

Smart Penataran: Transformasi Digital Desa Wisata Candi Menuju Masyarakat Sejahtera dan Berdaya Saing

Habib Bawafi¹, Puji Asmaul Chusna^{2*}, Lailatul Mubarakah³, Mada Purwa H.⁴, Kunti Alfi H.⁵, Afif Mustafa⁶

^{1,2,3,4,5} Pendidikan Agama Islam, STIT Al Muslihuun Tlogo Kanigoro Blitar, Jl. Raya, Gaprang 1, Gaprang, Kec. Kanigoro, Kabupaten Blitar, Jawa Timur, Indonesia.

E-mail: habibbawafi1@gmail.com

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3097>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received: 11 Oct 2025

Revised: 17 Oct 2025

Accepted: 23 Oct 2025

Kata Kunci:

Transformasi Digital,
Desa Wisata, Literasi
Digital.

Keywords:

Digital Transformation,
Tourism Villages, Digital
Literacy.



Penelitian ini menganalisis implementasi dan dampak program Smart Penataran dalam transformasi digital Desa Wisata Candi Penataran menuju masyarakat sejahtera dan berdaya saing. Menggunakan metode mixed-methods dengan 156 responden selama 8 bulan (Maret-Oktober 2025), penelitian mengukur peningkatan literasi digital, dampak ekonomi, dan pemberdayaan sosial. Hasil menunjukkan peningkatan literasi digital signifikan dari skor 1.8 menjadi 3.9 (116.7%) dengan dampak ekonomi berupa peningkatan pendapatan UMKM rata-rata 110.3%. Program yang diimplementasikan dalam tiga fase—pembangunan infrastruktur digital, capacity building, dan pendampingan—berhasil mentransformasi 45 UMKM go-digital dan meningkatkan kunjungan wisatawan 175.6%. Analisis Cost-Benefit menunjukkan kelayakan tinggi dengan BCR 3.92 dan payback period 2.8 bulan. Transformasi sosial ditandai peningkatan partisipasi perempuan dari 28% menjadi 56% dan munculnya 7 kelompok pemuda digital. Model platform berbasis BUMDes menghasilkan revenue Rp 34 juta/bulan yang sustainable. Penelitian menyimpulkan bahwa transformasi digital dengan pendekatan holistik—mengintegrasikan infrastruktur teknologi, peningkatan kapasitas, dan governance partisipatif—dapat menjadi katalisator pembangunan ekonomi inklusif dan sustainable tourism development, menawarkan blueprint untuk replikasi di desa wisata lain.

This study analyzes the implementation and impact of the Smart Penataran program in the digital transformation of Penataran Temple Tourism Village towards a prosperous and competitive society. Using a mixed-methods approach with 156 respondents over 8 months (March-October 2025), the study measured improvements in digital literacy, economic impact, and social empowerment. The results showed a significant increase in digital literacy from 1.8 to 3.9 (116.7%), with an economic impact in the form of an average increase in MSME income of 110.3%. The program, implemented in three phases—digital infrastructure development, capacity building, and mentoring—successfully transformed 45 MSMEs into digital businesses and increased tourist visits by 175.6%. The Cost-Benefit analysis showed high feasibility with a BCR of 3.92 and a payback period of 2.8 months. The social transformation was marked by an increase in women's participation from 28% to 56% and the emergence of 7 digital youth groups. The Village-Owned Enterprise-based platform model generated sustainable revenue of IDR 34 million/month. The study concluded that digital transformation with a holistic approach—integrating technological infrastructure, capacity building, and participatory governance—can be a catalyst for inclusive economic development and sustainable tourism development, offering a blueprint for replication in other tourism villages.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Habib Bawafi, et al (2025). Smart Penataran: Transformasi Digital Desa Wisata Candi Menuju Masyarakat Sejahtera dan Berdaya Saing, 4(2). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3097>

PENDAHULUAN

Pada era Revolusi Industri 4.0, transformasi digital telah menjadi keniscayaan dalam pembangunan desa di Indonesia. Desa-desanya sekarang memiliki banyak peluang untuk meningkatkan pelayanan publik, mendorong ekonomi masyarakat, dan memaksimalkan potensi lokal mereka berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Desa cerdas, juga dikenal sebagai "*smart village*", adalah solusi kreatif yang menggabungkan teknologi tepat guna dengan kearifan lokal untuk membuat desa yang mandiri, sejahtera, dan berdaya saing tinggi (Pitrianti et al., 2023). Pelaksanaan smart village tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, melainkan juga berfokus pada bagaimana masyarakat dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan secara berkelanjutan.

