

# **Strengthening the Local Economy in Muncar Village Through the Development of Creative Economy-Based Tourism Villages**

## **Penguatan Ekonomi Lokal di Desa Muncar Melalui Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif**

**Brahmadeva Adhyaksa<sup>1</sup>, Sandy Yudha Hardianto<sup>2</sup>, Devina Puteri  
Hermawan<sup>3</sup>, Mujiono Hafidh Prasetyo<sup>4</sup> and Umaira Hayuning Anggayasti<sup>5\*</sup>**

<sup>1,2,4,5</sup> Departemen Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

<sup>3</sup> Departemen Administrasi Publik, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

\*E-mail: umairahayuninga@lecturer.undip.ac.id

*Received: 17<sup>th</sup> September 2025, Revised: 6 November 2025, Accepted: 7<sup>th</sup> September 2025,  
Available online: 10<sup>th</sup> November 2025, Published: 11<sup>th</sup> November 2025*

**Abstract.** The local economic strengthening program in Muncar Village through the development of a creative economy-based tourism village was implemented to address the challenges of limited MSME skills and ineffective promotion strategies. This program aims to enhance community capacity and strengthen local economic competitiveness through MSME empowerment, cultural preservation, and tourism potential development. The implementation methods included MSME data collection and mentoring, creative economy training, product rebranding, digital promotion optimization, and organizing a cultural-based local market. The results show positive outcomes in improving the skills and confidence of MSME actors, expanding market access, and strengthening the community's cultural identity. The program's impact extends beyond economic growth by fostering environmental awareness and social synergy in building a competitive tourism village. Thus, the creative economy-based tourism village development in Muncar Village shows positive results in improving community welfare and enhancing the village's tourism appeal.

**Keywords:** Tourism Villages, Creative Economy, Community Empowerment, Local Culture.

**Abstrak.** Program penguatan ekonomi lokal di Desa Muncar melalui pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif dilaksanakan untuk menjawab tantangan keterbatasan keterampilan UMKM dan kurangnya strategi promosi yang efektif. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat dan memperkuat daya saing ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM, pelestarian budaya, serta pengembangan potensi wisata desa. Metode pelaksanaan mencakup pendataan dan pendampingan UMKM, pelatihan ekonomi kreatif, rebranding produk, optimalisasi promosi digital, serta penyelenggaraan

pasar rakyat berbasis budaya lokal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku UMKM, perluasan akses pasar, serta penguatan identitas budaya masyarakat. Dampak program tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kesadaran lingkungan dan sinergi sosial dalam membangun desa wisata berdaya saing. Dengan demikian, pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif di Desa Muncar menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat daya tarik wisata desa.

**Kata kunci:** Desa Wisata, Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Masyarakat, Budaya Lokal.

Copyright © 2025 by Authors, Published by Telukawur Journal of Legal Community Empowerment. This is an open access article under the CC BY-SA License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>)

## 1. Pendahuluan

Sektor pariwisata telah lama diakui sebagai salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (*community-driven development*) (Hasanah et al., 2021). Dalam konteks hukum dan kebijakan pembangunan nasional, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan serta Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa memberikan legitimasi yuridis bagi desa untuk mengelola potensi ekonomi, sosial, dan budaya secara mandiri. Dalam kerangka ini, pengembangan *Community-Based Tourism* menjadi instrumen strategis yang tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat otonomi desa, pelestarian budaya, dan keberlanjutan lingkungan (Goodwin & Santilli, 2009).

Pembangunan desa wisata, khususnya di Kabupaten Semarang, memiliki prospek yang sangat cerah. Berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Semarang, jumlah kunjungan wisatawan ke wilayah ini mencapai 3.534.130 orang pada tahun 2019-2023, dengan mayoritas merupakan wisatawan nusantara (Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang, 2024). Hal ini menunjukkan adanya pasar yang besar dan potensial bagi desa-desa wisata. Desa Wisata Ngidam Muncar, yang terletak di Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang, merupakan salah satu contoh desa yang memiliki potensi signifikan untuk dikembangkan dengan model CBT. Dengan luas wilayah sekitar 250 hektare dan populasi 2.600 jiwa yang tersebar di enam dusun meliputi; Dukuhsari, Krajan, Ledok, Jaten, Nglarangan, dan Pareyan. desa ini menyimpan kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal yang unik.

