

PERENCANAAN WILAYAH DAN DESA

Strategi Pembangunan
Berkelanjutan di Era Digital



Jahrizal, Atthorik Ananda Putra,
Ario Pamungkas, Ahmad Irfai

Perencanaan Wilayah

dan **DESA**

Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Era Digital

Jahrizal
Atthorik Ananda Putra
Ario Pamungkas
Ahmad Irfai



Penerbit KBM Indonesia

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku-buku penulis di tanah air indonesia, serta menjadi media *sharing* proses penerbitan buku

PERENCANAAN WILAYAH DAN DESA

Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Era Digital

Copyright @2026 by Jahrizal, dkk

All rights reserved

PENERBIT KARYA BAKTI MAKMUR (KBM) INDONESIA

Anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) **NO. IKAPI 279/JTI/2021**

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor) **081357517526 (Tlpn/WA)**

Penulis

Jahrizal

Atthorik Ananda Putra

Ario Pamungkas

Ahmad Irfai

Desain Sampul

Eca Art

Tata Letak

Lailatul Nur Ula

Editor Naskah

Rizka Safira

E-ISBN

978-634-278-527-0

14,8 x 21 cm, iv + 152 halaman

Cetakan ke-1, Juni 2026

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di
DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau

Memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini

Tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

Website

<https://penerbitkbm.com>

www.penerbitbukumurah.com

Penjualan Buku

Website: <https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

Shopee: @penerbitKBM

Youtube

@PenerbitKBMOfficial

Tiktok

@penerbitkbm

Email

naskah@penerbitkbm.com

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

- (i) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (ii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (iii) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (iv) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul **“Perencanaan Wilayah dan Desa: Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Era Digital”** dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini merupakan buah dari kolaborasi pemikiran dan kepedulian bersama terhadap pentingnya perencanaan wilayah dan desa sebagai fondasi pembangunan yang mampu menjawab tantangan zaman.

Perencanaan wilayah dan desa pada hakikatnya bukan sekadar rangkaian proses administratif maupun teknokratis. Lebih dari itu, ia merupakan upaya kolektif untuk menata ruang, mengelola potensi, dan merancang masa depan yang lebih baik bagi masyarakat. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, desa dan wilayah tidak lagi berada di pinggiran arus perubahan, melainkan menjadi bagian penting dari transformasi yang sedang berlangsung. Teknologi membuka peluang baru untuk memperkuat tata kelola, meningkatkan kualitas pelayanan publik, serta mengoptimalkan potensi lokal. Namun, peluang tersebut hanya akan bermakna apabila diiringi dengan

perencanaan yang matang, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Melalui buku ini, para penulis berupaya menghadirkan pembahasan yang memadukan perspektif teoritis dan praktis mengenai pembangunan wilayah dan desa di era digital. Pembaca diajak untuk memahami bahwa pembangunan berkelanjutan bukanlah sebuah tujuan yang dicapai dalam satu lompatan besar, melainkan perjalanan panjang yang dibangun melalui keputusan yang bijaksana, kolaborasi yang kuat, dan komitmen yang konsisten. Pada saat yang sama, transformasi digital tidak semata-mata berbicara tentang teknologi, tetapi tentang bagaimana teknologi dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat pemerataan pembangunan.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat kami harapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan pada masa yang akan datang.

Akhir kata, kami berharap buku ini dapat menjadi jembatan yang menghubungkan gagasan dengan praktik, pengetahuan dengan tindakan, serta visi pembangunan dengan kebutuhan nyata masyarakat. Semoga buku ini memberikan manfaat bagi akademisi, mahasiswa, praktisi, dan para pemangku kepentingan dalam mewujudkan pembangunan wilayah dan desa yang adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan di era digital.

Pekanbaru, 02 Juni 2026

Tim Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii

Bab 1.

PEMBERDAYAAN EKONOMI DAN PENGEMBANGAN POTENSI DESA	1
1.1. Pengembangan Ekonomi Lokal dan UMKM Desa	2
1.2. Pariwisata Desa dan Ekonomi Kreatif.....	17
1.3. Inovasi dan Digitalisasi Ekonomi Desa	26

Bab 2.

TATA KELOLA PEMERINTAHAN DAN KEBIJAKAN DESA ..	31
2.1. Sistem Pemerintahan Desa dan Regulasi	34
2.2. Perencanaan Partisipatif dan Musrenbang	38
2.3. Transparansi, Akuntabilitas, dan <i>Good Governance</i>	43

Bab 3.

LINGKUNGAN, RISIKO, DAN KETAHANAN WILAYAH	49
3.1. Perencanaan Berbasis Lingkungan dan Ekologi.....	50
3.2. Mitigasi Bencana dan Ketahanan Desa	55

3.3. Adaptasi Perubahan Iklim Dalam Perencanaan Wilayah	61
---	----

Bab 4.

INOVASI DAN TEKNOLOGI DALAM PERENCANAAN 67

4.1. <i>Smart City</i> dan <i>Smart Village</i>	68
4.2. <i>Big Data</i> dan <i>Artificial Intelligence</i> dalam Perencanaan	77
4.3. Tranformasi Digital dalam Pelayanan Publik Desa...	86

Bab 5.

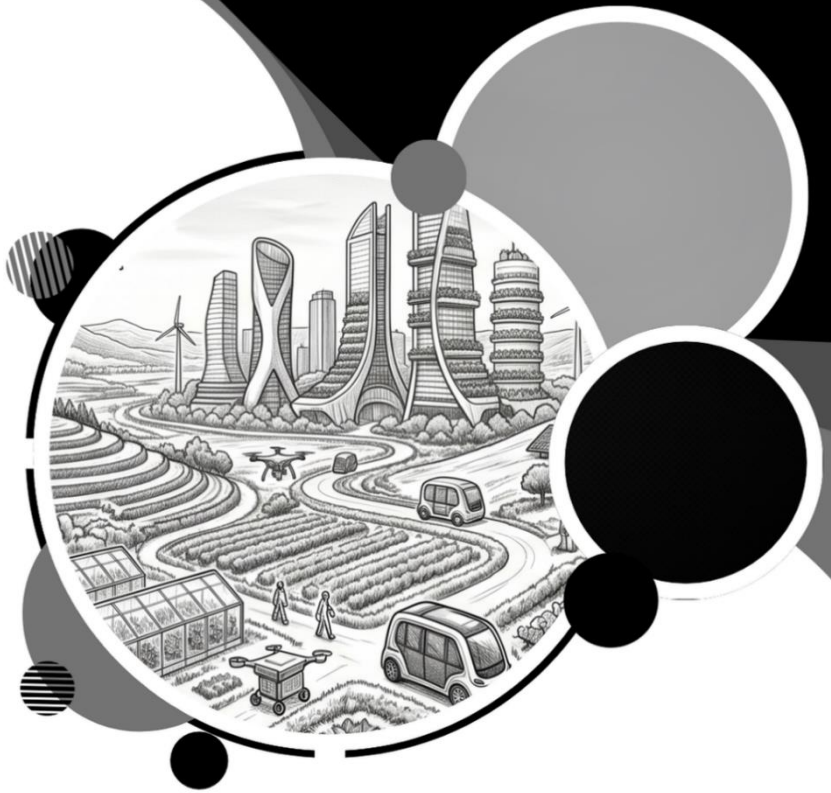
MASA DEPAN PERENCANAAN WILAYAH DAN DESA..... 99

5.1. Tantangan Perencanaan di Era Globalisasi	100
5.2. Kolaborasi Multi <i>Stakeholder</i> dalam Pembangunan Desa	112
5.3. Arah Kebijakan Prospek Perencanaan Wilayah dan Desa di Masa Depan.....	123
5.4. Konsep Pembangunan Wilayah dan Desa	125
5.5. Perubahan Arah Pembangunan Wilayah dan Desa	126
5.6. Prospek Profesi Pembangunan Wilayah dan Desa ke Depan.....	128
5.7. Kompetensi yang Dibutuhkan pada Masa Depan.....	132

DAFTAR PUSTAKA..... 135

PROFIL PENULIS 145

PROFIL EDITOR..... 151



Bab 1.