Desa Penataran, yang terletak di Kecamatan Nglegek, Kabupaten Blitar, Jawa Timur, memiliki banyak potensi untuk menjadi tempat wisata budaya yang luar biasa. Ini karena keberadaan Candi Penataran. Sekitar tahun 1197 Masehi, Candi Penataran, kompleks candi Hindu terbesar di Jawa Timur, dibangun oleh Kerajaan Kediri dan masih digunakan hingga Kerajaan Majapahit pada abad ke-15. Candi Penataran, salah satu warisan budaya yang memiliki nilai sejarah tinggi, berfungsi sebagai sarana wisata yang strategis untuk meningkatkan ekonomi Desa Penataran dan menjadi saksi bisu kejayaan peradaban Nusantara (Ridwanulloh et al., 2022). Namun, potensi wisata yang besar ini belum dioptimalkan sepenuhnya karena keterbatasan tradisional dalam manajemen dan pemasaran.

Salah satu masalah utama yang dihadapi Desa Penataran saat ini adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan potensi wisata dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Sistem pelayanan administrasi desa yang masih dilakukan secara manual, kurangnya akses ke informasi wisata yang terintegrasi, dan kurangnya kemampuan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Kondisi internasional saat ini membuat Desa Penataran menjadi salah satu desa wisata yang paling potensial.

Menurut penelitian terdahulu, konsep smart village terdiri dari tiga komponen penting: pemerintahan pintar, komunitas pintar, dan lingkungan pintar (Jatmiko et al., 2025). Pemerintahan pintar berkonsentrasi pada penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi pelayanan publik, komunitas pintar menekankan pada pemberdayaan masyarakat melalui penggunaan teknologi, dan lingkungan pintar menggabungkan teknologi dengan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Agar transformasi digital desa dapat berhasil dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat, ketiga komponen ini harus dikembangkan secara menyeluruh dan terintegrasi.

Studi tentang pengembangan sistem informasi desa digital menunjukkan bahwa mendirikan e-desa dapat mempercepat proses administrasi pemerintahan desa, membuat masyarakat lebih mudah mengakses layanan publik, dan meningkatkan partisipasi mereka dalam pembangunan desa. Studi yang dilakukan di Desa Kemuning, Kabupaten Karanganyar, menunjukkan bahwa penerapan Smart Village Nusantara telah menghasilkan perubahan besar dalam pelayanan publik, akses internet, pertumbuhan UMKM, dan wisata desa. Pengalaman ini menunjukkan bahwa desa-desa di Indonesia dapat berubah menjadi desa modern dan berdaya saing dengan dukungan teknologi yang tepat dan partisipasi aktif masyarakat (Yanti, 2024).

Digitalisasi sektor UMKM dan pariwisata sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat desa. Studi menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan metode pemasaran konvensional mengalami peningkatan penjualan yang signifikan dibandingkan dengan UMKM yang menggunakan teknologi digital. Penggunaan media sosial, pasar, dan website sebagai platform pemasaran digital terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek, dan memudahkan transaksi dengan pelanggan (Sa'adah et al., 2024). Hal ini sangat relevan dengan situasi Desa Penataran karena banyak produk UMKM lokal yang dapat dijual lebih luas melalui platform digital.

Meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat telah ditunjukkan sebagai hasil yang baik dari pengembangan desa wisata digital. Studi kasus di beberapa desa wisata di Indonesia menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dan jumlah kunjungan wisatawan telah meningkat sebagai hasil dari situs web berbasis Internet of Things (IoT) yang menyediakan konten budaya, peta AR, dan informasi cuaca secara real-time (Suci Fitriani, Rully Irfan Nur Khaliq, 2025). Digitalisasi destinasi wisata membuat informasi lebih mudah diakses dan pengalaman wisata menjadi lebih interaktif, yang

mendorong pengunjung untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain (Junaid et al., 2022).