Meskipun memiliki potensi yang melimpah, kondisi aktual di lapangan menunjukkan bahwa potensi tersebut belum termanfaatkan secara optimal. Hasil observasi awal mengindikasikan bahwa masyarakat desa menghadapi tantangan signifikan, yaitu keterbatasan keterampilan dalam mengelola UMKM dan kurangnya strategi promosi yang efektif. Keterbatasan ini menjadi penghambat utama bagi produk lokal untuk berkembang dan dikenal luas, yang pada akhirnya membatasi nilai ekonomi dari potensi desa. Karena keberhasilan sebuah desa wisata sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat, baik dalam pengelolaan produk maupun promosi (Kurnia Widhiani et al.,

2024). Partisipasi yang tinggi dapat meningkatkan peluang keberhasilan desa wisata dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga secara signifikan.

Melihat kondisi di atas, pentingnya kegiatan ini terletak pada upaya menjembatani kesenjangan tersebut melalui intervensi berbasis pemberdayaan komunitas (*community empowerment model*). Kegiatan ini tidak sekadar bersifat praktis, tetapi juga menjadi bentuk *social experiment* dalam menguji bagaimana pelatihan ekonomi kreatif, rebranding produk, dan digitalisasi promosi dapat memengaruhi peningkatan kapasitas sosial-ekonomi masyarakat desa. Dengan demikian, kegiatan ini memiliki kontribusi konseptual terhadap literatur mengenai efektivitas pendekatan *creative economy* dalam penguatan otonomi desa wisata.

Selain itu, kegiatan ini dibangun atas beberapa asumsi dasar yang kemudian menjadi hipotesis kerja penelitian. Pertama, pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan ekonomi kreatif dan pendampingan UMKM diasumsikan dapat meningkatkan keterampilan, kepercayaan diri, serta kapasitas wirausaha warga desa. Kedua, strategi rebranding produk lokal yang dipadukan dengan optimalisasi media digital diyakini mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus memperkuat daya saing produk di tingkat regional. Selain itu, integrasi nilai-nilai budaya lokal dalam setiap aktivitas ekonomi kreatif diperkirakan berperan penting dalam memperkuat identitas sosial dan kohesi komunitas. Pada akhirnya, sinergi antara pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya, dan kesadaran lingkungan dipandang sebagai faktor penentu keberlanjutan model desa wisata berbasis ekonomi kreatif yang berdaya saing dan berkeadilan.

Berdasarkan kerangka tersebut, kegiatan pengabdian di Desa Muncar tidak hanya dimaksudkan untuk melaksanakan intervensi lapangan, tetapi juga untuk menganalisis hubungan antara pemberdayaan ekonomi lokal, penguatan kapasitas sosial, dan keberlanjutan desa wisata dari sudut pandang ilmiah. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkaya kajian akademik mengenai efektivitas model *community empowerment* dalam mendukung implementasi kebijakan pembangunan desa wisata berkelanjutan di Indonesia.

## **2. Metode Pelaksanaan**

Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Community-Based Participatory Action Research* (CBPAR), yang memadukan prinsip partisipasi aktif masyarakat dengan refleksi akademik terhadap proses pemberdayaan (Berge et al., 2009). Pendekatan ini menempatkan masyarakat Desa Muncar sebagai aktor utama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan, sehingga setiap intervensi sosial dan ekonomi memiliki legitimasi dari kebutuhan lokal. Secara konseptual, metode ini mengintegrasikan dua kerangka teori, yaitu *empowerment approach* untuk penguatan kapasitas individu dan kolektif, serta *creative economy model* yang menekankan inovasi produk, nilai budaya, dan pemasaran digital sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan (Kienko, 2022).

