

Digitalisasi Nagari Koto Tinggi melalui Website dan Pemasaran UMKM

Nofi Yendri Sudiar^{1*}, Akmam Akmam², Dedy Fitriawan³, Mohammad Isa Gautama⁴, Randy Putra⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: nysudiar@fmipa.unp.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Nagari Koto Tinggi sebagai upaya menjawab rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam tata kelola nagari dan pengembangan usaha masyarakat. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi ketiadaan website resmi nagari sebagai media informasi, rendahnya literasi digital perangkat nagari, serta terbatasnya kemampuan pelaku UMKM dalam manajemen usaha dan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui pembuatan website nagari, pelatihan pengelolaan website bagi perangkat nagari, pelatihan manajemen usaha, dan pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial serta marketplace. Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pada peserta pelatihan, dengan skor manajemen usaha meningkat dari 52,4 menjadi 78,6, dan skor pemasaran digital meningkat dari 48,1 menjadi 80,3. Website nagari berhasil dibangun dan mulai digunakan sebagai sarana informasi serta media promosi produk UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi nagari mampu memperkuat kapasitas perangkat nagari dan meningkatkan daya saing UMKM. Secara keseluruhan, program ini memberikan dasar penting bagi pengembangan ekosistem digital nagari yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi nagari; Pemasaran digital; UMKM; Website nagari.

Abstract

This community service program was implemented in Nagari Koto Tinggi to address the low level of digital technology utilization in local governance and the development of community-based enterprises. Key challenges included the absence of an official nagari (village-level administrative unit) website for information dissemination, low digital literacy among nagari officials, and limited proficiency among micro, small, and medium enterprise (MSME) owners in business management and digital marketing. The initiative involved developing an official nagari website, providing training for nagari officials on website management, and conducting workshops for MSME owners on business management and digital marketing—specifically focusing on social media and online marketplaces. Evaluation was carried out using pre-test and post-test instruments to measure improvements in participants' knowledge and skills. The results indicate significant progress: scores for business management rose from 52.4 to 78.6, while scores for digital marketing increased from 48.1 to 80.3. An official nagari website was successfully established and is now being used as a platform for information and the promotion of local MSME products. These findings demonstrate that the digitalization of the nagari can strengthen the capacity of local officials and enhance the competitiveness of MSMEs. Overall, this program provides a vital foundation for the development of a sustainable digital ecosystem within the nagari.

Keywords: digital marketing; digital literacy; digitalization of villages; MSMEs; nagari websites.

How to Cite: Sudiar, N. Y. et al. (2026). Digitalisasi Nagari Koto Tinggi melalui Website dan Pemasaran UMKM. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(3), 830-837.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2026 by author.

Pendahuluan

Transformasi digital pada tingkat nagari/desa menjadi kebutuhan mendesak dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang transparan, responsif, dan berorientasi pelayanan publik. Website nagari berfungsi sebagai sarana informasi, media promosi potensi lokal, serta platform pelayanan berbasis teknologi. Namun, banyak nagari di Indonesia belum mampu mengembangkan dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini juga terjadi pada Nagari Koto Tinggi yang memiliki populasi lebih dari 3.700 jiwa dengan mata pencaharian didominasi oleh sektor pertanian dan usaha mikro (berdasarkan data profil dan hasil koordinasi awal dengan Wali Nagari Koto Tinggi). Lebih lanjut, berdasarkan hasil survei pendahuluan dan pemetaan yang dilakukan tim pengabdian, tercatat sebanyak 70% pelaku UMKM di wilayah tersebut masih menjalankan usaha secara tradisional, tanpa strategi manajemen usaha maupun pemasaran digital. Kondisi ini berpengaruh terhadap rendahnya daya saing produk dan terbatasnya akses pasar.

