

Community Empowerment Based on Collaborative Communication for the Development of Superior Village Products

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Komunikasi Kolaboratif untuk Pengembangan Produk Unggulan Desa

Yasir Yasir*¹, Muhammad Firdaus¹, Noor Efni Salam¹, Rusmadi Awza¹,
Evawani Elysa Lubis¹, Mutia Novela Sari¹

¹Universitas Riau

*E-mail: yasir@lecturer.unri.ac.id

Abstract

Bandar Sungai is one of the villages in Sabak Auh District, Siak Regency. This village has the potential for superior UMKM products such as emping melinjo, herbal medicine, chili crackers, bolu kembojo and so on that have been packaged but have not been marketed properly. The community has not realized the importance of developing superior products so that they have a higher selling value to improve community welfare. The purpose of this community service is to improve the way of managing and marketing UMKM products in order to improve the community's economy. The main targets of this community service are UMKM managers, Bumdes Managers and also mothers of the Family Welfare Empowerment (PKK) group. The collaborative communication method is used through community service activities in synergy with real work lecture activities. Community service activities are carried out by conducting mapping with the community, FGD, training and also mentoring for villages around Sabak Auh District, especially Bandar Sungai Village. Training activities are focused on developing packaging and marketing of UMKM products to be able to market products more widely, through digital marketing and the use of social media. Training has contributed 60% in increasing community knowledge, mindset, and skills. Training has not been much in utilizing digital media as an effective marketing tool for developing superior village products.

Keywords: *community empowerment, collaborative communication, superior products, digital marketing, MSMEs*

Abstrak

Bandar Sungai adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak. Desa ini memiliki potensi produk unggulan UMKM seperti emping melinjo, jamu, kerupuk cabe, bolu kembojo dan lain sebagainya yang sudah dikemas namun belum dipasarkan dengan baik. Masyarakat belum menyadari pentingnya pengembangan produk unggulan agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memperbaiki cara mengelola dan memasarkan produk-produk UMKM agar dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Sasaran utama pengabdian ini adalah pengelola UMKM, Pengelola Bumdes dan juga Ibu-ibu kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Metode komunikasi kolaboratif digunakan melalui kegiatan pengabdian masyarakat bersinergi dengan kegiatan kuliah kerja nyata. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan mengadakan pemetaan bersama masyarakat, FGD, pelatihan dan juga pendampingan terhadap desa-desa di sekitar Kecamatan Sabak Auh terutama Desa Bandar Sungai. Kegiatan pelatihan difokuskan pada pengembangan pengemasan dan pemasaran produk UMKM untuk dapat memasarkan produk secara lebih luas, melalui pemasaran digital dan penggunaan media sosial. Pelatihan telah berkontribusi 60% dalam peningkatan pengetahuan, mindset, dan keahlian masyarakat. Pelatihan belum banyak dalam mendayagunakan media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif untuk pengembangan produk unggulan desa.

Kata kunci: *pemberdayaan masyarakat, komunikasi kolaboratif, produk unggulan, pemasaran digital, UMKM*

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di daerah pedesaan merupakan sektor utama yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan masyarakat. Kegiatan pembangunan kawasan pedesaan ini sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan menjaga kelestarian lingkungan daerahnya.

Pembangunan ekonomi masyarakat dan pengembangan wisata perlu dilakukan untuk memaksimalkan keberadaan produk unggulan desa dan potensinya walaupun pengetahuan perencanaan dan pengembangan yang dilakukan masyarakat terbatas (Noor & Nala, 2020). Terkait dengan ini, pembangunan ekonomi berbasis potensi produk unggulan desa memiliki kontribusi yang sangat penting untuk memajukan kesejahteraan masyarakat lokal. Oleh karena itu dukungan masyarakat setempat ini menjadi dasar bagi pembangunan suatu daerah. Lundberg mengungkapkan bahwa masyarakat menjadi stakeholder yang paling penting dalam proses mewujudkan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan (Lundberg, 2017).

