), 24-35.
- UN Tourism. (2024). *Best Tourism Villages 2024: 55 Rural Communities Shaping the Future of Sustainable Travel*. UN Tourism Publications. <https://www.unwto.org/e?furriel=2072ef2621e20b204839750c4d4285b32ee96a5b&page=23>
- van Nuenen, T., & Scarles, C. (2021). Advancements in technology and digital media in tourism. *Tourist Studies*, 21(1), 119-132. <https://doi.org/10.1177/1468797621990410>
- Wang, L., et al. (2024). The model and path for digital cultural tourism to promote rural revitalization. *Journal of Resources and Ecology*, 15(3), 485-498. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2024.03.002>
- Zeqiri, A., Ben Youssef, A., Zahar, T.M. (2025). The role of digital tourism platforms in advancing sustainable development goals in the Industry 4.0 era. *Sustainability*, 17(8), 3482. <https://doi.org/10.3390/su17083482>
- Zhao, T., & Jones-Evans, D. (2017). SMEs, banks and the spatial differentiation of access to finance. *Journal of Economic Geography*, 17(4), 791-824. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbw029>