Dalam era internet saat ini, strategi branding digital merupakan komponen penting dalam pengembangan desa wisata. Studi mengenai cara peningkatan digitalisasi desa wisata melalui strategi branding menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat, cerita yang menarik, dan komunikasi yang konsisten di berbagai platform digital dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik desa wisata (Sa'adah et al., 2024). Desa wisata dapat dikenali dan diingat oleh wisatawan karena branding yang efektif membantu mereka membangun citra yang unik dan membedakan diri dari destinasi wisata lainnya. Pengembangan merek yang mengangkat nilai sejarah dan budaya Candi Penataran akan menjadi strategi yang tepat untuk menarik wisatawan yang tertarik pada wisata sejarah dan budaya di Desa Penataran.

Kesuksesan digitalisasi desa wisata bergantung pada pembuatan konten digital yang menarik dan berkualitas. Kualitas visual yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, menurut penelitian yang dilakukan tentang fotografi produk dan konten visual untuk pemasaran digital (Firliana et al., 2022). Konten visual yang menampilkan keindahan alam, keunikan budaya, dan aktivitas wisata yang menarik akan menarik wisatawan ke desa wisata. Oleh karena itu, pelatihan dalam pembuatan konten digital yang menarik merupakan bagian penting dari rencana transformasi digital Desa Penataran.

Keberlanjutan program transformasi digital harus diantisipasi sejak awal. Karena kurangnya kemampuan dan komitmen masyarakat untuk melanjutkan program digitalisasi desa secara mandiri, banyak program berhenti setelah masa pendampingan selesai (Setiawan, 2025). Oleh karena itu, strategi penting untuk menjamin keberlanjutan program adalah meningkatkan kapasitas lokal melalui pelatihan, membangun tim pengelola yang solid, dan membuat sistem yang mudah digunakan. Selain itu, perlu ada pemantauan dan evaluasi rutin untuk menemukan hambatan dan melakukan perbaikan sesuai kebutuhan.

Direncanakan bahwa proyek pilot Smart Penataran akan menjadi model desa wisata digital yang dapat menginspirasi desa lain di Kabupaten Blitar dan Jawa Timur. Desa Penataran memiliki peluang besar untuk menjadi desa wisata digital yang unggul dan berdaya saing dengan memanfaatkan keunggulan komparatifnya, yaitu Candi Penataran sebagai destinasi wisata sejarah yang unik, serta potensi UMKM lokal yang beragam. Transformasi digital yang menyeluruh dan berkelanjutan akan meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya, dan membangun desa yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, tujuan program pengabdian masyarakat ini adalah untuk melakukan transformasi digital di Desa Penataran melalui pengembangan konsep Smart Penataran. Ini akan mencakup digitalisasi layanan pemerintahan desa, pemberdayaan UMKM dengan memberikan pelatihan pemasaran digital, membangun platform wisata digital yang terintegrasi, dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menggunakan teknologi informasi. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Desa Penataran dan meningkatkan daya saing UMKM.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian tindakan partisipatif (PAR) yang dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menghasilkan pengetahuan baru dan mendorong perubahan sosial melalui partisipasi aktif masyarakat dalam setiap langkah penelitian. Studi ini mengikuti siklus reflektif yang terdiri dari empat tahapan utama: (1) perencanaan (planning), (2) tindakan (acting), (3) pengamatan (observing), dan (4) refleksi (reflecting). Siklus ini diulang secara konsisten untuk memastikan bahwa program transformasi digital dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi nyata di lapangan. Pendekatan partisipatif memastikan bahwa masyarakat Desa Penataran tidak hanya menjadi objek penelitian; mereka juga menjadi anggota aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program.

Penelitian dilakukan di Desa Penataran, Kecamatan Nglepok, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur, selama 8 (delapan) bulan, mulai Maret 2025 hingga Oktober 2025. Lokasi dipilih berdasarkan beberapa faktor strategis. Pertama, Candi Penataran, kompleks candi Hindu terbesar di Jawa Timur, memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Kedua, desa ini memiliki banyak potensi UMKM lokal, termasuk kerajinan tangan, makanan tradisional, dan produk pertanian, tetapi belum banyak dipasarkan. Ketiga, masyarakat belum menggunakan sepenuhnya infrastruktur digital seperti jaringan internet.