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah terbukti berperan signifikan dalam mendukung perekonomian Indonesia. (Jatiningrum et al., 2021; Muwaffiq et al., 2022). Pengembangan UMKM membutuhkan sinergi dengan pemanfaatan berbagai potensi di perdesaan, yang juga harus berkolaborasi dengan berbagai stakeholder dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Pembangunan ekonomi masyarakat berbasis produk unggulan desa dan berbasis pengembangan destinasi wisata harus selaras dengan kemampuan masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan, budaya, dan kearifan tempatan (local wisdom). Hal ini sejalan dengan kajian yang terkait yang menunjukkan bahwa pengembangan produk berbasis industri kreatif dan pariwisata budaya yang saat ini menjadi tren bagi wisatawan (Liu, 2018). Pembangunan wisata pada hakikatnya adalah usaha untuk mendukung para pelaku ekonomi di sektor pariwisata untuk saling meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Oleh karenanya, masyarakat tidak hanya sebagai objek pembangunan saja akan tetapi mereka juga merupakan pelaku pembangunan, karena pengembangan ekonomi bersifat sistematis dan terintegrasi. Jadi, partisipasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan wisata dapat dilakukan masyarakat baik langsung maupun tidak, secara individual maupun yang dilakukan secara kolektif sangat dibutuhkan (Ridwan et al., 2017). Pelibatan masyarakat dan kesadaran penduduk setempat dalam pengembangan ekonomi dan industri wisata sangat signifikan karena dapat berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Penyelesaian masalah ekonomi, lingkungan dan pengembangan pariwisata membutuhkan multidisiplin ilmu dan multi perspektif, sehingga sangat dibutuhkan adanya komunikasi kolaboratif. Komunikasi kolaboratif memerlukan identifikasi dan artikulasi peran yang jelas dari semua aktor atau stakeholder dalam kegiatan konservasi lingkungan (Rice, 2022). Terlebih lagi, perubahan diciptakan untuk mendamaikan kepentingan dan mendamaikan seluruh nilai para aktor, untuk mencapai hasil yang positif dan realistis, bukan idealis. Pendekatan kolaboratif yang melibatkan stakeholder ini dapat memperkuat kemampuan untuk memperhatikan bagaimana faktor sosial, politik, ekonomi, dan kelembagaan berinteraksi dengan kondisi ekologi lokal (Yasir, Firzal, Yesicha, et al., 2021). Saat ini tantangan dan persaingan pasar sangat ketat, maka produk yang dihasilkan harus dapat dikemas dan dipasarkan melalui komunikasi kolaboratif dan terus melakukan inovasi agar produknya disukai oleh konsumen, karena permintaan konsumen kedepan akan semakin beragam keinginannya bila dikomparasikan dengan saat sebelum ini (Genç & Genç, 2017). Oleh karena itu, berbagai kerjasama antara stakeholder's dalam pengembangan produk desa terutama antar stakeholder yang melibatkan pemerintah, swasta, masyarakat, media dan perguruan tinggi.

Suasana pedesaan merupakan aspek utama sebagai daya tarik destinasi pariwisata yang perlu dikemas dan juga dikembangkan. Jadi masyarakat dapat menggunakan kekhasan dan keunikan daerahnya melalui keindahan sawah, hutan mangrove dan budaya asli masyarakatnya yang tetap menjaga tradisi (Yasir, Firzal, Yesicha, et al., 2021). Pengembangan desa ini dapat ditunjang jika memiliki produk-produk olahan atau oleh-oleh untuk mengembangkan desa ini. Selain itu juga ini dapat mengenalkan desa ini sebagai destinasi wisata yang layak untuk dikunjungi. Kawasan ini bisa menjadi destinasi wisata pedesaan yang merupakan bentuk dari aktivitas wisata untuk mengenang masa keci atau masa lalu dan menjadi edukasi budaya dan alam bagi kalangan anak muda atau anak sekolah. Setidaknya kawasan pedesaan ini dapat menjadi wisata yang dapat mengalihkan kegiatan wisatawan dari rutinitas wisatawan sehari-hari yang

menjenuhkan dan kesibukan hidup di perkotaan, sehingga ini dapat menjadi semacam suasana untuk menenangkan hati dan juga diri dari hiruk-pikuk kehidupan perkotaan.

Kawasan yang sangat berpotensi untuk lakukan pengembangan sebagai sentra produk unggulan ekonomi yang berbasis kerakyatan dan pedesaan adalah Desa Bandar Sungai yang ada di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Secara historis, desa ini merupakan bagian dari wilayah Kesultanan Siak yang terkenal dengan kekayaan budaya Melayu. Sebagai salah satu desa yang berada di sekitar Sungai Siak, Bandar Sungai memiliki sejarah yang erat kaitannya dengan kehidupan sungai dan kegiatan ekonomi masyarakat yang menggantungkan hidup pada hasil-hasil alam dan perairan. Daerah ini merupakan kawasan strategis di pinggir Sungai Siak namun belum dapat berkembang dengan baik. Padahal kawasan ini merupakan salah satu desa yang menjadi ibu kota dari Kecamatan Sabak Auh tempat jembatan Teluk Mesjid yang melintasi sungai Siak. Masyarakat desa Sabak Auh dan sekitarnya adalah satu kesatuan yang budayanya dan lingkungannya memiliki keharmonisan dalam ikatan masyarakat yang tradisional sebagai petani dan menyatu dengan kehidupan dengan alam.