Tahapan pelaksanaan meliputi empat fase utama. Pertama, dilakukan identifikasi potensi dan pemetaan sosial-ekonomi masyarakat melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan pendataan UMKM di seluruh dusun. Kedua, pelatihan dan

pendampingan difokuskan pada peningkatan keterampilan kreatif, desain kemasan, literasi digital, dan manajemen usaha kecil, dengan tujuan menguji hipotesis bahwa peningkatan kapasitas akan memperkuat kepercayaan diri dan kemandirian pelaku usaha. Ketiga, strategi rebranding dan promosi digital diimplementasikan melalui pembuatan konten visual dan media sosial berbasis budaya lokal untuk memperluas pasar dan menguji efektivitas branding sebagai variabel peningkat nilai jual.

Evaluasi dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan masyarakat, perangkat desa, dan tim pelaksana untuk menilai capaian program melalui indikator kualitatif dan kuantitatif, seperti peningkatan keterampilan, jumlah UMKM aktif, serta persepsi terhadap identitas budaya lokal (Wallerstein et al., 2019). Data dianalisis dengan pendekatan deskriptif-analitis dan reflektif interpretatif untuk menilai sejauh mana intervensi berbasis ekonomi kreatif berdampak pada perubahan sosial, peningkatan kesejahteraan, dan penguatan identitas komunitas. Dengan demikian, metode ini tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemberdayaan, tetapi juga sebagai instrumen ilmiah untuk menguji validitas hipotesis tentang sinergi antara ekonomi kreatif, budaya, dan keberlanjutan desa wisata.

### **3. Hasil**

#### *3.1 Pemetaan dan Karakteristik UMKM di Desa Muncar*

Kegiatan pemetaan sosial-ekonomi di Desa Muncar dilakukan sebagai tahap awal untuk memahami struktur kegiatan ekonomi masyarakat dan menentukan arah intervensi program pemberdayaan yang tepat. Melalui observasi partisipatif, wawancara dengan perangkat desa, serta pendataan lapangan terhadap pelaku UMKM di enam dusun, diperoleh gambaran bahwa mayoritas penduduk menggantungkan sumber penghasilan dari usaha mikro berbasis potensi lokal. Hasil pendataan menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat sebagian besar bergerak di bidang kuliner, kerajinan tangan, pertanian, dan kesenian. Meskipun jumlah UMKM di setiap dusun relatif kecil, potensi ekonomi yang ditopang oleh kearifan lokal dan kreativitas masyarakat menunjukkan daya hidup yang tinggi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam kerangka ekonomi kreatif.

Setiap dusun memiliki karakteristik usaha yang berbeda dan mencerminkan kekhasan potensi lokal. Dusun Dukuhsari, misalnya, dikenal sebagai sentra kuliner tradisional dengan produk andalan berupa keripik singkong, peyek, dan olahan pangan rumahan. Dusun Jaten menonjol melalui pengembangan agrowisata berbasis tanaman bunga telang (*Clitoria ternatea L.*) yang diolah menjadi produk bernilai tambah seperti teh herbal dan pewarna alami. Di sisi lain, Dusun Krajan Muncar mempertahankan kesenian karawitan “Cindelaras” yang berfungsi tidak hanya sebagai ekspresi budaya, tetapi juga sebagai daya tarik wisata potensial. Sementara itu, Dusun Nglarangan dikenal dengan tradisi Kuda Kepang yang masih lestari, Dusun Ledok mempertahankan kelompok rebana perempuan yang unik di tingkat lokal, dan Dusun Pareyan menonjol dengan Tari Rodad Abadi yang menjadi simbol identitas desa wisata. Keberagaman karakter ini mencerminkan struktur ekonomi dan sosial Desa Muncar yang bersifat plural, di mana sektor ekonomi dan budaya berjalan secara beriringan.

Namun, hasil pemetaan juga mengungkap adanya sejumlah kendala mendasar yang membatasi perkembangan ekonomi masyarakat. Pelaku UMKM umumnya menghadapi keterbatasan dalam hal pengelolaan usaha, mulai dari manajemen produksi, pengemasan, hingga akses pemasaran. Literasi digital yang masih rendah menyebabkan sebagian besar pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi dan transaksi. Selain itu, absennya strategi branding yang konsisten membuat produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Tantangan ini semakin kompleks karena sebagian besar UMKM masih dijalankan secara tradisional, dengan modal sosial yang kuat namun belum didukung oleh kapasitas kewirausahaan yang memadai.