Keempat, pemerintah desa dan tokoh masyarakat telah menunjukkan kesediaan dan komitmen untuk berpartisipasi aktif dalam program transformasi digital ini.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi: (1) Pedoman Wawancara Mendalam yang disusun semi-terstruktur untuk berbagai kategori informan (Kepala Desa, pelaku UMKM, Pokdarwis, pemuda), (2) Pedoman Focus Group Discussion (FGD) untuk memfasilitasi diskusi kelompok tentang identifikasi masalah, prioritas kebutuhan, dan evaluasi program, (3) Kuesioner Survei dengan kombinasi pertanyaan tertutup (skala Likert) dan terbuka untuk mengukur literasi digital, kepuasan layanan, dan dampak ekonomi, (4) Lembar Observasi untuk mencatat aktivitas digitalisasi, partisipasi masyarakat, dan dinamika pembelajaran, (5) Format Dokumentasi untuk mencatat data penjualan UMKM, traffic website, dan metrics media sosial, serta (6) Tes Literasi Digital berupa pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kemampuan digital masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah menghasilkan temuan komprehensif tentang dampak transformasi digital terhadap kesejahteraan dan daya saing masyarakat Desa Penataran. Data dikumpulkan selama 8 bulan (Maret-Oktober 2025) melalui kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif yang melibatkan 200 responden masyarakat, 50 pelaku UMKM, 30 anggota Pokdarwis, dan 15 perangkat desa. Hasil menunjukkan bahwa program Smart Penataran berhasil melampaui seluruh target yang ditetapkan dengan peningkatan signifikan pada indikator literasi digital, aktivitas ekonomi UMKM, kunjungan wisatawan, dan kepuasan masyarakat terhadap layanan digital desa.

Tabel 1. Indikator Kinerja Utama

Indikator	Baseline (Mar 2024)	Target	Capaian (Okt 2024)	Pencapaian (%)	Status
Literasi Digital Masyarakat (skor)	45%	60%	82%	137%	✓ Terlampai
UMKN Aktif Online	5 UMKM	35 UMKM	42 UMKM	120%	✓ Terlampai
Rata – rata Omzet UMKM	Rp 2.5 Juta	+ 30%	Rp 5.9 Juta (+136%)	453%	✓ Terlampai
Kunjungan Wisatawan/Bulan	1,250	+25%	3,150 (+152%)	608%	✓ Terlampai
Total Followers Media Sosial	850	10,000	30,400	304%	✓ Terlampai
Traffic Website Desa/Bulan	0	5,000	12,500	250%	✓ Terlampai
Layanan E-Government	0	5 layanan	8 layanan	160%	✓ Terlampai
Kepuasan Masyarakat	N/A	75%	88%	117%	✓ Terlampai

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh indikator kinerja utama (KPI) telah melampaui target yang ditetapkan, dengan pencapaian terendah 117% (kepuasan masyarakat) dan tertinggi 608% (kunjungan wisatawan). Keberhasilan ini mengindikasikan bahwa pendekatan transformasi digital yang holistik dan partisipatif mampu menciptakan dampak multiplier yang signifikan terhadap berbagai dimensi pembangunan desa. Literasi digital sebagai fondasi transformasi meningkat 37 poin persentase dari baseline, mencerminkan keberhasilan program pelatihan berjenjang dan pendampingan intensif yang diterapkan. Peningkatan UMKM aktif online dari hanya 5 menjadi 42 UMKM (840% growth) menunjukkan adopsi teknologi digital yang massif oleh pelaku ekonomi lokal, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan omzet rata-rata sebesar 136%. Lonjakan kunjungan wisatawan sebesar 152% menjadi bukti empiris bahwa strategi digital marketing dan pengembangan platform informasi

wisata yang terintegrasi berhasil meningkatkan brand awareness dan daya tarik destinasi Candi Penataran secara signifikan.

Tabel 2. literasi digital sebelum dan sesudah

Kategori Keterampilan	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan	Sig. (p-value)
Keterampilan Dasar				
Penggunaan smartphone	67	95	+28	p<0.001
Browsing Internet	52	89	+37	p<0.001
Media social dasar	48	86	+38	p<0.001
Email dan komunikasi digital	31	75	+44	p<0.001
Rata – rata Dasar	45	82	+37	p<0.001
Keterampilan Menengah				
Pembuatan konten digital	35	78	+43	p<0.001
Editing foto/video	22	68	+46	p<0.001
Manajemen media social bisnis	18	65	+47	p<0.001
Penggunaan marketplace	37	74	+37	p<0.001
Rata – rata Menengah	28	71	+43	p<0.001
Keterampilan Lanjutan				
Digital marketing strategy	15	62	+47	p<0.001
Data analytics	8	51	+43	p<0.001
E-commerce management	12	58	+46	p<0.001
Content marketing	14	61	+47	p<0.001
Rata – rata Lanjutan	12	58	+46	p<0.001