Perkembangan kegiatan pariwisata yang stagnan dan pengembangan ekonomi untuk produk unggulan di daerah Bandar Sungai Kecamatan Sabak Auh saat ini masih belum berkembang secara optimal. Meskipun ada dikembangkan, namun mengalami banyak kendala. Hal ini pula yang menjadikan kelemahan desa-desa di kawasan ini belum adanya produk desa yang menjadi unggulan yang ciri khas prouknya memiliki efek pada pembangunan berkelanjutan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. Dengan minimnya pengetahuan dan keahlian masyarakat dalam mengembangkan potensi produk-produk pariwisata ini, strategi pembinaan dan pendampingan terintegrasi baik melalui perguruan tinggi, pemerintah daerah dan swasta merupakan sebuah solusi utama. Dalam hal ini, peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, peningkatan pengemasan produk, dan perbaikan pemasaran produk secara offline dan online sangat penting untuk dilakukan secara berkelanjutan (Jatiningrum et al., 2021).

Dalam hal ini, karena belum adanya pengetahuan dan keterampilan masyarakat yang memadai, maka dibutuhkannya usaha yang dilakukan dengan cara berkolaborasi dalam menemukan akar permasalahan dan dalam membantu memberikan solusi yang nyata terhadap permasalahan-permasalahan masyarakat. Oleh karena itu fokus kegiatan ini adalah bagaimana meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat berbasis komunikasi kolaboratif untuk meningkatkan produk unggulan desa? Diharapkan kegiatan ini dapat berkontribusi untuk mengembangkan potensi desa dan meningkatkan produk unggulan desa sebagai penunjang penguatan ekonomi kawasan ini. Universitas Riau melalui dosen-dosennya akan berperan penting dalam menyebarkan inovasi, pengetahuan, kemampuan dan skill melalui program pengabdian berbasis pada pendampingan dan penyuluhan terutama dalam pengembangan produk unggulan desa kepada pengelola prouk unggulan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), Kelompok Tani, dan ibu-ibu PKK.

2. METODE

Kegiatan pemberdayaan masyarakat berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat untuk pengembangan produk unggulan desa membutuhkan model atau pendekatan yang tepat. Pendekatan perencanaan komunikasi kolaboratif digunakan karena model ini sangat penting dalam melibatkan stakeholder secara bersama dan bergotong untuk memperbaiki kondisi sosial, ekonomi dan lingkungan masyarakat (Walker et al., 2023). Pendekatan ini digunakan sebagai metode pelaksanaan dalam mengembangkan produk unggulan desa. Pemberdayaan masyarakat berbasis masyarakat lokal ini dilakukan dalam rangka membantu mengembangkan UMKM. Model pendampingan masyarakat ini diharapkan mampu mengakomodasi kebutuhan dan keinginan masyarakat desa terutama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam aspek sosial maupun ekonomi yang berbasis pada pembangunan lingkungan yang berkelanjutan (Noor & Nala, 2020). Selain itu, pendekatan perencanaan komunikatif dan kolaboratif dilakukan untuk memahami akar masalah dan memberikan solusi perekonomian masyarakat melalui

pendampingan desa. Kegiatan kolaboratif dan berbasis komunitas ini dilakukan secara berkelanjutan untuk mengubah perilaku masyarakat sehingga memiliki kemampuan dalam mengembangkan produk pariwisata desa sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode penyuluhan, pendampingan dan pelatihan yang kegiatannya dikolaborasikan dengan kegiatan mahasiswa yang melakukan kuliah kerja nyata (KUKERTA) Universitas Riau melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Pengabdian ini dilaksanakan dari bulan Juli hingga November 2024 yang berlokasi di Desa Bandar Sungai dan melibatkan masyarakat yang ada di desa-desa yang ada di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak Provinsi Riau. Adapun Kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa tahapan kegiatan, antara lain: persiapan, pelaksanaan penelitian, monitoring dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan dengan melakukan koordinasi dengan pimpinan kecamatan, kepala desa; pendekatan dengan tokoh masyarakat, kelompok-kelompok masyarakat seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), UMPK, Kelompok Tani, dan ibu-ibu PKK.
1. Pelaksanaan melalui pelatihan, pendampingan dengan menyesuaikan pada khalayak sasaran dan tujuan yang diinginkan yang tidak terbatas pada pertemuan tatap muka, namun memberikan kesempatan diskusi dengan platform media digital, seperti Video call, zoom, dan lain-lain. Dalam pelaksanaannya peserta dipilih berdasarkan pada kriteria kepemilikan usaha dan potensi pengembangan produk yang dimiliki. Jumlah peserta adalah 25 orang mewakili berbagai kelompok.
2. Monitoring dan Evaluasi pada kegiatan pengabdian dengan meninjau ketercapaian atau efektifitas tujuan pelaksanaan kegiatan berdasarkan masing-masing bidang dengan masing-masing indikator.