Dari hasil pemetaan ini dapat disimpulkan bahwa Desa Muncar memiliki potensi ekonomi dan budaya yang sangat kuat, namun masih membutuhkan strategi pemberdayaan yang komprehensif dan berorientasi pada inovasi. Struktur ekonomi berbasis budaya yang telah terbentuk menjadi landasan penting bagi pengembangan model desa wisata berbasis ekonomi kreatif (Andini Fadhila Hsb et al., 2025). Hasil pemetaan ini sekaligus menjadi titik tolak bagi pelaksanaan kegiatan lanjutan berupa pelatihan, rebranding produk, dan optimalisasi promosi digital yang diharapkan dapat memperkuat kapasitas masyarakat. Dengan demikian, pemetaan ini tidak hanya berfungsi sebagai inventarisasi data, tetapi juga sebagai basis ilmiah untuk memahami hubungan antara potensi lokal, dinamika sosial-ekonomi, dan arah pembangunan desa wisata yang berkelanjutan (Harini et al., 2023).

**3.2. Peningkatan Kapasitas UMKM dan Masyarakat melalui Pelatihan dan Pendampingan**  
Upaya peningkatan kapasitas masyarakat Desa Muncar dilakukan melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada penguatan kompetensi pelaku UMKM, literasi kewirausahaan, serta adaptasi terhadap pemasaran digital. Kegiatan ini melibatkan berbagai kelompok masyarakat dari enam dusun, dengan fokus utama pada pengembangan keterampilan teknis, rebranding produk, dan strategi pemasaran kreatif. Melalui metode pelatihan partisipatif, masyarakat diajak untuk tidak hanya menerima



**Figure 1.** Pelatihan strategi rebranding dan pemasaran digital bagi pelaku UMKM Desa

pengetahuan baru, tetapi juga merefleksikan praktik usaha yang telah mereka jalankan. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta, yang tampak dari partisipasi aktif mereka dalam sesi diskusi, praktik langsung, serta inisiatif untuk mengembangkan ide usaha baru pasca-pelatihan.

Pelatihan yang diberikan mencakup pembuatan kemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan, desain logo dan label, pembuatan konten promosi digital, serta pengelolaan media sosial untuk memperluas jaringan pasar. Setiap dusun mendapat pendampingan sesuai karakteristik ekonominya. Misalnya, di Dusun Dukuh Sari dilakukan rebranding produk kuliner melalui desain ulang kemasan dan penyusunan booklet profil UMKM, sedangkan di Dusun Jaten dilakukan pelatihan pengolahan bunga telang serta pembuatan akun Shopee dan peta digital UMKM di Google Maps. Pendampingan dilakukan secara langsung oleh mahasiswa dengan pendekatan peer learning, di mana pelaku UMKM dilatih sekaligus dibimbing untuk menerapkan keterampilan baru secara mandiri.

Setelah pelatihan berlangsung, dilakukan monitoring lapangan untuk menilai sejauh mana keterampilan baru diterapkan dalam praktik usaha. Berdasarkan hasil observasi, terjadi peningkatan yang signifikan dalam kemampuan pelaku UMKM untuk mengelola usaha secara lebih profesional. Beberapa peserta telah melakukan pembaruan identitas visual produk dan mulai memasarkan produknya melalui media sosial serta platform



**Figure 2.** Pendampingan Pembuatan Akun Media Sosial @kuliner.dukuhsari dan Pembuatan Video Profil Produk Lokal.

daring. Selain itu, partisipasi kelompok muda dan perempuan meningkat, terutama dalam kegiatan yang berhubungan dengan digital marketing dan desain produk. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan paradigma dari usaha berbasis tradisional menuju model ekonomi kreatif yang lebih adaptif terhadap pasar modern.

Secara umum, hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan ini memperlihatkan bahwa masyarakat Desa Muncar memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap

inovasi ekonomi kreatif apabila diberikan dukungan yang sistematis dan kontekstual. Penguatan kapasitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan motivasi untuk berwirausaha secara mandiri. Dalam konteks pembangunan desa wisata, hasil ini menjadi modal sosial yang sangat penting karena memperlihatkan bahwa transformasi ekonomi lokal tidak dapat dilepaskan dari peningkatan kapasitas individu dan kolektif masyarakat. Temuan empiris ini menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya, yakni penerapan strategi rebranding dan promosi digital yang lebih luas untuk memperkuat posisi Desa Muncar sebagai desa wisata berbasis ekonomi kreatif.