PEMBERDAYAAN EKONOMI DAN PENGEMBANGAN POTENSI DESA

1.1. Pengembangan Ekonomi Lokal dan UMKM Desa

Pembangunan desa pada era modern tidak lagi hanya dipahami sebagai upaya membangun infrastruktur fisik, seperti jalan, jembatan, atau fasilitas umum lainnya. Lebih dari itu, pembangunan desa saat ini juga menuntut penguatan fondasi ekonomi masyarakat agar mampu menciptakan kesejahteraan yang berkelanjutan. Desa bukan lagi dipandang sebagai wilayah yang tertinggal dan bergantung pada pusat pertumbuhan ekonomi di perkotaan, melainkan sebagai ruang yang menyimpan berbagai potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, serta kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi kekuatan ekonomi baru.

Di tengah perubahan ekonomi global dan perkembangan teknologi digital yang semakin cepat, desa memiliki peluang besar untuk tumbuh menjadi pusat aktivitas ekonomi yang produktif. Potensi pertanian, peternakan, perikanan, kerajinan, hingga sektor pariwisata dapat menjadi motor penggerak pembangunan apabila dikelola secara tepat. Namun, potensi yang besar tidak akan memberikan manfaat yang optimal tanpa adanya perencanaan, pemberdayaan, serta dukungan kelembagaan yang memadai. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi lokal menjadi salah satu pendekatan yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang berbasis pada potensi dan kebutuhan masyarakat setempat.

Pengembangan ekonomi lokal pada dasarnya merupakan proses yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan. Pendekatan ini menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya lokal, peningkatan kapasitas

masyarakat, serta penguatan kerja sama antar berbagai pihak untuk menciptakan peluang ekonomi yang lebih luas. Dengan kata lain, pembangunan ekonomi desa bukan hanya tentang meningkatkan angka pendapatan, tetapi juga tentang membangun kemandirian masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan potensi yang dimiliki.

Salah satu pilar utama dalam pengembangan ekonomi desa adalah keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang sangat strategis karena mampu menyerap tenaga kerja, menciptakan peluang usaha baru, meningkatkan nilai tambah produk lokal, serta memperkuat daya tahan ekonomi masyarakat. Dalam banyak kasus, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian desa yang mampu bertahan bahkan di tengah berbagai krisis ekonomi. Dari usaha pengolahan hasil pertanian, peternakan, kerajinan tangan, hingga usaha berbasis teknologi digital, UMKM telah membuktikan bahwa skala usaha yang kecil tidak berarti memiliki kontribusi yang kecil terhadap pembangunan.

Namun demikian, pengembangan UMKM desa masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan akses modal, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, kurangnya inovasi produk, sempitnya akses pasar, hingga keterbatasan pemanfaatan teknologi menjadi hambatan yang sering dijumpai. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan pasar menuntut pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dan meningkatkan daya saing usahanya.

Dalam konteks tersebut, peran lembaga ekonomi lokal dan pemerintah menjadi sangat penting. Kehadiran koperasi,

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), kelompok usaha masyarakat, lembaga keuangan mikro, serta berbagai organisasi ekonomi lainnya dapat menjadi penghubung antara potensi yang dimiliki masyarakat dengan peluang ekonomi yang tersedia. Sementara itu, pemerintah berperan dalam menciptakan kebijakan yang mendukung, menyediakan fasilitas pendampingan, membuka akses permodalan, serta memperluas jaringan pemasaran bagi produk-produk lokal.

Pada akhirnya, pembangunan ekonomi desa bukanlah proses yang dapat dilakukan secara instan. Ia merupakan perjalanan panjang yang membutuhkan sinergi antara masyarakat, pelaku usaha, lembaga ekonomi lokal, pemerintah, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Ketika potensi lokal mampu diolah menjadi kekuatan ekonomi yang produktif, UMKM tumbuh secara berkelanjutan, dan masyarakat terlibat aktif dalam setiap proses pembangunan, maka desa tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga menjadi subjek yang menentukan arah kemajuannya sendiri.

1.1.1. Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL)

Peningkatan kesejahteraan sosial melalui pendekatan pembangunan sosial dan ekonomi dilaksanakan melalui Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL), dianggap merupakan salah satu upaya strategi guna mengurangi terjadinya *distorted development* (Najiyati, dkk, 2015). *Disorted development* adalah pembangunan yang terdistorsi dianggap sebagai sisa atau hasil yang muncul akibat adanya tindakan yang salah mengenai pembangunan, dimana pembangunan sudah tidak lagi memprioritaskan kesejahteraan manusia. Dalam hal ini,

pembangunan sosial bertujuan untuk mengadopsi pendekatan menyeluruh (dengan prespektif makro) dimana pembangunan menitikberatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya dalam perencanaan intervensi dengan pendekatan perubahan yang dinamis dan terencana secara umum. Tindakan ini bertujuan untuk mencapai keselarasan antara intervensi sosial dan upaya pembangunan ekonomi (Agustari dan Toni Kurniawan, 2022).

Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) di tingkat desa merupakan strategi pembangunan yang mengoptimalkan sumber daya manusia, kelembagaan, dan instrumen fisik lokal untuk merangsang aktivitas ekonomi daerah. Pendekatan ini menempatkan masyarakat desa sebagai aktor utama dalam mengidentifikasi, mengelola, dan memanfaatkan potensi komoditas unggulan setempat (*One Village One Product*). Strategi ini berfokus pada penguatan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pembentukan wadah kolektif seperti Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) guna memperkuat posisi tawar masyarakat di pasar yang lebih luas.

Menurut Blakely dalam Supriyadi (2007, h.103-123) dalam keberhasilan pengembangan ekonomi lokal dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

1. Perluasan kesempatan bagi masyarakat kecil dalam kesempatan kerja dan usaha;
2. Perluasan bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan;
3. Keberdayaan lembaga usaha mikro dan kecil dalam proses produksi dan pemasaran; dan

4. Keberdayaan kelembagaan jaringan kerja kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal.

Arah tujuan dan cakupan inisiatif pengembangan ekonomi lokal menurut perspektif GTZ (2004) dalam Dendy, et.al (2004) antara lain:

1. Mendorong ekonomi lokal untuk tumbuh dan menciptakan tambahan lapangan kerja,
2. Mendayagunakan sumber daya lokal yang tersedia secara lebih baik,
3. Menciptakan ruang dan peluang untuk penyelarasan suplai dan permintaan,
4. Serta mengembangkan peluang-peluang baru bagi bisnis.

PEL merupakan hubungan kerja sama kolektif antara pemerintah, dunia usaha serta sektor non pemerintah dengan cara memanfaatkan sumber daya secara optimal yang merupakan upaya untuk merangsang dan menciptakan perekonomian lokal yang kuat, mandiri dan berkelanjutan.

PEL berhubungan erat dengan dengan memberdayakan potensi manusia, institusi dan lingkungan sekitar. Upaya dalam mengembangkan PEL tidak hanya melibatkan Sumber Daya Manusia (SDM) namun juga dibutuhkan lembaga yang terlatih untuk mengelola SDM yang mulai berkembang. Selain itu, dibutuhkan lingkungan yang mendukung supaya lembaga ekonomi lokal bisa berkembang secara optimal (M. Hasan dan M. Azis, 2018). Keberhasilan PEL dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu;

1. Peluang bidang pekerjaan dan usaha terbuka lebih luas bagi masyarakat kecil;

2. Peluang peningkatan pendapatan lebih luas bagi masyarakat yang kurang mampu;
3. Adanya pemberdayaan lembaga bisnis dengan skala mikro dan kecil dalam proses produksi dan pemasaran;
4. Adanya pemberdayaan struktur kerja sama lembaga antara pemerintah, dan masyarakat lokal (Supriyadi, 2007).