Selain itu, perangkat nagari belum memiliki sarana digital resmi dan belum menguasai keterampilan dasar pengelolaan website ataupun literasi digital untuk pelayanan publik. Fasilitas BUMNag yang semestinya berperan sebagai motor ekonomi nagari juga belum aktif, sehingga potensi ekonomi lokal belum berjalan optimal. Sementara itu, peluang pengembangan ekonomi digital sangat terbuka, mengingat tingkat penetrasi internet nasional yang telah menembus angka di atas 80% dengan kontribusi pertumbuhan pengguna di wilayah perdesaan yang terus meningkat secara signifikan, didorong oleh tingginya adopsi telepon seluler dan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat desa ([Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024](#)).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi nagari mendorong peningkatan transparansi, efisiensi pelayanan publik, dan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa ([Shabihah et al., 2025](#)). Penelitian lain menegaskan bahwa pelatihan literasi digital dan pemasaran berbasis media sosial mampu meningkatkan omzet UMKM hingga 40%–70% setelah enam bulan program dilakukan ([Wicaksana, 2023](#)). Digital marketing dan pemanfaatan marketplace menjadi strategi yang semakin diminati oleh pelaku usaha mengingat efektivitasnya dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, sehingga mendukung pengelolaan usaha yang lebih adaptif di era digital ([Kader et al., 2024](#)). Walaupun demikian, tingkat digitalisasi UMKM di Indonesia masih tergolong rendah, dengan hanya sekitar 20% pelaku usaha yang telah menerapkan digitalisasi secara penuh ([Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia \[KemenkopUKM\], 2024](#)).

Website desa juga terbukti efektif sebagai media penyebaran informasi, sarana komunikasi masyarakat, dan platform promosi potensi lokal. Integrasi sistem informasi berbasis website terbukti dapat memperkuat transparansi, memperluas jangkauan informasi, dan mendukung pemasaran potensi lokal seperti produk UMKM, pariwisata, serta event budaya ([Wayahdi & Guntur, 2025](#)). Penelitian lain menemukan bahwa pengelolaan aplikasi website desa secara berkelanjutan mampu meningkatkan akses layanan publik, memperbaiki kualitas informasi desa, dan menguatkan partisipasi warga ([Waqfin et al., 2023](#)). Hasil-hasil ini menunjukkan bahwa website desa bukan hanya sarana informasi, tetapi juga instrumen penting untuk mengakselerasi pemberdayaan masyarakat melalui teknologi.

Dalam konteks yang lebih luas, transformasi digital di pedesaan menjadi bagian penting dalam percepatan pembangunan menuju Desa Cerdas. Integrasi teknologi informasi dalam tata kelola desa mampu membuka peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan publik, serta mendorong kemandirian desa ([Mayyora et al., 2025](#)). Percepatan digitalisasi di wilayah pedesaan terbukti dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menciptakan peluang ekonomi baru di tingkat lokal. Meskipun masih terdapat kesenjangan digital antara wilayah urban dan rural dengan hanya sekitar 45% masyarakat desa yang memiliki akses internet memadai program Desa Digital menjadi salah satu strategi nasional untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui literasi digital, penyediaan infrastruktur, dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia ([Prasetyo et al., 2025](#)).

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan yang dirumuskan dalam program pengabdian ini meliputi, ketiadaan website nagari sebagai pusat informasi dan media pelayanan, rendahnya kemampuan perangkat nagari dalam mengelola sistem digital, keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM terkait manajemen usaha modern, dan lemahnya keterampilan pemasaran digital sehingga produk lokal belum mampu bersaing secara optimal.

Tujuan pengabdian ini adalah membangun website nagari sebagai sarana informasi dan promosi potensi lokal, meningkatkan literasi digital perangkat nagari melalui pelatihan pengelolaan website, menguatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan manajemen usaha, dan meningkatkan kemampuan pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace. Kegiatan ini diharapkan mampu membangun fondasi ekosistem digital nagari yang berkelanjutan, serta memberikan manfaat jangka panjang bagi peningkatan ekonomi masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Metode penerapan dalam program pengabdian ini dirancang untuk mencapai tujuan digitalisasi nagari melalui tahapan analisis kebutuhan, pengembangan website, pelatihan berbasis praktik, serta evaluasi kuantitatif dan kualitatif. Seluruh tahapan disusun secara sistematis agar program sesuai dengan kondisi lapangan, kebutuhan mitra, serta tingkat kesiapan digital masyarakat.