Adapun ketercapaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan diukur dengan adanya perubahan dari sisi pengetahuan, sikap serta perilaku masyarakat. Standar ukuran ini dilakukannya meliputi rangkaian kegiatan pengabdian dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD), pelatihan, kunjungan tempat usaha dan wawancara langsung. Dalam hal ini evaluasi pemberdayaan masyarakat dianalisis untuk mencapai ketercapaian kegiatan pengabdian. Beberapa usaha yang dilakukan diberikan saran dan masukan langsung di lokasi tempat mereka melakukan usaha. Ini survey dan kunjungan langsung ini sebagai bentuk validasi kegiatan pelatihan yang dilakukan. Ini juga dilakukan untuk memfokuskan pengembangan potensi produk unggulan di desa berbasis pengembangan ekonomi kreatif, pembangunan pariwisata dan meningkatkan komunikasi kolaboratif antar berbagai pemangku kepentingan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Desa Bandar Sungai dan sekitarnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bandar Sungai merupakan desa di Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak yang memiliki potensi ekonomi yang beragam. Potensinya meliputi produk UMKM, kuliner, wisata edukasi hingga produk-produk unggulan jamu, kerupuk yang sudah tersebar di berbagai daerah di Riau dan wilayah Indonesia lainnya. Untuk mengembangkan potensi produk unggulan di Desa Bandar Sungai berbasis ekonomi kreatif, pariwisata, dan komunikasi kolaboratif, partisipasi aktif masyarakat sangat penting. Dengan keterlibatan langsung, masyarakat dapat berperan dalam menciptakan dan mempromosikan destinasi wisata serta produk-produk unggulan desa, seperti kuliner khas, kerajinan tangan, dan hasil pertanian lokal. Kolaborasi ini memungkinkan terbentuknya sinergi antara pemerintah daerah, kelompok masyarakat serta para pelaku usaha setempat untuk bersama-sama merancang strategi dan program yang inovatif serta berkelanjutan.

Pemetaan Potensi Pengembangan Produk Unggulan Desa

Kecamatan Sabak Auh memiliki potensi wisata yang beragam, mencakup wisata alam, kuliner, edukasi, serta produk unggulan dari komunitas UMKM setempat. Agrowisata BJ Go Green

di Desa Sungai Tengah adalah destinasi wisata berbasis pertanian yang didirikan untuk memanfaatkan lahan di bawah jembatan menjadi area edukasi dan rekreasi, mengusung konsep "go green" dengan tujuan mengedukasi masyarakat tentang pertanian berkelanjutan dan pelestarian lingkungan. Namun, pandemi Covid-19 sempat menghambat perkembangan agrowisata ini, sehingga diperlukan upaya revitalisasi untuk mengembalikan daya tariknya. Selain itu, Ekowisata Taman Syah Bandar di Desa Sabak Permai menjadi objek wisata bersejarah yang menggabungkan alam mangrove dengan budaya Melayu, menarik wisatawan dengan jembatan kayu dan gazebo di atas air Sungai Jantan.

Wisata berbasis lingkungan juga dikembangkan di Desa Bandar Sungai melalui sekat kanal lahan gambut. Awalnya, sekat kanal ini dibangun untuk menjaga kelembaban gambut dan mencegah kebakaran, namun kini difungsikan juga sebagai tambak ikan yang mendukung ekonomi masyarakat setempat sekaligus melestarikan ekosistem. Peran Masyarakat Peduli Api (MPA) juga ditingkatkan untuk memantau dan menjaga kanal agar berfungsi optimal dalam mencegah kebakaran, membangun sinergi antara pelestarian lingkungan dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Selain wisata alam, Sabak Auh memiliki wisata kuliner yang menarik, seperti Sate Kambing Puja Kusuma yang terkenal hingga luar daerah. Dengan rasa khas dari daging kambing segar yang diolah dengan bumbu khusus, sate ini menjadi salah satu kuliner yang populer dan wajib dicicipi oleh berkunjung. Wisata kuliner ini tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga mendukung sektor ekonomi lokal.