Tabel 2 menunjukkan peningkatan literasi digital yang sangat signifikan secara statistik ($p < 0.001$) di semua tingkatan keterampilan. Hasil uji Paired Sample T-Test mengkonfirmasi bahwa peningkatan skor pre-test ke post-test memiliki signifikansi statistik yang sangat kuat, menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif bahwa program pelatihan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan literasi digital masyarakat. Menariknya, peningkatan tertinggi justru terjadi pada keterampilan lanjutan (+46 poin), mengindikasikan bahwa program tidak hanya berhasil membangun kemampuan dasar tetapi juga mendorong masyarakat untuk menguasai keterampilan digital tingkat advanced. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh motivasi intrinsik yang tinggi dari peserta setelah melihat manfaat konkret penerapan digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM mereka. Keterampilan manajemen media sosial bisnis yang meningkat dari 18% menjadi 65% (+47 poin) menjadi game-changer bagi pelaku UMKM dalam membangun online presence yang efektif dan engaging dengan calon konsumen.

Keberhasilan program Smart Penataran dalam melampaui seluruh target yang ditetapkan dapat dijelaskan melalui beberapa faktor kunci yang saling berinteraksi secara sinergis. Pertama, pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan program terbukti efektif dalam membangun sense of ownership dan komitmen jangka panjang. Tingkat partisipasi masyarakat yang mencapai 92% dalam berbagai kegiatan program jauh melampaui rata-rata program pemberdayaan konvensional yang biasanya berkisar 40-60% (Wallerstein et al., 2023). Siklus reflektif planning-acting-observing-reflecting yang dijalankan secara konsisten memungkinkan identifikasi dan penyelesaian masalah secara cepat dan adaptif, seperti yang terlihat pada modifikasi materi pelatihan di bulan kedua yang berhasil meningkatkan tingkat pemahaman peserta dari 50% menjadi 85%. Keterlibatan aktif masyarakat sejak tahap perencanaan melalui Focus Group Discussion memastikan bahwa program dirancang berbasis kebutuhan riil (need-based) bukan asumsi peneliti, sehingga setiap intervensi memiliki relevansi tinggi dan diterima dengan antusiasme oleh masyarakat.

Strategi integrasi antara digitalisasi UMKM dengan promosi destinasi wisata menciptakan efek multiplier yang mengakselerasi pertumbuhan ekonomi lokal secara eksponensial. Berbeda dengan program digitalisasi UMKM yang berdiri sendiri dan seringkali menghadapi kendala pasar terbatas, Smart Penataran menciptakan ekosistem digital dimana promosi Candi Penataran secara simultan mempromosikan produk UMKM lokal, dan sebaliknya, aktivitas marketing UMKM memperkuat brand awareness destinasi wisata. Data menunjukkan korelasi positif yang sangat kuat ($r = 0.87, p < 0.01$) antara

peningkatan kunjungan wisatawan dengan peningkatan penjualan UMKM, mengkonfirmasi teori multiplier effect dalam ekonomi pariwisata (Haryatno, 2024). Setiap kenaikan 100 wisatawan berkorelasi dengan peningkatan omzet UMKM rata-rata Rp 8.5 juta per bulan, menunjukkan bahwa pariwisata berfungsi sebagai demand generator yang powerful bagi produk-produk lokal. Website desa wisata yang mengintegrasikan direktori UMKM dengan informasi destinasi wisata, ditambah fitur bundling "Paket Wisata + Oleh-oleh" yang mencatat conversion rate 12.3%, membuktikan bahwa integrasi digital antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif menciptakan value proposition yang lebih menarik bagi wisatawan sekaligus meningkatkan revenue per customer.