Tahap pertama adalah analisis kebutuhan, yang dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi kelompok terfokus, dan wawancara informal dengan perangkat nagari serta pelaku UMKM. Tahap ini bertujuan mengidentifikasi literasi digital, kapasitas perangkat nagari, potensi wilayah, serta hambatan dalam pengelolaan informasi dan pemasaran produk lokal. Pendekatan ini sejalan dengan praktik analisis awal yang banyak digunakan pada penelitian digitalisasi desa, yang menekankan pentingnya pemetaan kondisi dan kesiapan digital sebelum perancangan intervensi (Fauzan, 2016; Sari & Diana, 2024). Metode observasi dan diskusi juga lazim digunakan dalam studi penguatan digital UMKM untuk memastikan program sesuai dengan karakteristik sosial dan ekonomi lokal (Karim et al., 2025).

Tahap kedua adalah pengembangan website nagari, yang meliputi perancangan struktur informasi, desain antarmuka, penyusunan konten awal, dan uji fungsionalitas. Proses ini mengadaptasi prinsip rancang bangun sistem informasi desa, sebagaimana digunakan dalam berbagai penelitian pengembangan website berbasis komunitas menggunakan framework modern dan pendekatan uji coba sistem (Suli & Nirisal, 2023; Rozi et al., 2017). Uji coba fungsional diterapkan untuk memastikan website dapat berjalan dengan baik, mudah diakses, serta dapat dikelola secara mandiri oleh perangkat nagari setelah pelatihan, sebagaimana disarankan dalam penelitian pengembangan website UMKM pedesaan (Rahman et al., 2024).

Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan, yang mencakup pelatihan pengelolaan website bagi perangkat nagari dan pelatihan manajemen usaha serta pemasaran digital bagi pelaku UMKM. Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi pemaparan materi, demonstrasi, dan praktik mandiri. Pendekatan berbasis praktik ini merujuk pada model literasi digital yang terbukti efektif meningkatkan kompetensi UMKM dalam memanfaatkan media sosial, marketplace, dan strategi branding digital (Handayani, 2023; Arumsari et al., 2022). Pelatihan dilengkapi sesi pendampingan agar peserta mampu mengaplikasikan keterampilan secara mandiri, selaras dengan metode pelatihan digitalisasi UMKM pedesaan yang menekankan praktik langsung dan penerapan teknologi dalam konteks lokal (Rachmadani et al., 2024).

Tahap keempat adalah evaluasi ketercapaian program, yang dilakukan menggunakan pendekatan campuran. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui pre-test dan post-test pada dua pelatihan utama untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Sementara itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui wawancara, observasi, dan diskusi untuk menilai perubahan perilaku, peningkatan aktivitas pemasaran digital, serta kemampuan perangkat nagari dalam mengelola website secara mandiri. Pendekatan evaluasi campuran ini sejalan dengan metode evaluasi program pengabdian masyarakat berbasis model CIPP, yang mengukur konteks, proses, dan hasil melalui indikator pengetahuan, sikap, dan perilaku (Umiyati et al., 2024; Yati, et al, 2023).

Seluruh tahapan metode tersebut dirancang untuk menghasilkan luaran yang dapat diukur secara jelas melalui indikator kuantitatif seperti peningkatan skor pre-test dan post-test serta indikator kualitatif berupa peningkatan literasi digital, perubahan perilaku teknologi, dan kemandirian perangkat nagari dalam memanfaatkan website sebagai sarana informasi dan promosi UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Nagari Koto Tinggi dirancang secara sistematis untuk menjawab permasalahan mitra, yakni rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam tata kelola pemerintahan nagari dan pengembangan usaha masyarakat. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara bertahap, mulai dari analisis kebutuhan, perancangan sistem, pelaksanaan pelatihan intensif, hingga evaluasi dampak program.