1.1.2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan industri usaha ekonomi produktif yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan hidup masyarakat (Apriani & Said, 2022). Saat ini UMKM di atur dalam dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa mengenai maksud dari usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu;

1. Usaha Mikro

Usaha mikro memiliki kriteria yaitu usaha milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Dikatakan usaha mikro apabila usaha tersebut memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000,- dan tidak mencakup bangunan dan tanah tempat usaha. Penghasilan dalam usaha mikro paling banyak adalah Rp. 300.000.000,- pertahun.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan usaha milik perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Termasuk usaha kecil apabila usaha memiliki kekayaan bersih Rp. 50.000.000 dan maksimal yang dibutuhkan adalah 500.000.000. Penjualan bisnis tiap tahunnya yaitu 300.000.000 dan maksimal Rp.2,5 Miliar.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha yang berdiri sendiri dan pelakunya adalah perorangan/badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil maupun usaha besar. Usaha ini memiliki kekayaan sebesar Rp.500.000.000,- sampai dengan Rp.10.000.000.000,-. Hasil Penjualan lebih dari Rp.2.500.000.000,- sampai Rp.50.000.000.000,-.

UMKM adalah unit khusus berharga yang masih bersifat otonom dan dikelola oleh individu maupun badan usaha. Secara umum yang membedakan Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar yaitu nilai aset asli (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset pertahun atau jumlah permanen pekerja. Di setiap negara pengembangan UMKM merupakan prioritas utama. Karena UMKM memberikan kontribusi bagi negaram khususnya di bidang sosial dan ekonomi (Budiwitjaksono et al., 2023).

Berbanding dengan usaha besar, UMKM memiliki karakteristik tersendiri. UMKM beroperasi secara mandiri tanpa hubungan yang luas atau diatur oleh grup bisnis. Ciri lainnya adalah UMKM menggunakan teknologi dasar atau rendah; bahkan usaha kecil sering mengandalkan teknologi manual (Muheramtohad, 2017).

UMKM memiliki peranan yang penting bagi perekonomian dalam suatu negara terutama di Indonesia. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan pelaksana atau alat penggerak berjalannya UMKM. Sehingga dalam memaksimalkan pembangunan diperlukan SDM yang berkualitas. UMKM memiliki potensi dalam memberikan dampak terhadap perekonomian dengan menghasilkan perekonomian dengan menghasilkan inovasi dan kreasi, mendorong stabilitas dan pertumbuhan ekonomi lokal, serta menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini dikarenakan UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi, sehingga UMKM berperan dalam pengentasan Kemiskinan (Fathunnisa & Syahputra, 2023). Di daerah, keberadaan UMKM sangatlah penting dalam menyebarkan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja dari sektor yang tidak terorganisir, selain untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Negara telah menyusun strategi dan proyek pendukung serta mekaksanakannya untuk membantu penguatan UMKM dan pengembangan UMKM yang berkelanjutan (Budiwitjaksono et al., 2023).

1.1.3. Peran Lembaga Ekonomi Lokal Dalam Penyediaan Layanan Dasar

Pembangunan desa bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa dan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui pemenuhan kebutuhan dasar, pembangunan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan.

Dengan demikian, ketika desa hendak menggunakan kewenangannya dalam membangun infrastruktur sebaiknya desa mempertimbangkan dan memprioritaskan pembangunan infrastruktur yang mendukung akses masyarakat terhadap layanan dasar dan infrastruktur yang bisa mendorong produktivitas masyarakat desa.

Berdasarkan UU Desa, desa dapat menyelenggarakan penyediaan layanan dasar dengan mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). BUMDesa merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa. Berdasarkan definisi tersebut BUMDesalah yang diharapkan mengelola aset dan jasa pelayanan, terutama layanan dasar yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. BUMDesa diharapkan mengelola layanan dasar untuk kebutuhan strategis bagi masyarakat yang pada ujungnya dapat meningkatkan kegiatan ekonomi produktif bagi masyarakat desa.

UU No. 23 Tahun 2020 tentang Pemerintahan Daerah menegaskan bahwa pemenuhan air bersih bagi masyarakat merupakan salah satu tanggung jawab pemerintah dan pemerintah daerah sebagai bagian dari pelayanan publik yang harus mereka lakukan. Pelayanan dasar publik harus dijamin dan diberikan oleh badan publik yang dibentuk oleh pemerintah kelurahan dengan dukungan dana dari pemerintah daerah. Badan publik atau badan pengelola ini harus bisa diakses oleh

seluruh lapisan masyarakat berdasarkan prinsip terbuka, dapat dipertanggungjawabkan, dan melibatkan masyarakat

1.1.4. UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Desa

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi desa. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian lokal. Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki daya tahan tinggi terhadap krisis ekonomi karena berbasis pada potensi lokal dan menggunakan sumber daya masyarakat setempat.

Di wilayah pedesaan, UMKM berkembang pada sektor makanan olahan, kerajinan tangan, perdagangan, pertanian, dan jasa. Keberadaan UMKM membantu masyarakat memperoleh sumber pendapatan tambahan di luar sektor pertanian. Selain memberikan manfaat ekonomi, UMKM juga berkontribusi dalam menjaga budaya lokal melalui pengembangan produk khas daerah. Produk kerajinan dan makanan tradisional menjadi identitas ekonomi sekaligus budaya masyarakat desa. Namun demikian, UMKM desa masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan teknologi, dan akses pasar yang masih sempit.

1.1.5. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal

Secara teoretis, strategi pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal ini mengadopsi Teori Pembangunan Berbasis

Komunitas (*Community-Based Development Theory*) yang dikembangkan oleh Phillips dan Pittman (2009). Teori ini menyatakan bahwa pembangunan ekonomi yang berkelanjutan tidak dapat dipaksakan dari luar (*top-down*), melainkan harus digerakkan dari dalam (*bottom-up*) dengan cara membangun modal sosial (*social capital*) dan kapasitas manusia lokal. Penguatan UMKM desa berperan sebagai instrumen redistribusi pendapatan yang efektif untuk menekan angka kemiskinan dan mengurangi ketergantungan desa terhadap intervensi ekonomi luar.

Strategi pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia di desa untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat. Strategi ini penting agar pembangunan ekonomi sesuai dengan karakteristik wilayah dan budaya masyarakat setempat. Beberapa strategi pengembangan ekonomi desa antara lain:

1. Pengembangan produk unggulan desa.
2. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia.
3. Penguatan kelembagaan ekonomi desa.
4. Peningkatan akses modal usaha.
5. Pengembangan pemasaran produk lokal.
6. Pemanfaatan teknologi digital.

Pemerintah desa dapat membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga ekonomi yang berfungsi mengelola potensi ekonomi desa. BUMDes menjadi instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara kolektif. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang BUMDes, badan usaha desa bertujuan

meningkatkan perekonomian desa, mengoptimalkan aset desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.1.6. Tantangan Pengembangan UMKM Desa

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal. Namun, dalam pelaksanaannya UMKM desa masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan daya saing usaha. Tantangan tersebut berasal dari faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha masyarakat desa.