Produk unggulan juga menjadi fokus pengembangan di Sabak Auh, seperti Bolu Kemojo Rumah Bunda Nikeyla, rengginang Rahayu, dan Jamu Ragil Ayu. Produk-produk ini telah dipasarkan hingga ke luar daerah dan bahkan ke Malaysia, meskipun UMKM setempat masih mengandalkan pemasaran tradisional dan media sosial yang terbatas. Diperlukan peningkatan strategi pemasaran agar jangkauan produk unggulan ini dapat lebih luas dan bersaing di pasar yang lebih besar. Di sektor pertanian, Kampung Sungai Tengah berperan penting sebagai penghasil beras utama di Kabupaten Siak, dengan panen yang berlangsung dua kali setahun.

Dalam hal ini, tim pengabdian berdiskusi dengan camat dan sekretaris camat sebagai bentuk komunikasi kolaboratif dengan pemerintah setempat untuk menyusun regulasi dan kebijakan yang sekiranya dapat mendukung pembangunan pariwisata dan pengembangan UMKM di Sabak Auh. Selain itu tim pengabdian juga melakukan diskusi dan langsung mendampingi kelompok dalam memasarkan produk unggulan UMKM desa. Kebijakan ini mencakup infrastruktur, aksesibilitas, serta program bantuan finansial dan pelatihan lanjutan bagi pelaku usaha lokal, dengan tujuan agar dapat memastikan pembangunan ekonomi lokal berkelanjutan dan adil bagi masyarakat setempat.

Pelaksanaan FGD dan Pelatihan untuk Pengembangan Potensi Produk Unggulan di Desa

Komunikasi kolaboratif sangat penting dalam kegiatan memajukan ekonomi masyarakat. Keterlibatan berbagai stakeholder sangat dibutuhkan dalam memberikan masukan untuk pengembangan produk dan keberhasilannya dalam memasarkan produk tersebut. Salah satu bentuk usaha kolaborasi yang dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat adalah dengan melakukan *focus grup discussion* (FGD) atau diskusi terarah untuk menyelesaikan masalah produk unggulan desa. Kegiatan diskusi ini dalam pelaksanaannya dilakukan melibatkan beberapa stakeholder yang tujuannya untuk membangkitkan kesadaran dan keahlian masyarakat dan juga stakeholder tersebut akan pentingnya pengembangan produk unggulan desa yang dapat diintegrasikan dengan pengelolaan pariwisata dan produk unggulan desa dengan baik agar membentuk manfaat sosial ekonomi bagi warga desa. Tim melakukan kegiatan FGD dengan melibatkan berbagai kelompok pemangku kepentingan di antaranya pelaku UMKM, ibu-ibu PKK, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pengelola BUMDes, tokoh masyarakat, kelompok tani, aparatur pemerintah daerah hingga masyarakat pelaku usaha untuk memahami permasalahan dan mencari solusi bersama. Pendekatan kolaboratif ini bertujuan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan desa wisata yang disinergikan dengan pengembangan produk unggulan desa.

Tim memberikan pelatihan pengembangan usaha kreatif berbasis kearifan lokal, termasuk pelatihan teknik pengemasan produk unggulan seperti bolu kemojo, rengginang, jamu dan berbagai produk lokal lainnya untuk meningkatkan kemasan yang lebih menarik dan inovatif agar mampu bersaing di pasar yang lebih besar. Dengan kemasan yang lebih profesional, produk ini diupayakan dapat menjadi daya tarik konsumen dan meningkatkan nilai jual produk tersebut. Selain itu, pelatihan ini memperkenalkan strategi pemasaran modern menggunakan media sosial, *marketplace online* dan *e-commerce* sehingga memungkinkan produk tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Tim juga mendorong pelaku UMKM untuk dapat menerapkan strategi menggaet influencer lokal untuk mempromosikan produk mereka di platform media sosial. Para pelaku usaha juga dapat memanfaatkan testimoni pelanggan berupa video yang diposting di sosial media untuk meningkatkan kepercayaan dan menarik minat konsumen baru, memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kesadaran produk.



Gambar 1. Kegiatan FGD (a) pemberian materi dan pertanyaan (b) pertanyaan dari peserta

Untuk mengatasi permasalahan pariwisata di Kecamatan Sabak Auh, tim pengabdian masyarakat membentuk beberapa upaya strategis. Pertama, tim mendorong pihak-pihak terkait untuk dapat mengedepankan revitalisasi dan rehabilitasi objek-objek wisata yang telah mangkrak sejak pandemi Covid-19. Melalui diskusi dengan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan pemerintah daerah, tim mendapatkan gambaran mengenai kondisi fisik objek wisata dan mengidentifikasi fasilitas yang perlu diperbaiki. Upaya ini dilakukan bertujuan untuk menghidupkan kembali destinasi wisata yang pernah dikembangkan sebelumnya yang menjadi daya tarik utama sebelum terjadinya pandemi.