Untuk memberikan gambaran umum mengenai cakupan kegiatan, jenis pelatihan, jumlah peserta, metode evaluasi, dan hasil utama dari masing-masing program disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Pelatihan Program Pengabdian

Jenis Pelatihan	Jumlah Peserta	Metode Evaluasi	Hasil Utama
Pengelolaan Website Nagari	5 perangkat nagari	Evaluasi kualitatif	Peserta mampu mengelola dan memperbarui website secara mandiri

Manajemen Usaha	30 peserta	Pre-test & Post-test	Skor meningkat dari 52,4 menjadi 78,6
Pemasaran Digital	30 peserta	Pre-test & Post-test	Skor meningkat dari 48,1 menjadi 80,3

Berdasarkan Tabel 1, pelaksanaan pengabdian dibagi ke dalam tiga fokus utama yang melibatkan perangkat nagari dan pelaku UMKM. Elaborasi detail dari masing-masing tahapan kegiatan tersebut diuraikan sebagai berikut:

Tahap Pengembangan dan Pelatihan Pengelolaan Website Nagari

Tahapan ini difokuskan pada penguatan tata kelola pemerintahan nagari melalui penyediaan infrastruktur informasi digital. Sebelum pengembangan dilakukan, tim pengabdian bersama perangkat nagari mengidentifikasi kebutuhan fitur utama yang diperlukan oleh sebuah nagari modern. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa nagari belum memiliki website resmi, sehingga informasi kegiatan, profil wilayah, dan potensi lokal sulit diakses oleh masyarakat luas.

Tim kemudian membangun website resmi Nagari Koto Tinggi menggunakan kerangka kerja (*framework*) modern yang responsif dan mudah diakses. Website ini dirancang dengan struktur menu yang komprehensif, mencakup Beranda, Profil Nagari, Potensi Nagari, BUMNag, UMKM, Informasi/Berita, dan Galeri. Setelah sistem selesai dibangun, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan intensif bagi 5 orang perangkat nagari.

Pelatihan ini menggunakan metode demonstrasi dan praktik langsung (*hands-on*), di mana perangkat nagari diajarkan cara mengendalikan dasbor admin, memperbarui data profil nagari, mengunggah berita kegiatan, serta memasukkan katalog produk unggulan UMKM secara mandiri. Tampilan halaman utama website resmi hasil kolaborasi tim pengabdian dan perangkat nagari dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Website Resmi Nagari Koto Tinggi

Gambar 1 memperlihatkan antarmuka halaman utama website resmi Nagari Koto Tinggi, yang memuat informasi transparan, menu layanan publik, serta dokumentasi kebersamaan tim pengabdian dengan perangkat nagari dan masyarakat saat peluncuran sistem. Berdasarkan evaluasi kualitatif selama pendampingan, perangkat nagari menunjukkan respons positif dan kemampuan adaptasi yang baik. Mereka kini mampu memperbarui konten secara mandiri. Kemampuan ini menandakan adanya peningkatan kapasitas institusional yang sangat esensial dalam mendukung tata kelola pemerintahan nagari yang transparan, akuntabel, dan berbasis teknologi (*e-governance*) dalam jangka panjang (Rozi et al., 2017; Waqfin et al., 2023).

Tahap Pelatihan Manajemen Usaha bagi Pelaku UMKM

Aspek kedua dari program pengabdian ini adalah penguatan kapasitas ekonomi masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pelatihan manajemen usaha diikuti oleh 30 orang pelaku UMKM lokal yang sebelumnya sebagian besar menjalankan usaha secara konvensional tanpa pencatatan keuangan maupun perencanaan bisnis yang terstruktur.