1. Keterbatasan Modal Usaha

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM desa adalah keterbatasan modal usaha. Banyak pelaku usaha di desa masih menggunakan modal pribadi dalam menjalankan usaha sehingga kapasitas produksi menjadi terbatas. Keterbatasan modal juga menyebabkan pelaku UMKM kesulitan mengembangkan produk, membeli peralatan modern, dan memperluas pemasaran. Selain itu, akses masyarakat desa terhadap lembaga keuangan formal masih rendah. Sebagian pelaku UMKM belum memenuhi persyaratan administrasi perbankan sehingga sulit memperoleh pinjaman usaha. Kondisi ini menyebabkan perkembangan usaha berjalan lambat. Menurut Tambunan (2019), keterbatasan modal merupakan hambatan utama UMKM di Indonesia karena memengaruhi kemampuan produksi dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

2. Rendahnya Kualitas Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM. Banyak pelaku UMKM desa masih memiliki keterbatasan dalam bidang manajemen usaha, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan penggunaan teknologi. Kurangnya pelatihan dan pendidikan kewirausahaan menyebabkan sebagian besar usaha dikelola secara tradisional tanpa perencanaan bisnis yang baik. Akibatnya, usaha sulit berkembang dan kurang mampu bersaing dengan produk industri modern. Selain itu, rendahnya kemampuan inovasi juga menjadi tantangan tersendiri. Produk yang dihasilkan sering kali kurang memiliki variasi, desain menarik, dan kualitas yang konsisten.

3. Keterbatasan Teknologi dan Inovasi

Perkembangan teknologi menuntut UMKM untuk mampu beradaptasi dengan sistem produksi dan pemasaran modern. Namun, banyak UMKM desa masih menggunakan peralatan sederhana dengan produktivitas rendah.

Keterbatasan teknologi menyebabkan proses produksi berjalan lambat dan kualitas produk kurang optimal. Selain itu, rendahnya pemanfaatan teknologi digital membuat UMKM desa sulit menjangkau pasar yang lebih luas.

Transformasi digital sebenarnya dapat menjadi peluang besar bagi UMKM desa, tetapi keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi digital masyarakat menjadi hambatan dalam penerapannya.

4. Akses Pasar yang Masih Terbatas

UMKM desa umumnya menghadapi kesulitan dalam memperluas jaringan pemasaran. Produk yang dihasilkan sering hanya dipasarkan di lingkungan lokal sehingga volume penjualan terbatas. Kurangnya promosi, kemasan produk yang sederhana, dan minimnya branding menyebabkan produk UMKM desa sulit bersaing di pasar modern. Selain itu, banyak pelaku usaha belum memahami strategi pemasaran digital dan pengelolaan media sosial. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran merupakan faktor penting dalam keberhasilan usaha karena menentukan kemampuan produk untuk dikenal dan diterima konsumen.

5. Infrastruktur yang Belum Memadai

Ketersediaan infrastruktur seperti jalan, listrik, internet, dan transportasi sangat memengaruhi perkembangan UMKM desa. Infrastruktur yang buruk dapat menghambat distribusi barang, meningkatkan biaya produksi, dan memperlambat akses pasar. Di beberapa wilayah pedesaan, kondisi jalan yang rusak dan akses transportasi yang terbatas menyebabkan distribusi produk menjadi tidak efisien. Selain itu, keterbatasan jaringan internet juga menghambat pengembangan pemasaran digital.

6. Persaingan Pasar yang Semakin Ketat

Globalisasi dan perkembangan perdagangan digital menyebabkan persaingan usaha semakin tinggi. Produk UMKM desa harus bersaing dengan produk industri besar maupun produk impor yang memiliki kualitas dan pemasaran lebih baik. Persaingan ini menuntut pelaku

UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, inovasi, dan strategi pemasaran agar tetap mampu bertahan di pasar.

7. Kurangnya Pendampingan dan Pelatihan

Pendampingan usaha sangat penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM desa. Namun, banyak masyarakat desa yang masih minim memperoleh pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, maupun penggunaan teknologi digital. Kurangnya pendampingan menyebabkan masyarakat kesulitan mengembangkan usaha secara profesional. Oleh karena itu, peran pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga swasta sangat diperlukan dalam memberikan pelatihan dan pembinaan UMKM.

1.1.7. Peran Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Desa

Pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan ekonomi desa melalui kebijakan, program pemberdayaan, dan pembangunan infrastruktur ekonomi. Beberapa bentuk dukungan pemerintah meliputi:

1. Penyediaan bantuan modal usaha.
2. Pelatihan kewirausahaan.
3. Pengembangan infrastruktur desa.
4. Pendampingan UMKM.
5. Fasilitasi pemasaran produk lokal.

Selain pemerintah, lembaga pendidikan dan sektor swasta juga dapat berperan dalam meningkatkan kapasitas masyarakat desa melalui pelatihan dan kerja sama ekonomi.

1.2. Pariwisata Desa dan Ekonomi Kreatif

Setiap desa memiliki cerita yang berbeda. Ada desa yang dianugerahi hamparan sawah yang menenangkan mata, ada yang dikelilingi pegunungan dan sungai yang memukau, ada pula yang kaya akan tradisi, seni, dan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Sayangnya, tidak semua potensi tersebut mampu dikenali dan dikelola sebagai kekuatan ekonomi yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Padahal, di tengah perubahan pola perjalanan wisata dan meningkatnya minat masyarakat terhadap pengalaman yang autentik, desa memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi yang menarik sekaligus sumber pertumbuhan ekonomi baru.

Pariwisata desa hadir sebagai salah satu pendekatan pembangunan yang menghubungkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan kehidupan masyarakat lokal dengan kebutuhan wisatawan akan pengalaman yang unik dan bermakna. Berbeda dengan pariwisata massal yang sering berpusat di kawasan perkotaan atau destinasi besar, pariwisata desa menawarkan sesuatu yang lebih dekat dengan kehidupan nyata. Wisatawan tidak hanya datang untuk melihat, tetapi juga untuk merasakan, belajar, dan berinteraksi langsung dengan masyarakat setempat. Dari aktivitas bertani, menikmati kuliner khas, menyaksikan pertunjukan budaya, hingga mengikuti tradisi lokal, semuanya menjadi bagian dari daya tarik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Lebih dari sekadar aktivitas rekreasi, pariwisata desa sesungguhnya merupakan pintu masuk bagi lahirnya berbagai peluang ekonomi baru. Ketika sebuah desa berkembang

menjadi destinasi wisata, maka kebutuhan akan jasa penginapan, kuliner, transportasi, pemandu wisata, souvenir, hingga berbagai produk kreatif masyarakat akan ikut meningkat. Kondisi ini menciptakan efek berganda (multiplier effect) yang mampu menggerakkan berbagai sektor ekonomi lokal secara bersamaan. Dengan kata lain, pariwisata tidak hanya menghadirkan wisatawan, tetapi juga membuka ruang bagi masyarakat untuk berinovasi dan menciptakan nilai tambah dari potensi yang mereka miliki.

Dalam konteks inilah ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, ide, dan inovasi masyarakat. Berbagai produk kerajinan tangan, kuliner khas, pertunjukan seni, fesyen lokal, fotografi, konten digital, hingga pengembangan atraksi wisata berbasis budaya merupakan contoh bagaimana kreativitas dapat diubah menjadi sumber pendapatan yang bernilai ekonomi. Di era digital saat ini, peluang tersebut bahkan semakin terbuka luas karena promosi dan pemasaran dapat dilakukan melalui berbagai platform digital yang mampu menjangkau pasar yang lebih besar tanpa batas geografis.

Namun demikian, pengembangan pariwisata desa tidak selalu berjalan tanpa tantangan. Banyak desa yang memiliki potensi wisata yang besar, tetapi belum didukung oleh infrastruktur yang memadai, kualitas sumber daya manusia yang kompeten, maupun strategi pengelolaan yang berkelanjutan. Di sisi lain, perkembangan pariwisata yang tidak terencana juga berisiko menimbulkan berbagai masalah, seperti kerusakan lingkungan, hilangnya nilai-nilai budaya lokal, hingga

ketimpangan manfaat ekonomi di tengah masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata harus dilakukan secara hati-hati dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

1.2.1. Konsep Pariwisata Desa

Pariwisata desa merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi alam, budaya, dan kehidupan masyarakat desa sebagai daya tarik wisata. Desa wisata menjadi salah satu strategi pembangunan ekonomi berbasis masyarakat.