Keberadaan media sosial saat ini telah digunakan secara luas oleh masyarakat karena sifatnya yang mudah, dan cepat untuk kegiatan koordinasi dan promosi ke pemangku kepentingan lainnya. Media sosial ini dapat digunakan oleh para pengusaha kecil melalui UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produknya sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien (Istanti & Sanusi, 2020). Tak hanya berhenti disitu, tim pengabdian ke masyarakat juga menyiapkan strategi dalam meningkatkan keterampilan dalam manajemen destinasi wisata. Strategi ini mencakup peningkatan kemampuan dalam pemasaran digital dengan memakai berbagai saluran komunikasi atau platform media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk memperluas promosi pariwisata. Tim juga mengedukasi masyarakat terkait pembuatan konten visual yang menarik, seperti foto dan video pendek, untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Selain itu, tim juga menyinggung soal pemanfaatan influencer lokal sebagai duta pariwisata untuk mempromosikan destinasi melalui platform mereka, dengan harapan dapat menarik lebih banyak wisatawan. Strategi berbasis kearifan lokal dan ekowisata, seperti di Taman Syah Bandar dan Agrowisata BJ Go Green, juga diterapkan dengan pengelolaan yang lebih profesional, mengintegrasikan elemen budaya dan konservasi lingkungan dalam setiap konten yang dipromosikan.

UMKM yang memiliki produk dapat mengembangkan pemasarannya secara lebih luas dan dengan lebih baik jika komunikasi pemasarannya dapat berkolaborasi dengan stakeholder lain baik dari pemerintah dan non pemerintah. Kegiatan pengembangan pemasaran ini juga harus

bersinergi antar pengusaha/pengelola UMKM agar dapat memajukan usahanya terutama dengan mengadopsi teknologi baru (Fachruddin et al., 2022). Dengan cara ini, pengelola UMKM dan pengelola wisata yang belum memiliki cukup pengetahuan dan keahlian tentang pengemasan produk dan pemasaran secara digital dapat saling membantu sesama mereka. Dalam hal ini tentu pemodal besar dapat membantu pengusaha kecil yang kebanyakan masih bergantung pada metode tradisional. Dalam pengabdian ini tim pengabdian membantu masyarakat sebagai pemilik usaha kecil dan mikro (UMKM) telah dilatih untuk menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan destinasi wisata secara efektif. Penggunaan media, aktif berpromosi dan adanya pemberitaan yang luas terkait kegiatan yang dilakukan dengan melalui media massa maupun media sosial terkait dengan potensi ekonomi unggulan ini. Jadi penggunaan media sosial ini dapat dijadikan modal yang penting dalam mengenalkan produk andalan, kekayaan kuliner, dan kearifan local yang dimiliki desa (Nugraha et al., 2017).

Tabel 1. Ketercapaian Pengembangan Potensi Produk Unggulan Desa

No	Prapendampingan	Pascapendampingan
1	Masyarakat dan pengelola wisata belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang pemasaran digital, masih bergantung pada metode tradisional.	Masyarakat dan pengelola telah dilatih untuk menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok dan marketplace untuk mempromosikan destinasi wisata secara efektif.
2	Pemahaman masyarakat tentang ekowisata dan kearifan lokal masih terbatas, sehingga tidak sepenuhnya diintegrasikan dalam pengelolaan wisata.	Masyarakat memahami konsep ekowisata dan kearifan lokal, serta mengintegrasikannya dalam pengelolaan wisata untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman berbasis budaya.
3	Belum optimalnya upaya kolaboratif antara pemerintah daerah dengan UMKM lokal dalam memaksimalkan produk-produk lokal sebagai bagian dari pengembangan pariwisata.	Kolaborasi oleh pemerintah daerah dengan UMKM lokal untuk memasarkan produk-produk lokal seperti kuliner dan kerajinan tangan sebagai bagian dari pengalaman wisata di Sabak Auh.
4	Tidak ada kolaborasi dengan influencer lokal, sehingga promosi wisata masih terbatas dan kurang menjangkau target pasar yang luas.	Akan dibangun kerjasama dengan influencer lokal dan promosi wisata dilakukan melalui platform influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
5	Pengemasan dan pemasaran produk unggulan desa masih sangat sederhana	Pengemasan dan pemasaran produk sudah mulai menggunakan pemasaran digital, <i>marketplace</i> dan menggunakan media sosial