### *3.3 Implementasi Rebranding dan Digitalisasi Promosi Produk Lokal*

Tahapan implementasi rebranding dan digitalisasi promosi produk lokal menjadi bagian paling strategis dalam program penguatan ekonomi Desa Muncar. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab kendala utama yang diidentifikasi pada tahap pemetaan, yakni lemahnya citra produk dan keterbatasan akses promosi. Pendekatan yang digunakan bersifat *applied creative branding*, dengan menekankan pentingnya identitas visual dan narasi lokal sebagai daya tarik utama. Proses rebranding dimulai dari identifikasi



**Figure 2.** Desain Ulang Kemasan Produk UMKM Dukuhsari.

karakteristik setiap produk UMKM, dilanjutkan dengan redesain kemasan, pembuatan logo, label, dan materi promosi yang menggambarkan kekhasan lokal. Pendekatan ini tidak hanya memperindah tampilan produk, tetapi juga memperkuat pesan budaya dan nilai autentik yang melekat pada setiap usaha masyarakat.

Pelaksanaan program di Dusun Dukuhsari menjadi contoh konkret keberhasilan rebranding. Lima UMKM kuliner lokal, seperti produsen lempeng singkong, keripik tempe, dan samier singkong memperoleh desain kemasan baru yang lebih modern dan informatif. Selain itu, setiap produk kini memiliki label dan logo dengan warna, tipografi,

serta elemen visual yang mencerminkan identitas desa wisata. Tim pelaksana juga membantu pembuatan booklet “Penguatan Potensi UMKM Dusun Dukuhsari Menuju Transformasi Ekonomi Lokal” sebagai media edukatif dan promosi kolektif. Pendekatan visual ini memperkuat citra produk di mata konsumen sekaligus membangun kepercayaan diri para pelaku usaha. Di sisi lain, UMKM di Dusun Jaten mendapat dukungan dalam digitalisasi promosi melalui pembuatan akun Shopee dan penandaan lokasi usaha di Google Maps, yang membantu meningkatkan visibilitas mereka di pasar daring.

Aspek digital branding juga menjadi fokus utama kegiatan di tingkat desa. Tim pelaksana mendirikan akun media sosial kolektif, seperti @kuliner.dukuhsari dan @ngidam\_muncar, sebagai kanal promosi terpadu yang menampilkan profil UMKM, proses produksi, hingga testimoni konsumen. Strategi ini berfungsi ganda: sebagai media promosi, sekaligus wadah kolaborasi antar pelaku usaha dan promosi wisata desa. Di samping itu, pembuatan video profil produk dan dokumentasi kegiatan masyarakat menjadi bagian penting dari strategi storytelling marketing yang menekankan narasi autentik dan visualisasi menarik untuk menarik minat konsumen digital. Hasil pemantauan menunjukkan peningkatan signifikan dalam jangkauan audiens, keterlibatan pengguna, serta munculnya konsumen baru yang mengetahui produk Desa Muncar melalui media daring.