Menurut Nuryanti (1993), desa wisata adalah integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi lokal.

Pengembangan desa wisata bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus menjaga kelestarian budaya dan lingkungan. Desa wisata tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga pengalaman budaya dan kehidupan masyarakat lokal.

Pariwisata desa berkembang pesat karena wisatawan mulai tertarik pada wisata berbasis pengalaman dan keaslian budaya lokal. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi desa untuk mengembangkan potensi wisata yang dimiliki.

1.2.2. Potensi Desa Wisata

Potensi desa wisata dapat berupa wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata kuliner, maupun wisata edukasi. Setiap desa memiliki karakteristik unik yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Potensi wisata alam meliputi pantai, sungai,

hutan mangrove, pegunungan, dan persawahan. Sementara itu, wisata budaya mencakup tradisi adat, kesenian daerah, kerajinan tradisional, dan kuliner khas. Pengembangan desa wisata perlu memperhatikan aspek keberlanjutan agar tidak merusak lingkungan dan budaya lokal. Oleh karena itu, partisipasi masyarakat menjadi faktor penting dalam pengelolaan wisata desa.

1.2.3. Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata merupakan bentuk diversifikasi ekonomi pedesaan yang mengintegrasikan atraksi alam, kebudayaan, kehidupan sehari-hari masyarakat, dan kearifan lokal ke dalam satu kesatuan produk wisata terpadu. Aktivitas ini secara simultan menggerakkan sektor ekonomi kreatif seperti kerajinan tangan, kuliner lokal, seni pertunjukan, dan arsitektur tradisional yang diproduksi langsung oleh komunitas lokal. Sektor pariwisata pedesaan bertindak sebagai industri tanpa asap yang memberikan efek pengganda ekonomi (*economic multiplier effect*) tinggi bagi pendapatan masyarakat tanpa mengeksploitasi sumber daya alam secara destruktif.

Landasan ilmiah pengembangan desa wisata ini mengacu pada Teori Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community-Based Tourism Theory* / CBT) oleh Murphy (1985). Teori CBT menekankan bahwa agar sebuah destinasi wisata dapat berkelanjutan, komunitas lokal harus memegang kendali penuh atas perencanaan, pengelolaan, dan penentuan arah kebijakan pariwisata. Keterlibatan aktif ini memastikan bahwa keuntungan finansial (*direct revenue*) mengalir langsung ke kantong masyarakat setempat, bukan kepada investor luar (*leakage*

effect), sekaligus menjaga kelestarian identitas budaya dan lingkungan desa.

Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat merupakan kegiatan pembangunan desa yang sepenuhnya melibatkan masyarakat lokal sebagai pemegang kepentingan. Secara formal pengembangan wisata berbasis masyarakat ini merupakan kebijakan resmi pemerintah sebagaimana tersirat dalam prinsip kepariwisataan Indonesia yang dirumuskan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata yang mencakup prinsip:

1. Masyarakat sebagai kekuatan dasar;
2. Pariwisata: dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat; serta
3. Pariwisata adalah kegiatan seluruh lapisan masyarakat, sedangkan pemerintah hanya merupakan fasilitator dari kegiatan pariwisata.

1.2.4. Ekonomi Kreatif Masyarakat

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), "ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan".

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan,

bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan antara lain:

1. Kreativitas (*Creativity*)

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan dapat diterima umum. Bisa juga menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (thinking out of the box). Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

2. Inovasi (*Innovation*)

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Sebagai contoh inovasi, cobalah melihat beberapa inovasi di video-video youtube.com dengan kata kunci "lifehack". Di video itu diperlihatkan bagaimana suatu produk yang sudah ada,

kemudian di-inovasikan dan bisa menghasilkan sesuatu yang bernilai jual lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

3. Penemuan (*Invention*)

Istilah ini lebih menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Pembuatan aplikasi-aplikasi berbasis android dan iOS juga menjadi salah satu contoh penemuan yang berbasis teknologi dan informasi yang sangat memudahkan manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Ciri-ciri ekonomi kreatif menurut Scholten & Gibbon (2002) dalam (Chollisni et al., 2022) adalah sebagai berikut:

1. Ide adalah gagasan utama dari pelaku ekonomi;
2. Adanya kreasi intelektual dalam dunia usaha;
3. Kegiatan usaha bersifat terbuka dan tidak terbatas;
4. Menghasilkan produk yang bernilai kreatif;
5. Adanya kerjasama dari berbagai pihak;
6. Ekonomi kreatif sebagai konsep yang bersifat relatif dan mudah diganti.

Ekonomi kreatif bukan sekadar aktivitas ekonomi biasa, melainkan sebuah model pembangunan berbasis pengetahuan yang berfokus pada pemanfaatan modal intelektual untuk menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan. Berikut ini dampak dan manfaat ekonomi kreatif bagi Masyarakat:

1. Teori Nilai Tambah Ekonomi (Economic Value Added)
Ekonomi kreatif secara fundamental bekerja dengan cara mentransformasikan bahan baku standar atau ide abstrak

menjadi komoditas bernilai ekonomi tinggi melalui sentuhan kreativitas, desain, dan inovasi kemasan. Dampak bagi Masyarakat: Meningkatkan daya saing produk lokal, menaikkan harga jual komoditas tradisional, serta merangsang pertumbuhan wirausaha baru (UMKM kreatif) di tingkat akar rumput.

2. Teori Penyerapan Tenaga Kerja dan Pengurangan Kemiskinan

Sifat industri kreatif yang padat karya (*labor-intensive*) dan berbasis bakat individu menjadikannya inklusif dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa selalu menuntut modal kapital yang besar. Dampak bagi Masyarakat: Membuka lapangan kerja non-formal yang luas, menekan angka pengangguran di daerah, serta meningkatkan pendapatan riil rumah tangga guna mencapai kemandirian ekonomi.

3. Teori Perluasan Pasar dan Digitalisasi

Pemberdayaan masyarakat dalam ekonomi kreatif sangat erat kaitannya dengan adaptasi teknologi informasi, seperti pemanfaatan platform *e-commerce* dan strategi pemasaran digital (*digital marketing*). Dampak bagi Masyarakat: Memutus rantai distribusi yang panjang, memperluas jangkauan pasar produk lokal hingga ke tingkat nasional maupun global, serta meningkatkan literasi digital masyarakat.

4. Teori Komodifikasi Budaya dan Pelestarian Lokal

Ekonomi kreatif mampu mengintegrasikan aspek ekonomi dengan warisan budaya, tradisi lokal, serta kearifan lokal (*local wisdom*) suatu daerah tanpa merusak nilai luhurnya.

Dampak bagi Masyarakat: Mengubah warisan budaya benda maupun takbenda menjadi daya tarik wisata dan produk komersial, memicu kebanggaan identitas daerah, serta menjamin keberlanjutan tradisi di tengah modernisasi.

1.2.5. Dampak Pariwisata terhadap Perekonomian Desa

Pariwisata memiliki dampak positif terhadap perekonomian desa karena mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan membuka peluang usaha baru.

Beberapa dampak positif pariwisata antara lain:

1. Meningkatkan pendapatan masyarakat.
2. Membuka lapangan pekerjaan.
3. Meningkatkan promosi budaya lokal.
4. Mendorong pembangunan infrastruktur.
5. Meningkatkan investasi daerah.

Namun demikian, pengembangan pariwisata juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, perubahan budaya, dan meningkatnya sampah wisata. Oleh karena itu, pengelolaan wisata desa harus dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan masyarakat lokal.

1.2.6. Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan

Pengembangan desa wisata berkelanjutan bertujuan menjaga keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian budaya, dan perlindungan lingkungan.