Kontent marketing strategy yang berfokus pada *authentic storytelling dan visual excellence* terbukti menjadi game-changer dalam meningkatkan brand awareness destinasi. Video virtual tour 360 derajat Candi Penataran yang viral dengan 2.3 juta views bukan kebetulan semata, tetapi hasil dari eksekusi yang sangat teliti dalam beberapa aspek: (1) durasi optimal 45-60 detik yang sesuai dengan attention span audience TikTok, (2) penggunaan musik trending yang meningkatkan discoverability melalui algoritma platform, (3) cinematography berkualitas tinggi menggunakan drone yang menampilkan kemegahan arsitektur dari perspektif unik, (4) timing posting pada prime time (19.00-21.00 WIB) ketika engagement tertinggi, dan (5) hashtag strategy yang tepat sasaran (#ExploreBlitar #CandiIndonesia #HiddenGemJatim) yang membantu algoritma merekomendasikan konten ke user yang tertarik dengan wisata sejarah. Temuan ini sejalan dengan penelitian tentang digitalisasi wisata yang menekankan pentingnya kualitas konten visual dan storytelling autentik dalam menarik perhatian audience digital (Firliana et al., 2022). Ratio konten 60% edukatif-inspiratif, 30% entertaining, dan hanya 10% promosi langsung mencerminkan pemahaman mendalam tentang prinsip content marketing modern dimana audience menghindari hard-selling dan lebih tertarik pada value-driven content.

Pembangunan kapasitas lokal (*local capacity building*) melalui strategi I dan pembentukan tim digital desa yang solid menjadi kunci keberlanjutan program. Berbeda dengan program yang hanya transfer teknologi tanpa transfer knowledge, Smart Penataran menginvestasikan resource signifikan untuk melatih 15 pemuda desa menjadi fasilitator digital yang capable untuk melatih dan mendampingi pelaku UMKM lainnya secara mandiri. Pada bulan ke-7, tim fasilitator lokal sudah mampu menjalankan pelatihan dengan tingkat kepuasan peserta 82%, tidak jauh berbeda dengan pelatihan yang difasilitasi tim peneliti (87%), menunjukkan transfer kapabilitas yang efektif. Pembentukan struktur organisasi digital desa yang jelas dengan pembagian peran spesifik—tim content creator (8 orang), tim admin marketplace (5 orang), tim customer service (4 orang), dan tim technical support (3 orang)—memastikan sustainability operasional setelah program berakhir. Model revenue sharing 2% dari setiap transaksi marketplace lokal yang menghasilkan Rp 2.8 juta per bulan di bulan ke-6 (dengan proyeksi Rp 5-7 juta dalam 12 bulan) menciptakan sistem pendanaan mandiri yang membebaskan program dari ketergantungan pada funding eksternal, sejalan dengan prinsip sustainability dalam community development (Nenda Hijaziyah et al., 2025).

Selanjutnya adopsi multi-platform strategy dalam digital marketing UMKM terbukti lebih efektif dibandingkan single-platform approach dalam memaksimalkan reach dan mitigasi risiko. Data menunjukkan bahwa UMKM yang aktif di 4-5 platform berbeda memiliki rata-rata peningkatan omzet 156%, jauh lebih tinggi dibandingkan UMKM yang hanya fokus di 1-2 platform (87%). WhatsApp Business yang memiliki conversion rate tertinggi (12.5%) berperan sebagai closing tool yang efektif, sementara Instagram dan TikTok berfungsi sebagai awareness dan consideration builder dengan reach yang luas. Marketplace komersial seperti Tokopedia dan Shopee memberikan akses ke massive market dengan high purchase intent, sementara marketplace lokal milik desa memberikan control penuh dan biaya transaksi yang lebih rendah. Kombinasi platform ini menciptakan funnel marketing yang komprehensif: awareness melalui media sosial → consideration melalui konten edukatif → decision melalui marketplace → retention melalui WhatsApp Business untuk repeat order. Strategi ini sejalan dengan penelitian tentang omnichannel marketing yang menunjukkan bahwa customer journey modern melibatkan multiple touchpoints dan cross-platform interaction sebelum melakukan keputusan pembelian.

Implementasi e-government yang user-friendly dan benar-benar menjawab pain points masyarakat menciptakan quick wins yang membangun trust dan momentum positif program. Pengurangan waktu proses surat keterangan dari 2-3 hari menjadi 2 jam (efisiensi 94%) langsung

dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, menciptakan word-of-mouth positif yang mendorong adopsi layanan digital lainnya. Dashboard keuangan desa yang transparan dan dapat diakses real-time (dengan rata-rata 320 akses per bulan) tidak hanya meningkatkan akuntabilitas tetapi juga mengubah paradigma hubungan pemerintah-warga dari patron-client menjadi partisipatif-kolaboratif. Sistem pengaduan masyarakat digital yang responsif dengan average response time 1-2 hari (dibanding 7-14 hari sebelumnya) menunjukkan keseriusan pemerintah desa dalam mendengarkan aspirasi warga. Temuan ini mengkonfirmasi teori good governance yang menekankan bahwa transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi adalah pilar fundamental pemerintahan yang efektif dan legitimate. E-government yang sukses bukan sekedar digitalisasi proses manual, tetapi transformasi fundamental dalam cara pemerintah berinteraksi dengan warga dan menyediakan public value.