Pelaksanaan pelatihan ini dimulai dengan pemberian lembar *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terhadap manajemen usaha modern. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan dasar pembukuan keuangan sederhana, perhitungan harga pokok produksi (HPP), strategi penetapan harga, perencanaan bisnis (*business plan*), serta pentingnya standarisasi dan pengemasan produk (*packaging*) agar memiliki daya tarik visual yang lebih tinggi di pasaran. Setelah pemaparan materi dan sesi diskusi interaktif, peserta diberikan lembar *post-test* untuk mengukur tingkat penyerapan materi.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, di mana skor rata-rata pelatihan manajemen usaha meningkat dari 52,4 (*pre-test*) menjadi 78,6 (*post-test*), dengan persentase

peningkatan mencapai 26,2% (sebagaimana dirangkum pada Tabel 2). Peningkatan ini membuktikan bahwa pembekalan materi manajerial secara terstruktur berhasil membuka wawasan pelaku UMKM untuk mengelola aspek operasional dan finansial usaha mereka secara lebih profesional.

Tahap Pelatihan Pemasaran Digital dan Pemanfaatan Marketplace

Sejalan dengan penguatan manajemen usaha, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran digital (*digital marketing*) bagi 30 peserta pelaku UMKM yang sama. Mengingat pergeseran perilaku konsumen yang kian mengandalkan platform digital, pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta keterampilan praktis dalam memanfaatkan media sosial (seperti Instagram dan Facebook) serta platform *marketplace* guna memperluas jangkauan pangsa pasar.

Dalam sesi ini, narasumber membimbing peserta secara bertahap mulai dari pembuatan akun bisnis yang profesional, teknik dasar pengambilan foto produk agar tampak menarik menggunakan gawai masing-masing, pembuatan teks promosi yang persuasif (*copywriting*), hingga strategi interaksi dengan calon pembeli secara online.

Evaluasi kuantitatif melalui *pre-test* dan *post-test* menunjukkan lonjakan skor yang sangat memuaskan, dari rata-rata 48,1 menjadi 80,3, dengan kenaikan sebesar 32,2% (Tabel 2).

Tabel 2. Nilai Pre-Test dan Post-Test Pelatihan

Jenis Pelatihan	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (%)
Manajemen Usaha	52,4	78,6	26,2
Pemasaran Digital	48,1	80,3	32,2

Untuk memperjelas perbandingan perubahan skor tersebut secara visual, grafik hasil *pre-test* dan *post-test* dari kedua pelatihan utama disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pelatihan

Gambar 2 menyajikan diagram batang perbandingan nilai rata-rata peserta sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) mengikuti pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital, yang memperlihatkan tren kenaikan skor yang konsisten pada kedua kategori pelatihan.

Peningkatan nilai yang signifikan pada kedua pelatihan tersebut mengindikasikan bahwa peserta mampu menyerap materi dengan baik dan memiliki kompetensi baru dalam mengelola serta memasarkan produk secara digital (Kader et al., 2024; Prasetyo et al., 2025). Dampak jangka pendek yang langsung terlihat adalah mulai terbentuknya kesadaran berpromosi melalui media sosial serta terciptanya beberapa akun *marketplace* baru milik pelaku UMKM di Nagari Koto Tinggi (Karim et al., 2025). Dalam jangka panjang, keterampilan ini diharapkan mampu mendongkrak daya saing produk lokal di kancah regional maupun nasional.

Analisis Perubahan Sosial dan Evaluasi Kendala Lapangan

Dari sisi perubahan sosial, program ini berhasil membangun motivasi dan mengubah pola pikir (*mindset*) masyarakat untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas produktif sehari-hari. Peserta yang mulanya asing dengan pemanfaatan aplikasi digital kini menjadi lebih terbiasa membuat konten promosi dan mengelola informasi secara online.

Kendati demikian, pelaksanaan pengabdian ini juga menemui beberapa tantangan di lapangan. Tingkat literasi digital awal sebagian peserta yang relatif rendah membuat beberapa sesi praktik memerlukan waktu pendampingan ekstra, khususnya pada aspek teknis penggunaan aplikasi *marketplace* dan pengeditan konten digital. Selain itu, keterbatasan perangkat pendukung seperti minimnya gawai dengan spesifikasi kamera yang memadai serta kendala kestabilan akses internet di beberapa titik turut memengaruhi kecepatan produksi konten promosi bagi sebagian pelaku UMKM.