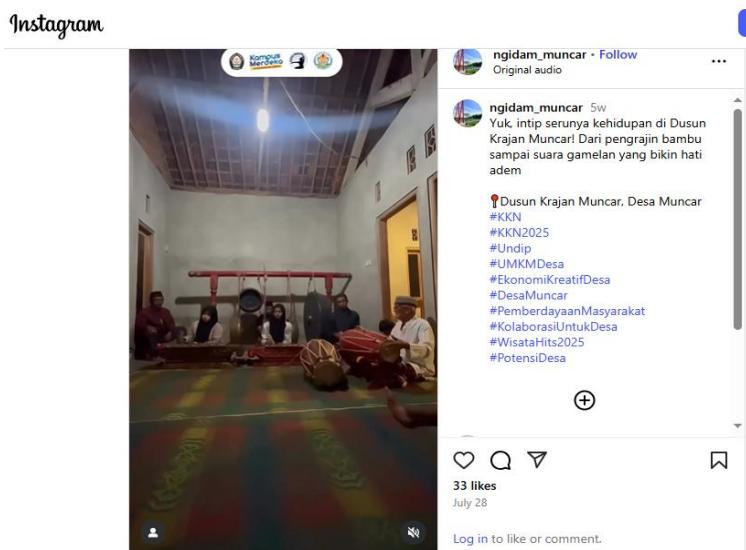
Secara umum, hasil implementasi rebranding dan digitalisasi promosi menunjukkan perubahan nyata pada orientasi usaha masyarakat. UMKM yang sebelumnya beroperasi dalam lingkup pasar lokal kini mulai memanfaatkan ruang digital sebagai media utama untuk memperkenalkan produk. Identitas visual yang kuat, keterampilan digital yang meningkat, serta narasi budaya yang melekat pada produk menjadi kombinasi efektif dalam membangun citra Desa Muncar sebagai kawasan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Rebranding ini juga memunculkan efek psikologis positif berupa rasa bangga dan kepemilikan yang lebih besar dari masyarakat terhadap produk mereka sendiri. Hasil ini menjadi pijakan penting untuk keberlanjutan promosi dan perluasan jejaring pasar, baik di tingkat regional maupun nasional.

### *3.4 Penguatan Identitas Budaya dan Partisipasi Sosial Masyarakat*

Kegiatan penguatan identitas budaya menjadi salah satu dimensi penting dalam program pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif di Desa Muncar. Upaya ini tidak hanya ditujukan untuk menjaga warisan budaya lokal, tetapi juga untuk mengintegrasikan nilai-nilai tradisional ke dalam strategi pembangunan ekonomi masyarakat. Pendekatan yang digunakan bersifat cultural empowerment, yakni memperlakukan kebudayaan sebagai modal sosial yang dapat diolah menjadi sumber ekonomi sekaligus identitas kolektif desa. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelestarian budaya lokal dapat berjalan seiring dengan proses pemberdayaan ekonomi apabila dilakukan melalui partisipasi aktif masyarakat. Kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan kembali semangat kolaboratif antarwarga dalam menjaga dan mempromosikan kekayaan seni tradisional mereka.

Salah satu bentuk nyata dari penguatan budaya terlihat di Dusun Krajan Muncar, yang memiliki kesenian karawitan Cindelaras sebagai warisan turun-temurun. Melalui

kegiatan “Optimalisasi dan Pemberdayaan Potensi Kesenian Krajan Muncar melalui Media Sosial Instagram dan Leaflet,” masyarakat setempat, khususnya para pelaku seni dan generasi muda, dilatih untuk mendokumentasikan serta mempublikasikan kegiatan kesenian mereka. Pembuatan video branding dan leaflet sejarah dusun menjadi media utama untuk memperkenalkan potensi budaya secara lebih luas. Publikasi melalui akun Instagram @ngidam\_muncar berhasil menarik perhatian audiens di luar daerah,



**Figure 2.** Video branding yang diunggah di instagram @ngidam\_muncar.

menunjukkan bahwa media digital dapat berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya sekaligus promosi wisata. Selain itu, leaflet yang dibagikan ke masyarakat menjadi bentuk dokumentasi edukatif yang memperkuat memori kolektif warga terhadap sejarah dan nilai-nilai lokal.

Kegiatan serupa juga dilakukan di Dusun Ngalarangan dan Dusun Ledok, yang masing-masing memiliki potensi budaya khas. Di Ngalarangan, program “Branding Digital Budaya Kuda Kepang” melibatkan pemuda desa dalam pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis video pendek untuk platform TikTok dan Instagram. Kegiatan ini menghasilkan sejumlah video promosi budaya lokal yang memperlihatkan keterlibatan generasi muda dalam pelestarian tradisi. Sementara di Dusun Ledok, kegiatan revitalisasi kelompok rebana perempuan dilakukan melalui latihan rutin dan pembuatan video dokumentasi yang diunggah di media sosial desa wisata. Keberhasilan program ini terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan kesenian dan munculnya kebanggaan kolektif terhadap identitas budaya masing-masing dusun.