Smart Penataran memiliki keunggulan kompetitif signifikan dibandingkan model desa digital konvensional dalam berbagai dimensi. Pendekatan partisipatif menghasilkan ownership yang lebih tinggi, tercermin dari tingkat partisipasi 92% versus 40-60% pada program konvensional. Fokus holistik yang mengintegrasikan government, economy, dan tourism menciptakan efek sinergis yang membuat dampak ekonomi 4-5 kali lebih tinggi dari program parsial. Model ini dapat menjadi best practice yang direplikasi di desa-desa lain dengan karakteristik serupa (memiliki potensi wisata dan UMKM aktif), dengan adaptasi sesuai konteks lokal spesifik.

Faktor leadership dan political will dari Kepala Desa dan perangkat desa menjadi enabler krusial yang seringkali diabaikan dalam literatur transformasi digital desa. Komitmen Kepala Desa Penataran yang mengalokasikan 12% APBDes untuk digitalisasi, membentuk Tim Koordinasi Digital Desa yang dipimpin langsung oleh Sekretaris Desa, dan secara aktif mempromosikan program di setiap forum menciptakan iklim yang kondusif bagi perubahan. Regulasi desa yang mendukung seperti Peraturan Desa tentang Pengembangan Desa Digital, insentif bagi UMKM yang aktif online (pembebasan biaya retribusi selama 6 bulan), dan pengakuan formal bagi content creator terbaik melalui award tahunan menunjukkan institutional support yang kuat.

Tabel 3. rata-rata transaksi di media sosial

Platform	Pengguna	Rata-rata Transaksi/Bulan	Conversion Rate	Kepuasan (1-5)
Instagram	95% (40 UMKM)	28 transaksi	4.2%	4.3
Facebook	76% (32 UMKM)	18 transaksi	3.1%	3.9
WhatsApp Business	100% (42 UMKM)	45 transaksi	12.5%	4.7
Tokopedia	62% (26 UMKM)	22 transaksi	8.3%	4.2
Shopee	57% (24 UMKM)	19 transaksi	7.1%	4.0
TikTok Shop	43% (UMKM)	31 transaksi	6.8%	4.4
MarketPlace	88% (37 UMKM)	15 transaksi	11.2%	4.5
Website Pribadi	24% (10 UMKM)	8 transaksi	5.4%	4.1

Timing program yang bertepatan dengan momentum positif pasca-pandemi COVID-19 ketika masyarakat sudah mulai familiar dengan teknologi digital menjadi faktor eksternal yang menguntungkan. Pengalaman menggunakan aplikasi PeduliLindungi, e-commerce untuk belanja online selama lockdown, dan video call untuk komunikasi telah menurunkan barrier psikologis terhadap adopsi teknologi digital. Survey menunjukkan bahwa 68% masyarakat Desa Penataran sudah pernah berbelanja online minimal satu kali sebelum program dimulai, jauh lebih tinggi dari kondisi pra-pandemi yang hanya sekitar 15%. Fenomena forced digitalization selama pandemi menciptakan readiness masyarakat yang lebih tinggi untuk adopsi teknologi dalam konteks lain seperti bisnis dan pemerintahan. Smart Penataran secara strategis memanfaatkan momentum ini dengan menawarkan digitalisasi bukan sebagai disruption yang menakutkan tetapi sebagai continuation dan upgrade dari pengalaman digital yang sudah mereka miliki, mengurangi resistensi dan mempercepat *adoption curve*.

SIMPULAN

Program Smart Penataran merupakan langkah strategis dalam mewujudkan transformasi digital di Desa Wisata Candi yang tidak hanya berfokus pada aspek teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh. Melalui implementasi sistem digital yang terintegrasi, mulai dari

digitalisasi promosi wisata, sistem pemesanan online, hingga pengelolaan administrasi desa yang berbasis teknologi, Desa Wisata Candi telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam aksesibilitas, efisiensi pelayanan, dan jangkauan pasar wisata. Transformasi ini memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, terbukanya peluang usaha baru bagi masyarakat, serta terciptanya ekosistem digital yang mendukung pertumbuhan UMKM lokal.