Dalam hal ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan usaha dosen perguruan tinggi untuk mendesiminasikan ilmu pengetahuan, metode, teknologi, dan bahkan seni yang tepat dan berguna bagi masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi nilai tambah untuk masyarakat desa. Nilai tambah ini dapat berguna untuk pengembangan ekonomi, pengembangan UMKM dan terutama pada perubahan perilaku masyarakat kearah pembangunan berkelanjutan. Pada dasarnya kegiatan pengabdian ini telah berkontribusi untuk perubahan penting bagi masyarakat maupun institusi yang ada di desa baik pengelola UMKM, Bumdes, Pokdarwis dan pelaku ekonomi desa baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Perubahan ini nampak terlihat dari daya saing UMKM yang mulai meningkat karena adanya inovasi, karena inovasi terbukti berdampak positif terhadap daya saing. Inovasi ini penting

dilakukan terutama inovasi dalam produksi, pengemasan maupun pemasaran produk-produk UMKM tersebut (Mangeka, 2024).



Gambar 2. Tim pengabdian bersama penjaga gerai produk unggulan di Kecamatan Sabak Auh

Secara keseluruhan, meskipun belum banyak tindak lanjut untuk mengimplementasikan bentuk dari komunikasi kolaboratif secara langsung, kegiatan pengabdian berdampak pada perubahan sikap peserta yang mencapai 60% peserta mampu menerapkan pelatihan yang dilakukan. Tidak hanya itu sambutan baik dari pengelola UMKM ini berdampak juga pada peningkatan pemahaman pengetahuan anggota kelompok lainnya. Kegiatan pengabdian ini tidak hanya mengimplementasikan bentuk komunikasi kolaboratif namun hasil diskusi dengan melibatkan berbagai stakeholder berupaya meningkatkan taraf ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, tahapan kolaborasi ini dimulai dari merencanakan, mengembangkan, hingga mengevaluasi pengembangan produk yang dilakukan secara kolaboratif. Kedepan hendaknya implementasi komunikasi kolaborasi dapat dilakukan dalam kegiatan pemasaran produk agar produk dapat dikembangkan lebih baik dan dipasarkan secara lebih terintegrasi dengan menjangkau lebih luas pasarnya melalui bentuk komunikasi penta helix yaitu antara pemerintah, swasta melalui CSR, perguruan tinggi, media massa dan masyarakat itu sendiri (Yasir, Firzal, Sulistyani, et al., 2021). Dalam hal ini, tim pengabdian masyarakat mewakili perguruan tinggi dapat berkontribusi memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan produk unggulan desa dalam membangun merek dan pengemasan produk serta dalam memasarkannya yang diintegrasikan dengan pemasaran destinasi pariwisata di Kecamatan Sabak Auh. Berdasarkan komunikasi kolaboratif yang diterapkan, hendaknya masukan dan rekomendasi strategis, tim berusaha membangun kesadaran dan kesiapan masyarakat serta pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi lokal secara berkelanjutan. Pengembangan produk unggulan desa melalui kolaborasi berbasis komunitas local ini adalah fenomena global, yang sangat berperan dalam pengelolaan sumber daya alam, lingkungan dan ekonomi masyarakat lokal (Walker et al., 2023). Diharapkan, rekomendasi ini dapat menjadi panduan untuk langkah-langkah nyata yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di masa depan.

4. KESIMPULAN

Upaya tim pengabdian masyarakat di Kecamatan Sabak Auh dengan metode komunikasi kolaboratif menunjukkan adanya fokus yang kuat dalam meningkatkan keterampilan dan kapasitas masyarakat setempat untuk mengembangkan produk unggulan desa melalui UMKM yang diintegrasikan dengan mengelola destinasi wisata. Komunikasi yang dikolaborasikan dengan pihak-pihak terkait mengenai manajemen destinasi dan strategi pemasaran digital, tim berupaya memberikan pengetahuan dan skill yang relevan kepada masyarakat mengenai penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Diskusi ini juga mendorong pemanfaatan konten

visual yang menarik, seperti foto dan video, untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata serta produk unggulan. Dengan keterampilan ini, masyarakat sangat diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan dapat lebih menarik lebih banyak wisatawan serta konsumen untuk produk yang masyarakat desa kembangkan.

Selain itu, tim pengabdian kepada pemerintah daerah dan Pokdarwis dalam mengoptimalkan pemberian dana dari pemerintah daerah sekiranya dapat digunakan untuk memulihkan dan mengembangkan fasilitas wisata yang rusak atau kurang optimal pasca pandemi. Meskipun implementasi langsung dari rekomendasi ini belum terjadi, masukan yang diberikan bertujuan untuk membangun fondasi pengembangan yang kuat, di mana pemerintah dan pihak terkait dapat bekerja sama dalam mengembalikan daya tarik destinasi wisata. Dengan perbaikan infrastruktur yang memadai, destinasi wisata di Sabak Auh diharapkan dapat kembali menarik minat wisatawan dan mendukung peningkatan ekonomi lokal.