Selain mendukung pelestarian budaya, kegiatan penguatan identitas ini juga berdampak pada peningkatan partisipasi sosial masyarakat. Masyarakat mulai melihat kebudayaan bukan sekadar warisan masa lalu, tetapi juga aset ekonomi dan simbol kebersamaan. Kegiatan-kegiatan budaya menjadi ruang interaksi sosial lintas generasi, mempererat hubungan antarwarga, dan menciptakan solidaritas baru di tingkat komunitas. Secara keseluruhan, hasil kegiatan di berbagai dusun menunjukkan bahwa



**Figure 2.** Latihan Rebana Perempuan Dusun Ledok.

pelestarian budaya yang dikombinasikan dengan strategi branding digital dapat memperkuat daya tarik wisata desa sekaligus meningkatkan kohesi sosial. Model ini menegaskan bahwa kebudayaan lokal, jika dikelola secara partisipatif, bukan hanya alat promosi, tetapi juga fondasi bagi pembangunan desa yang berkelanjutan.

#### **4. Diskusi**

##### *4.1. Pemberdayaan Ekonomi Lokal dan Transformasi Digital dalam Penguatan Kapasitas Masyarakat*

Temuan kami memperlihatkan bahwa intervensi berbasis pelatihan partisipatif dan pendampingan teknis memicu perubahan nyata pada kapasitas produksi, penampilan produk, dan orientasi pasar pelaku UMKM di Desa Muncar. Dari perspektif teori pemberdayaan komunitas, pola perubahan yang teramati, dari peningkatan kesadaran menuju peningkatan kemampuan, berlanjut pada inisiatif mandiri, konsisten dengan siklus empowerment yang dijelaskan dalam literatur pembangunan partisipatif (Scheyvens, 1999). Dengan kata lain, pelatihan yang dirancang partisipatoris tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga mengaktifkan local ownership sehingga pelaku lokal mulai memprakarsai perubahan pada praktik usaha mereka.

Secara mekanistik, ada dua jalur utama melalui mana intervensi meningkatkan kapasitas ekonomi lokal. Pertama, kapasitas teknis dan manajerial melalui pelatihan desain kemasan, literasi digital, dan pengelolaan media sosial meningkatkan kemampuan produksi dan pemasaran yang langsung berdampak pada kualitas produk dan akses pasar. Kedua, kapasitas kolektif dan jejaring: kegiatan kolektif (booklet bersama, akun promosi kolektif, pasar rakyat) memperkuat jaringan antarpelaku dan menumbuhkan modal sosial yang memungkinkan kolaborasi penjualan dan promosi bersama. Mekanisme ini mendukung teori bahwa modal sosial mempercepat difusi inovasi ekonomi di komunitas (Wallner, 2008). Temuan lapangan yang menunjukkan

terbentuknya akun kolektif (@kuliner.dukuhsari, @ngidam\_muncar) dan inisiatif pasar rakyat menjadi bukti empiris jalur-jalur tersebut.

Transformasi digital berfungsi sebagai pengganda efek (multiplier) dari pemberdayaan teknis tersebut. Bukti empiris dari studi UMKM global dan regional menunjukkan bahwa adopsi strategi pemasaran digital dan konten naratif (storytelling) meningkatkan visibilitas dan kinerja usaha mikro, efek ini juga kami amati di Muncar: akun media sosial dan pendaftaran Google Maps meningkatkan jangkauan audiens dan daya tarik konsumen baru. Hasil ini sejalan dengan literatur terkini yang menemukan hubungan positif antara digital marketing dan performa UMKM (Ashrafuzzaman et al., 2022). Namun, transformasi itu bersyarat: literasi digital dan akses infrastruktur menjadi prasyarat kritis, tanpa keduanya, potensi digital sulit dimanfaatkan penuh.