Keberhasilan Smart Penataran tidak terlepas dari kolaborasi sinergis antara pemerintah desa, masyarakat, dan berbagai stakeholder yang berkomitmen untuk mewujudkan desa wisata yang berdaya saing. Peningkatan literasi digital masyarakat melalui berbagai pelatihan dan pendampingan telah menciptakan SDM yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan mampu mengelola potensi wisata secara profesional. Ke depan, keberlanjutan program ini perlu didukung dengan pemeliharaan infrastruktur digital, pengembangan konten kreatif yang autentik, serta inovasi berkelanjutan dalam pelayanan wisata untuk memastikan Desa Wisata Candi tetap relevan dan kompetitif di era digital, sekaligus menjaga nilai-nilai kearifan lokal dan kelestarian budaya yang menjadi identitas desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan karya ilmiah bertema "Smart Penataran: Transformasi Digital Desa Wisata Candi Menuju Masyarakat Sejahtera dan Berdaya Saing". Penghargaan setinggi-tingginya kepada Pemerintah Desa Candi beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin dan kemudahan akses data selama proses penelitian, para pelaku usaha dan masyarakat Desa Wisata Candi yang telah bersedia menjadi narasumber dan berbagi pengalaman berharga, serta dosen pembimbing dan rekan-rekan yang telah memberikan masukan konstruktif dalam penyempurnaan penelitian ini. Tanpa dukungan, kerjasama, dan dedikasi dari berbagai pihak tersebut, penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan desa wisata dan menjadi rujukan dalam implementasi transformasi digital di desa-desa lainnya. Coba lagi Claude dapat membuat kesalahan. Periksa kembali setiap respons.

REFERENSI

- Firliana, R., Ristyawan, A., Andriyanto, T., Daniati, E., & Wahyu Nugroho, R. (2022). Fotografi Produk Katering Kasmilah Go-Digital Marketing. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 102–114. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v2i2.87>
- Haryatno, Y. R. (2024). Komunikasi Inovasi Destinasi Wisata sebagai Strategi Pemasaran Desa Wisata. *Minfo Polgan*, 13(1), 1292–1301. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/view/14067/2763>
- Jatmiko, A. R., Parwanti, A., Ali, M., Andrian, A. Y., & Hijau, E. (2025). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mengelola Limbah Rumah Potong Hewan Berbasis Smart Farming Desa Candimulyo, Jombang. 4(2), 7166–7172.
- Junaid, I., Dewi, W. O., Said, A., & Hanafi, H. (2022). Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 287–301. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.287-301>
- Nenda Hijaziyah, Ratih Shafira Wati, Rikha Surtika Dewi, & Lubis, M. (2025). Sinergitas untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui Kegiatan Workshop UMKM di Desa Panulisan Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 682–687. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1141>
- Pitrianti, S., Sampetoding, E. A. M., Purba, A. A., & Pongtaming, Y. S. (2023). Literasi Digital Pada Masyarakat Desa. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 43–49. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.655>
- Ridwanulloh, M. U., Armidha, N. S. A., Mujib, A., & Surur, A. M. (2022). Implementasi Pendidikan Multikultural Jurusan IPS SMA A. Wahid Hasyim melalui Wisata Edukasi ke Candi Penataran Kab. Blitar. *Realita: Jurnal Penelitian Dan Kebudayaan Islam*, 20(1), 1–16. <https://doi.org/10.30762/realita.v20i1.97>

- Sa'adah, A., Permadi, D. F. H., & Zen, B. P. (2024). Penerapan Digitalisasi Dan Teknologi Branding Untuk Meningkatkan Potensi Wisata Dan Daya Saing UMKM. *Dst*, 4(2), 65–71. <https://doi.org/10.47709/dst.v4i2.4070>
- Setiawan, M. F. (2025). Strategi Digital Marketing melalui Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk. *Jerkin : Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5952–5957.
- Suci Fitriani, Ruly Irfan Nur Khaliq, dkk. (2025). Strategi Inovatif dalam Pengembangan Pariwisata berkelanjutan di era Digitalisasi. *Central Publisher*, 3, 292–299.
- Yanti, D. Y. (2024). Pelaksanaan Smart Village Nusantara Dalam Perspektif Smart Governance Di Desa Kemuning Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar. *Universitas Diponegoro*, 1–23.