Beberapa strategi pengembangan desa wisata antara lain:

1. Penguatan kelembagaan wisata desa.
2. Pelatihan sumber daya manusia.
3. Promosi digital wisata.

4. Pengelolaan lingkungan wisata.
5. Pengembangan produk wisata kreatif.

Selain itu, kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan desa wisata.

1.3. Inovasi dan Digitalisasi Ekonomi Desa

Transformasi digital di sektor pedesaan melibatkan integrasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ke dalam sistem produksi, manajemen usaha, dan rantai pemasaran produk desa. Digitalisasi ekonomi perdesaan memangkas rantai pasok distribusi yang panjang (*disintermediation*), sehingga mempertemukan produsen UMKM desa langsung dengan konsumen akhir melalui platform pasar digital (*e-commerce*) dan pemasaran digital (*digital marketing*). Inovasi ini mengubah paradigma keterisolasian desa, memungkinkan produk lokal bersaing di pasar nasional hingga global, serta meningkatkan inklusi keuangan melalui adopsi sistem pembayaran nontunai (*fintech*).

Secara teoretis, proses adopsi teknologi di pedesaan dijelaskan melalui Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations Theory*) yang dirumuskan oleh Everett Rogers (2003). Teori ini memetakan bagaimana sebuah ide, praktik, atau teknologi baru diadopsi oleh masyarakat melalui saluran komunikasi tertentu dari waktu ke waktu. Dalam ekosistem desa, percepatan difusi inovasi digital sangat bergantung pada peran pemerintah desa dan pemuda penggerak (*early adopters*) untuk mengatasi kesenjangan digital (*digital divide*). Transformasi ini menjadi

kunci bagi pembentukan desa cerdas (*Smart Village*) yang memiliki ketahanan ekonomi tinggi di era modern.

1.3.1. Konsep Digitalisasi Ekonomi Desa

Digitalisasi ekonomi desa merupakan proses pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi masyarakat desa. Transformasi digital bertujuan meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing produk desa.

Perkembangan internet dan teknologi informasi membuka peluang baru bagi masyarakat desa untuk mengembangkan usaha secara lebih modern. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan pemasaran online, tetapi juga mencakup sistem pembayaran digital, administrasi usaha, dan layanan ekonomi berbasis teknologi.

Menurut Castells (2010), perkembangan teknologi informasi telah membentuk masyarakat jaringan yang menjadikan konektivitas digital sebagai faktor utama dalam pembangunan ekonomi modern.

1.3.2. Transformasi Digital dalam UMKM Desa

Transformasi digital UMKM dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, aplikasi keuangan digital, dan teknologi produksi. Dengan digitalisasi, UMKM desa dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Produk lokal desa kini dapat dipasarkan secara nasional bahkan internasional. Selain pemasaran, digitalisasi juga membantu UMKM dalam pengelolaan keuangan dan pencatatan usaha sehingga pengelolaan bisnis

menjadi lebih efektif. Namun demikian, transformasi digital masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital masyarakat, dan keterbatasan perangkat teknologi.

1.3.3. Pemasaran Digital Produk Desa

Pemasaran digital merupakan strategi promosi produk menggunakan media digital seperti media sosial, website, marketplace, dan aplikasi online. Pemasaran digital menjadi solusi penting bagi masyarakat desa karena biaya promosi relatif lebih murah dibandingkan pemasaran konvensional. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp menjadi platform yang banyak digunakan masyarakat untuk mempromosikan produk lokal. Selain itu, marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada membantu UMKM desa menjual produk secara lebih luas. Strategi pemasaran digital yang baik harus memperhatikan kualitas produk, desain kemasan, branding, dan pelayanan konsumen.

1.3.4. Inovasi Teknologi dalam Pengembangan Desa

Inovasi teknologi menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi desa modern. Teknologi dapat digunakan dalam sektor pertanian, perikanan, pariwisata, dan perdagangan. Contoh inovasi teknologi di desa antara lain:

1. Sistem irigasi modern.
2. Pertanian berbasis digital.
3. Aplikasi pemasaran hasil pertanian.
4. Wisata virtual desa.
5. Sistem informasi desa.

Pemanfaatan teknologi mampu meningkatkan produktivitas dan efisiensi kegiatan ekonomi masyarakat. Selain itu, inovasi juga membantu masyarakat menghadapi persaingan ekonomi global yang semakin kompetitif.

1.3.5. Tantangan dan Peluang Digitalisasi Desa

Digitalisasi desa memberikan banyak peluang ekonomi, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan. Peluang digitalisasi desa antara lain:

1. Memperluas akses pasar.
2. Meningkatkan efisiensi usaha.
3. Membuka peluang kerja baru.
4. Meningkatkan promosi wisata desa.
5. Memperkuat ekonomi kreatif.

Sementara itu, tantangan digitalisasi desa meliputi:

1. Keterbatasan infrastruktur internet.
2. Rendahnya literasi digital.
3. Keterbatasan modal teknologi.
4. Kurangnya pelatihan masyarakat.
5. Persaingan pasar digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustari dan Kurniawan, Toni. 2022. Strategi Kebijakan Pembangunan Sosial Mellaui Gerakan Filantropi Islam di Kabupaten Belitung. *Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya*. Vol. 7 No. 2 Hal.116-133.
- Ahmada, R., et al. (2023). Penyusunan rencana tata ruang desa dan tantangan pembangunan lokal.
- Apriani, N., & Said, R. W. 2022. Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 28.
- ASEAN. (2022). ASEAN rural development and poverty eradication framework.
- Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG). (2025). *Laporan Tren Perubahan Iklim dan Kenaikan Muka Air Laut Indonesia 2024*. Jakarta: BMKG.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). (2025). *Buku Data Bencana Indonesia Tahun 2024*. Jakarta: PDSI Pusdatinkom BNPB. BNPB.

- Badan Pusat Statistik. 2023. Statistik Potensi Desa Indonesia. Jakarta.
- Big Data*. Principles and Best Practices of Scalable Real-Time Data Systems. 2016. Manning Publications.
- Blakely, Edward J., & Bradshaw, Ted K. 2002. Planning Local Economic Development. California: Sage Publications.
- Budiwitjaksono, G. S., Setyo, G., Akuntansi, B., Pembangunan, U., Veteran, N. ", Timur, J., Aprilya, R. A., Pembangunan, E., Dayu, S., Agroteknologi, A., Agribisnis, D. I., Ramadhan, M. R., & Bisnis, A. 2023. Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Klampok Kota Blitar. Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar. Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 1(3), 6029.
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. 2011. "Smart Cities in Europe." *Journal of Urban Technology*, 18(2), 65–82.
- Castells, Manuel. 2010. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Chambers, Robert. 1995. *Poverty and Livelihoods: Whose Reality Counts?* Brighton: IDS.
- Collaborative Governance dalam Pembangunan Desa. 2021. Jakarta: Rajawali Pers.
- Doug Laney. 2001. *3D Data Management: Controlling Data Volume, Velocity, and Variety*. META Group.
- E-Government. 2018. *Electronic Government for Public Administration*. Routledge.

- Firnanda, D., et al. (2026). Ekonomi Kreatif sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Ekonomi. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial (JUPENDIS)*, 4(1).
- Forman, R. T. (2014). *Land Mosaics: The Ecology of Landscapes and Regions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development: A model and its alternative [Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat: Sebuah Model dan Alternatifnya]. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(1), 1-21.
- Giffinger. 2007. *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities*. Vienna University of Technology.
- Hasan, M, dan Azis, M. 2018. Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat Strategi Pembangunan Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Lokal. Makassar: CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu.
- Howkins, John. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- IPCC. (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge: Cambridge University Press.
- John McCarthy. 1956. "Artificial Intelligence Research." Dartmouth Conference Proceedings.

- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 114 Tahun 2014 tentang Pedoman Pembangunan Desa.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. 2023. Statistik Pembangunan Desa Indonesia. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. 2022. Pengembangan *Smart Village* di Indonesia. Jakarta.
- Kementerian Kehutanan Republik Indonesia. (2025). *Laporan Pemantauan Hutan dan Deforestasi Indonesia Netto Tahun 2024*. Jakarta: Kementerian Kehutanan.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2021. Gerakan Menuju *Smart City*. Jakarta.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2021. Transformasi Digital
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2023. *Transformasi Digital Desa Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2023. *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. Pedoman Pengembangan Desa Wisata. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia. 2022. Kebijakan Pengembangan Wilayah dan Tata Ruang. Jakarta.

- Kementerian Pekerjaan Umum Republik Indonesia tentang pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan desa.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurnio, H., Fekete, A., Naz, F., Dittrich, C., & Clausen, U. (2021). Resilience Learning and Indigenous Knowledge in Rural Disaster Risk Reduction: A Case Study from Indonesia. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59, 102229.
- McHarg, I. L. (1992). *Design with Nature*. New York: John Wiley & Sons.
- Muheramtohad, S. 2017. Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 65-77.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach* [Pariwisata: Pendekatan Komunitas]. New York: Routledge.
- Muta'ali, L. (2014). *Perencanaan Pengembangan Wilayah Berbasis Pengurangan Risiko Bencana*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada.
- Myrdal, Gunnar. 1957. *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. London: Duckworth.
- Myrdal, Gunnar. 1957. *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. London: Duckworth.
- Najiyati, Sri, dkk. 2015. Sinergisme Komponen Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Peningkatan Kesejahteraan Sosial

- di Kawasan Pedesaan Telang dan Batu Betumplang. *Kajin Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 19 No. 3. 218-245.
- Nuryanti, Wiendu. 1993. *Concept, Perspective and Challenges of Village Tourism*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. 2019. *Artificial Intelligence in Society*. Paris.
- Pembangunan Desa dan Pemberdayaan Masyarakat. 2020. Yogyakarta: Gava Media.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang Badan Usaha Milik Desa.
- Permatasari, P., et al. (2021). Sustainable village development and governance effectiveness.
- Phillips, R., & Pittman, R. H. (Eds.). (2009). *An Introduction to Community Development* [Pengantar Pembangunan Komunitas]. London: Routledge.
- Pratama, R., & Gunawan, I. (2024). Dampak Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat dan Pelestarian Budaya Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 215-222.
- Pravitasari, A. E., et al. (2020). Analisis perubahan tutupan lahan dan konsistensi tata ruang.
- Program Studi Pembangunan Wilayah UGM mengenai prospek kerja lulusan pembangunan wilayah.

- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Ponorogo: Ziya Visi Media bekerja sama dengan Nulisbuku.com.
- Regional Development and Planning. 2018. Routledge.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* [Difusi Inovasi] (5th ed.). New York: Free Press.
- Rustiadi, E., et al. (2023). Transformasi perdesaan dan dinamika pembangunan wilayah.
- Sari, M., & Hidayat, A. (2025). Dampak Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Kualitas Hidup Di Pasar Kota Bojonegoro. *Journal of Pesantren and Humanitarian Studies (PESHUM)*, 4(2).
- Smart Village: Teknologi Digital dan Pembangunan Desa*. 2021. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- SuaraBaru.id terkait peluang karier lulusan perencanaan wilayah dan kota.
- Sujana, I. N., & Utami, N. P. S. (2022). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Potensi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 145-156.
- Supriyadi, E. 2007. Telaah Kendala Penerapan Pengembangan Ekonomi Lokal: Pragmatisme dalam Praktek Pendekatan PEL. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* 18(2): 103-123.
- Tambunan, Tulus. 2019. *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- The *Smart City* Cornerstone. 2016. Springer International Publishing.
- Twigg, J. (2015). *Disaster Risk Reduction (Good Practice Review 9)*. London: Overseas Development Institute (ODI).
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- United Nations Development Programme. 2020. Human Development Report. New York.
- United Nations. 2015. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York.
- uriga Nusantara. (2026). *Status Deforestasi Indonesia 2025 (STADI 2025)*. Jakarta: Auriga Nusantara. Auriga Nusantara.
- Viswanathan, M., Sridharan, S., Ritchie, R., & Venugopal, S. (2012). Marketing in subsistence marketplaces: Consumption and entrepreneurship in a rural town in India [Pemasaran di Pasar Subsisten: Konsumsi dan Kewirausahaan di Kota Pedesaan di India]. *Journal of Consumer Marketing*, 29(2), 123-132. (*Referensi untuk pemasaran produk pedesaan*).
- Wahyuni, S. (2024). Ekonomi Kreatif Guna Meningkatkan Perekonomian Melalui Pemberdayaan Masyarakat Lokal. *Jurnal Atmosfer Sains*, 2(4), 101-112.
- Widjaja, H. A. W. (2013). Otonomi desa: Merupakan otonomi yang asli, bulat, dan utuh. *Rajawali Pers*.
- World Bank. 2021. Cities, Culture, and Creativity: Leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development. Washington DC.

World Bank. 2021. Digital Development Overview. Washington DC.

World Health Organization. 2018. Intersectoral Collaboration for Sustainable Development. Geneva.

Yulianto, A., et al. (2020). Teknologi informasi dalam perencanaan pembangunan desa.



PROFIL PENULIS



Jahrizal, lahir pada tanggal 21 November 1962 di Duri, kabupaten Bengkalis. Riwayat pendidikan untuk jenjang S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Riau dengan mengambil Jurusan Ekonomi Pembangunan dan lulus pada tahun 1986. Kemudian

melanjutkan pendidikan pada pascasarjana atau S2 di Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Bandung (ITB) dengan mengambil Jurusan Studi Pembangunan dan lulus pada tahun 2003. Pada tahun 2012 telah menyelesaikan program Doktoran pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya dengan mengambil Jurusan Manajemen Pembangunan. Saat ini beliau menjadi dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau untuk program S1 Ilmu Ekonomi dan Pascasarjana S2 Manajemen. Untuk mata kuliah yang diampu saat ini adalah ekonomi industry, ekonomi publik, ekonomi manajerial, dan ekonomi mikro. judul studi terbaru yang telah dilaksanakan adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan Internet of Things

- Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air

- Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit. Untuk pengalaman pengabdian untuk masyarakat yang pernah dilaksanakan diantaranya adalah Inovasi Model Bisnis Budidaya Kambing Etawa yang Terintegrasi Pertanian Organik Menggunakan Internet of Things (2024)

- Pengembangan Produk Binder Berbasis Lateks Karet Alam sebagai substitusi komponen impor untuk Cat Emulsi Kedap Air (2024)

- Smart Machine Vision Berbasis Pencitraan Multispektral Untuk Sortasi Dan Grading Tandan Buah Segar Kelapa Sawit (2022). Selain aktif dalam berbagai penulisan penulis juga aktif dalam penulisan berbagai publikasi diantaranya adalah Advantages of the Location of the Bukit Batu Small and Medium Weaving Industry Center, Bengkalis Regency (2024)

- The Impact Of Government Spending, Financial Deepening, And Unemployment On Poverty Reduction In Indonesia (2024)

- The Economics of Vision's Machine For Sorting Palm Fruit Bunches to Increase Indonesia's CPO Exports (2023). Selain itu penulis juga memiliki Paten/HKI yaitu Aplikasi Manajemen Budidaya Kambing Etawa Terintegrasi Pertanian Organik Sistem Monitoring Sensor IoT - Sistem Informasi Manajemen Buah Sawit.