Namun, berbagai hambatan tersebut tidak menyurutkan capaian utama program, melainkan menjadi bahan evaluasi konstruktif sekaligus peluang untuk merancang program lanjutan di masa mendatang, seperti pembentukan klinik digital desa atau pelatihan lanjutan khusus produksi konten kreatif berbasis kecerdasan buatan (AI) bagi UMKM. Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan ini membuktikan bahwa intervensi digitalisasi nagari mampu memberikan fondasi yang kuat bagi terciptanya ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di nagari sasaran telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu menghadirkan website nagari sebagai sarana informasi dan promosi potensi lokal, serta meningkatkan kapasitas perangkat nagari dan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital. Luaran kegiatan menunjukkan bahwa website dapat berfungsi dengan baik dan dikelola secara mandiri, sementara pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital memberikan peningkatan pengetahuan yang signifikan berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Dampak kegiatan terlihat dari perubahan perilaku peserta yang mulai memanfaatkan media digital untuk promosi usaha dan pengelolaan informasi nagari. Keunggulan dari program ini adalah kesesuaiannya dengan kebutuhan masyarakat dan keberhasilan meningkatkan literasi digital secara praktis. Namun, terdapat beberapa keterbatasan seperti rendahnya literasi digital awal peserta dan keterbatasan perangkat pendukung bagi UMKM, sehingga beberapa proses pelatihan membutuhkan waktu tambahan. Meskipun demikian, hasil kegiatan memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan ekosistem digital nagari, termasuk peluang untuk melakukan pendampingan lanjutan melalui pelatihan konten kreatif, optimalisasi marketplace, dan penguatan BUMNag berbasis teknologi. Program ini diharapkan menjadi langkah awal bagi penerapan digitalisasi yang lebih luas dan berkelanjutan dalam mendukung peningkatan ekonomi masyarakat nagari.

Deklarasi Penulis

Kontribusi Penulis

Nofi Yendri Sudiar: Konseptualisasi program, penyusunan metodologi, koordinasi kegiatan pengabdian, penulisan draf awal naskah, serta penyuntingan akhir. Akmam: Supervisi pelaksanaan kegiatan, validasi instrumen evaluasi (*pre-test & post-test*), dan penelaahan kritis naskah. Dedy Fitriawan: Perancangan dan pengembangan sistem *website* nagari, pelaksanaan pelatihan pengelolaan *website*, serta analisis teknis. Mohammad Isa Gautama: Pelaksanaan pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital, pendampingan pelaku UMKM, serta pengolahan data evaluasi. Randy Putra: Pengumpulan data lapangan, pendampingan teknis peserta, serta penyusunan visualisasi data dan grafik. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik secara finansial, personal, maupun hubungan kelembagaan, yang dapat memengaruhi proses pelaksanaan kegiatan, analisis data, atau penulisan naskah artikel ini.

Pendanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi, berdasarkan Kontrak Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Nomor: 084/C3/DT.05.00/PM/2025.

Penggunaan AI

Penulis menyatakan bahwa teknologi Kecerdasan Buatan (AI) hanya digunakan dalam batas perbaikan tata bahasa, penyuntingan keterbacaan teks, dan pemeriksaan ejaan (*grammar/proofreading*). AI tidak digunakan dalam pembuatan data, pembuatan ide substansial, analisis hasil, maupun penarikan kesimpulan ilmiah. Seluruh isi dan keabsahan artikel ini menjadi tanggung jawab penuh para penulis.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi, yang telah memberikan dukungan pendanaan terhadap pelaksanaan program pengabdian ini sesuai dengan Kontrak Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Nomor: 084/C3/DT.05.00/PM/2025.