Upaya tim dalam mengedukasi dan memberikan masukan mengenai pengelolaan pariwisata berbasis ekowisata juga menunjukkan komitmen dalam melestarikan lingkungan dan budaya setempat. Meskipun masih dalam tahap diskusi dan perencanaan, masukan ini bertujuan untuk membantu masyarakat lokal dan pemerintah daerah dalam memahami pentingnya pengelolaan produk UMKM yang dikolaborasikan dengan sektor pariwisata yang berkelanjutan. Implementasi lebih lanjut dari strategi ekowisata ini diharapkan dapat dilakukan dengan dukungan berbagai pihak, sehingga potensi wisata Sabak Auh dapat berkembang secara lebih baik dan terarah.

Secara keseluruhan, meskipun belum ada implementasi langsung dari hasil diskusi, upaya tim pengabdian masyarakat telah memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan pariwisata di Kecamatan Sabak Auh. Melalui masukan dan rekomendasi strategis, tim berusaha membangun kesadaran dan kesiapan masyarakat serta pemerintah daerah dalam mengoptimalkan potensi lokal secara berkelanjutan. Diharapkan, rekomendasi ini dapat menjadi panduan untuk langkah-langkah nyata yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di masa yang akan datang. Tidak hanya itu, praktik komunikasi kolaboratif membutuhkan aksi nyata bagi keberpihakan pada masyarakat bawah, terutama UMKM yang menjadi fondasi perekonomian kawasan pedesaan bahkan sebuah negara.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan pendanaan pada kegiatan pengabdian ini. Selain itu Tim juga mengucapkan terimakasih kepada Camat dan Seketaris Camat Sabak Auh yang telah memfasilitasi kegiatan FGD. Terimakasih juga buat mahasiswa kukerta MBKM 2024 yang telah membantu kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fachruddin, M., Nur, M., & Basri, H. (2022). Collaborative Governance dalam Pengembangan UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0 di Kabupaten Fakfak. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(20), 1349–1358.
- Genç, R., & Genç, E. A. (2017). Market-oriented innovations in tourism. *Research in Hospitality Management*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.1080/22243534.2017.1355606>
- Istanti, E., & Sanusi, R. (2020). Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(2), 176–187. <https://doi.org/10.25139/jkp.v4i2.2987>
- Jatiningrum, C., Muharlisiani, L. T., Rahayu, S., & Ramadhani, A. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1 SE-Articles), 1–6. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/nr/article/view/264>
- Liu, C. H. S. (2018). Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in

- cultural and creative industries of practice. *Tourism Management*, 64, 258–270. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.001>
- Lundberg, E. (2017). The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.002>
- Mangeka, T. A. (2024). Collaborative Governance dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Ukm) di Kabupaten Berau. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(10).
- Muwaffiq, A. R., Soleha, A. R., & Al Amin, E. M. N. (2022). Pengembangan UMKM melalui Peningkatan Pengemasan dan Pemasaran Berbasis Digital di Desa Grogol Kecamatan Sawoo Kabupaten Ponorogo. *The 4th International Conference on University-Community Engagement (ICON-UCE)*, 64.
- Noor, M. Fa., & Nala, I. W. L. (2020). *Pariwisata dan Pelestarian Ekosistem Sungai; Desa Pela dalam Upaya Konservasi dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat*. Literasi Nusantara.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>
- Rice, W. S. (2022). Exploring common dialectical tensions constraining collaborative communication required for post-2020 conservation. *Journal of Environmental Management*, 316(May), 115187. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2022.115187>
- Ridlwani, M. A., Muchsin, S., & Hayat, H. (2017). Model Pengembangan Ekowisata dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Lokal. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(2), 141. <https://doi.org/10.15294/jpi.v2i2.9933>
- Walker, G., Severson, G., & Daniels, S. (2023). Collaborative Alignment: a framework for community-based collaboration for natural resource management, environmental policy decisions, and locally-led climate action. *Frontiers in Communication*, 8. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1228650>
- Yasir, Y., Firzal, Y., Sulistyani, A., & Yesicha, C. (2021). Penta Helix Communication Model Through Community Based Tourism (Cbt) for Tourism Village Development in Koto Sentajo, Riau, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 851–860. <https://doi.org/10.30892/gtg.37316-718>
- Yasir, Y., Firzal, Y., Yesicha, C., Sulistyani, A., & Safri, S. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan produk Teh Gaharu di Desa Wisata Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 3, 255–263. <https://doi.org/10.31258/unricsce.3.255-263>