Email Penulis: jahrizal@lecturer.unri.ac.id



Atthorik Ananda Putra lahir di Pekanbaru pada tanggal 28 Juni 2003. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Saat ini, ia sedang melanjutkan pendidikan Magister (S2) pada Program Studi Perencanaan Wilayah dan Perdesaan di Universitas Riau.

Ketertarikannya terhadap isu pemberdayaan masyarakat, pembangunan wilayah, dan pengembangan perdesaan mendorongnya untuk terus memperdalam ilmu pengetahuan serta meningkatkan kapasitas diri melalui berbagai kegiatan akademik dan kemasyarakatan. Selama menempuh pendidikan, ia aktif mengembangkan kemampuan kepemimpinan, kerja sama, dan kepedulian sosial yang menjadi bekal dalam berkontribusi kepada masyarakat. Bagi Atthorik, pendidikan bukan hanya sarana untuk memperoleh gelar akademik, melainkan juga proses pembelajaran untuk memahami kebutuhan masyarakat serta mencari solusi atas berbagai permasalahan pembangunan yang dihadapi. Oleh karena itu, ia meyakini bahwa ilmu pengetahuan harus dapat diterapkan secara nyata dan memberikan manfaat yang luas bagi kehidupan masyarakat. Melalui bidang Pengembangan Masyarakat Islam dan Perencanaan Wilayah dan Perdesaan, ia berharap dapat berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat kapasitas desa dan daerah. Dengan semangat belajar dan pengabdian, ia berkomitmen untuk terus mengembangkan diri serta mengabdikan ilmu yang dimiliki demi kemajuan masyarakat, daerah, dan bangsa.



Ario Pamungkas Adalah mahasiswa aktif universitas riau, mendedikasikan fokus keilmuannya pada pembangunan daerah dan kelestarian lingkungan. Memiliki ketertarikan mendalam pada bidang perencanaan serta pengembangan potensi Sumber Daya Alam (SDA), dengan perhatian khusus pada optimalisasi wilayah pesisir secara berkelanjutan.

Perjalanan akademis diawali dengan menempuh pendidikan Sarjana (S1) pada program studi Agrobisnis Perikanan. Lewat studi tersebut, berhasil membangun fondasi pemahaman yang kuat mengenai tata kelola ekonomi perikanan dan potensi besar yang dimiliki oleh sektor maritim Indonesia. Didorong oleh keinginan untuk memberikan kontribusi yang lebih luas dalam skala regional, saat ini ia sedang menempuh studi Pascasarjana (S2) pada program studi Perencanaan Wilayah dan Perdesaan di Universitas Riau. Melalui integrasi ilmu agrobisnis dan perencanaan wilayah ini, agar dapat mengkaji strategi integratif untuk memajukan kawasan perdesaan dan pesisir demi kesejahteraan masyarakat lokal. Melalui karya tulis ini Ario berkomitmen untuk menyajikan pemikiran solutif serta inovasi kebijakan yang relevan bagi tantangan pembangunan wilayah hari ini dan di masa depan.



Ahmad Irfai lahir di Sungai Rawa pada tanggal 10 Mei 2002. Penulis merupakan lulusan Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, UIN Suska Riau. Selama menempuh pendidikan tinggi, penulis memiliki ketertarikan terhadap isu-isu pembangunan masyarakat, pemberdayaan sosial, serta pengembangan wilayah dan desa. Dalam pengalaman

organisasi, penulis pernah menjabat sebagai Wakil Ketua Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Pengembangan Masyarakat Islam. Pengalaman tersebut memberikan ruang bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan kepemimpinan, komunikasi, serta kerja sama dalam lingkungan akademik dan kemasyarakatan.

Penulis memiliki pandangan bahwa proses kehidupan merupakan bagian dari pembentukan karakter dan kepribadian seseorang. Hal tersebut tercermin dalam motto hidup yang dipegang penulis, yaitu: *"Pasang surut kehidupan seseorang tergantung kepribadiannya."* Motto ini menjadi motivasi bagi penulis untuk terus belajar, berkembang, dan berkontribusi dalam bidang akademik maupun sosial kemasyarakatan.



PROFIL EDITOR



Rizka Safira, merupakan lulusan Program Studi Ekonomi Syariah dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2025. Selama menempuh pendidikan sarjana, editor aktif berkontribusi dalam berbagai organisasi kemahasiswaan di tingkat program studi, fakultas, hingga universitas. Dalam bidang akademik, editor mencatatkan prestasi sebagai Juara 1 Lomba Karya Tulis Ilmiah Ekonomi Islam pada ajang Temu Ilmiah Regional (TEMILREG) se-Sumatera Bagian Tengah tahun 2023. Selama menempuh studi, editor juga penerima Beasiswa Prestasi dari Pemerintah Provinsi Riau sebagai bentuk apresiasi atas konsistensi capaian akademik. Komitmen editor dalam pengembangan ilmu pengetahuan diwujudkan melalui keterlibatan dalam kegiatan mentoring karya tulis ilmiah bagi siswa dalam program Madrasah Young Researchers (MYRES). Di samping itu, editor juga dipercaya sebagai delegasi dalam program KKN Kebangsaan XII tahun 2024 yang dilaksanakan di

Maluku, sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat sekaligus memperluas wawasan kebangsaan. Saat ini, editor tengah melanjutkan pendidikan jenjang Magister pada Program Studi S2 Ilmu Ekonomi di Universitas Riau. Bagi editor, *"Ekonomi tidak hanya sekedar teori dan angka melainkan The Queen of Social Sciences yang mampu menjelaskan berbagai fenomena kehidupan"* sehingga editor berkomitmen untuk terus mengembangkan kapasitas diri dan memberikan kontribusi pemikiran yang konstruktif, khususnya dalam bidang ekonomi dan pembangunan. Editor membuka ruang seluas-luasnya bagi pembaca untuk memberikan masukan, saran, maupun kritik yang konstruktif sebagai bagian dari proses penyempurnaan karya ini. Segala bentuk tanggapan dapat disampaikan melalui email: ikafira1453@gmail.com. Editor berharap buku ini tidak hanya menjadi sumber bacaan, tetapi juga mampu memberikan kontribusi pemikiran yang bermakna dalam berbagai pengembangan literatur, serta menjadi pemantik lahirnya diskusi dan kajian yang lebih luas.

PERENCANAAN WILAYAH DAN DESA

Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Era Digital

Desa kini bukan lagi sekadar ruang pinggiran, melainkan pusat tumbuhnya harapan, inovasi, dan masa depan pembangunan berkelanjutan. Di tengah arus digitalisasi, globalisasi, dan tantangan perubahan iklim, perencanaan wilayah dan desa dituntut mampu bergerak lebih adaptif, cerdas, dan visioner. Buku Perencanaan Wilayah dan Desa: Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Era Digital mengulas dinamika pembangunan desa modern melalui penguatan ekonomi lokal, transformasi digital, tata kelola pemerintahan yang partisipatif, hingga isu lingkungan dan ketahanan wilayah. Pembahasan mengenai smart village, GIS, big data, dan artificial intelligence (AI) menunjukkan bagaimana teknologi dapat menjadi jembatan menuju pelayanan publik yang lebih efektif dan pembangunan yang berkelanjutan. Lebih dari sekadar kajian akademik, buku ini menghadirkan refleksi bahwa masa depan Indonesia bertumpu pada desa yang mampu tumbuh mandiri, inovatif, dan tetap berpijak pada keberlanjutan. Dengan bahasa yang mengalir dan mudah dipahami, buku ini diharapkan menjadi referensi sekaligus inspirasi bagi mahasiswa, akademisi, praktisi, pemerintah, dan seluruh pembaca yang peduli pada arah baru pembangunan wilayah dan desa di Indonesia.



PENERBIT KBM INDONESIA
Anggota IKAPI
0813 5751 7526 / (0353) 3234874
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta
@penerbitbukujogja
@penerbit.kbm

ISBN 978-634-278-527-0