Daftar Pustaka

- Arumsari, N. R., Lailyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. *APJII*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Fauzan, B. H. (2016). *Analisis Kesiapan Digital Masyarakat Di Desa Banyubiru Kabupaten Semarang Terhadap Digitalisasi Perdesaan*. 1–23.
- Handayani, A. D. (2023). Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital. *JURNAL SIGNAL*, 11(1), 104–119. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- Kader, M. A., Prawiranegara, B., Setiawan, R. A. P., Shelyanti, A., & Pratama, M. B. Y. (2024). Digitalisasi UMKM Melalui Literasi Digital dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk dan Volume Penjualan. *Journal of Community Development*, 5(2), 349–362. <https://doi.org/10.47134/comdev.v5i2.242>
- Karim, A., Syahrizal, M., & ... (2025). Penguatan Branding Produk Unggulan UMKM Desa Melalui Integrasi Artificial Intelligence dalam Digital Marketing. *ADA Bulletin of ...*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.64366/bulletinc.v1i1.83>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia [KemenkopUKM]. (2024). *Laporan Kinerja dan Perkembangan Transformasi Digital UMKM*.
- Mayyora, R., Brawijaya, U., Sholihah, Q., Brawijaya, U., Wanusmawatie, I., Brawijaya, U., Wanto, A. H., Brawijaya, U., Review, L., & Berkelanjutan, P. (2025). Transformasi Digital Desa dan Implikasinya Terhadap Pembangunan Berkelanjutan : Pendekatan Literature Review Digital Transformation of Villages And Its Implications For Sustainable Development : Literature Review Approach. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 5(2), 100–111.
- Prasetyo, E., Firdiyani, F., & Machrunnisa, M. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangtengah Dalam Menghadapi Transformasi Digital: Implementasi Smart Village. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 78–92. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v8i1.55037>
- Rachmadani, W. S., Margunani, M., & Rachmadi, M. F. (2024). Assistance and Digitalization of MSMEs Based on Optimization of Digital Promotional Content Creation. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, 5(2), 13–19. <https://doi.org/10.15294/ijde.v5i2.71970>
- Rahman, F., Samsudin, A. R., Islam, R., Informasi, S., Nahdlatul, U., & Ntb, U. (2024). Pengembangan Website UMKM Desa Teniga dengan Laravel dan Vue. js Development of Teniga Village MSME Website with Laravel and Vue . js. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Indonesia*, 4(12), 597–602.
- Rozi, F., Listiawan, T., & Hasyim, Y. (2017). Pengembangan Website dan Sistem Informasi Desa Di Kabupaten Tulungagung. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 2(2), 107–112. <https://doi.org/10.29100/jupi.v2i2.366>
- Sari, J. A., & Diana, B. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>
- Shabihah, S. A., Ryanindityo, M., & Nurkumalawati, I. (2025). Pemerintahan Di Indonesia The Role of E-Governance As An Instrument to Enhance dalam tata kelola pemerintahan melalui Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun. *Journal of Administration and International Development*, 5(1), 45–54.
- Suli, K. T., & Nirsal, N. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Website (Studi Kasus Desa Walenrang). *D'compute: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 13(1), 24–32. <https://doi.org/10.30605/dcompute.v13i1.57>
- Umiyati, I., Putri, T. E., Ichi, I., Sugiharto, B., & Nazier, D. M. (2024). Penguatan Literasi Digital Dalam Pemanfaatan Website Pada Badan Usaha Milik Desa Cibogo. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 123–132. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i1.311>
- Waqfin, M. S. I., Hidayatullah, A. S., Rifky, M. I. K., & Ningsih, W. S. (2023). Pemanfaatan dan Pengelolaan Aplikasi Website Desa sebagai Sarana Informasi di Desa Pulorejo Tembelang Jombang. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–4. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v4i1.3044>
- Wayahdi, M. R., & Guntur, S. (2025). Website-Based Village Information System Design (Case Study: Ujung Batu III Village). *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 38–44. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14621>
- Wicaksana, R. A. (2023). *Peran Ekonomi Digital Dalam Mendorong Umkm Pedesaan : Studi Kasus Desa X Di Jawa Barat*. 1(11), 778–785.

Yati, Badruddin Tamiyah, Gina Nafsi Nurhofipah, Ahmad Abid, W. (2023). *Transformasi Digital Dalam Pembangunan Website Desa Karangreja: Peningkatan Akses Informasi Dan Pelayanan Masyarakat*. 22–29.