Dari aspek hipotesis: hipotesis 1 (pemberdayaan → peningkatan keterampilan & kepercayaan diri) dan hipotesis 2 (rebranding + digital → peningkatan visibilitas & daya saing) sebagian besar didukung oleh data. Pengukuran sebelum-sesudah (kualitatif dan indikator sederhana: jumlah UMKM yang mengadopsi kemasan baru, akun yang aktif, produk terdaftar di marketplace) menunjukkan tren peningkatan. Namun, penting dicatat bahwa bukti yang ada bersifat sebagian besar observasional dan berskala lokal/short-term, sehingga dukungan terhadap hipotesis harus dipahami sebagai «menunjukkan hasil positif» (bukan pembuktian kausal penuh). Untuk memperkuat klaim kausal, diperlukan desain evaluatif lebih ketat (Restuning, 2024).

Analisis faktor pendukung dan penghambat memperjelas ambang keberlanjutan intervensi. Faktor pendorong yang kami identifikasi antara lain: (a) pendekatan partisipatoris yang menempatkan aktor lokal sebagai pengambil keputusan; (b) fokus pada produk unggulan tiap dusun sehingga materi pelatihan kontekstual; dan (c) penggunaan strategi branding yang menggabungkan nilai budaya lokal dengan praktik pemasaran modern. Sebaliknya, hambatan utama adalah: (i) keterbatasan infrastruktur digital (internet tidak stabil di beberapa titik), (ii) kapasitas manajemen usaha yang belum merata (beberapa pelaku belum sanggup mengelola pesanan dalam skala lebih besar), serta (iii) risiko hilangnya kesinambungan program jika pendamping eksternal berhenti. Kritik ini konsisten dengan temuan CBPR dan studi pemberdayaan: intervensi jangka pendek sering menunjukkan hasil positif awal tetapi menghadapi tantangan sustainabilitas tanpa institusionalisasi dan dukungan kebijakan (Wallerstein et al., 2019).

Implikasi praktis bagi kebijakan lokal dan penelitian lanjutan adalah jelas. Untuk menskalakan keberhasilan, rekomendasi awal meliputi: penguatan kapasitas manajemen usaha (pelatihan lanjutan pada manajemen rantai pasok dan keuangan mikro), investasi infrastruktur digital oleh pemerintah kabupaten (mis. titik Wi-Fi publik, dukungan pelatihan literasi digital berkelanjutan), serta mekanisme inkubasi lokal (kolaborasi antar-UMKM, koperasi pemasaran). Dari sisi akademik, studi lebih lanjut harus menerapkan desain kuasi-eksperimental atau mixed methods longitudinal untuk mengukur efek jangka panjang dan mekanisme kausal (mis. apakah peningkatan pendapatan disebabkan langsung oleh digitalisasi atau oleh kombinasi rebranding + jejaring sosial). Konsepsi teori menggabungkan community empowerment, creative

economy, dan digital inclusion menawarkan kerangka yang produktif untuk pengembangan model intervensi yang disesuaikan dengan konteks desa.

**4.2. Pelestarian Budaya dan Partisipasi Sosial sebagai Fondasi Desa Wisata Berkelaanjutan**  
Temuan lapangan menunjukkan bahwa dimensi budaya memiliki peran strategis dalam membangun ekonomi kreatif Desa Muncar. Kegiatan pelestarian kesenian lokal seperti karawitan Cindelaras, tari Rodad Abadi, rebana perempuan, dan pertunjukan Kuda Kepang tidak sekadar memperkuat identitas kultural, tetapi juga membangun solidaritas sosial serta memperluas basis partisipasi warga. Dari perspektif teori social capital, praktik budaya semacam ini berfungsi sebagai mekanisme pengikat sosial (*bonding social capital*) yang memperkuat kepercayaan, kolaborasi, dan kesalingtergantungan di dalam komunitas (Malisiova & Kostopoulou, 2024). Dengan demikian, aktivitas budaya bukan sekadar pelengkap kegiatan ekonomi, melainkan fondasi sosial yang memastikan keberlanjutan pembangunan desa wisata.

Pengalaman di Desa Muncar menunjukkan bahwa pelestarian budaya yang diintegrasikan dengan strategi digital menghasilkan bentuk baru dari apa yang disebut *cultural empowerment*. Masyarakat tidak hanya mempertahankan kesenian secara seremonial, tetapi juga memanfaatkan media sosial (misalnya akun Instagram @ngidam\_muncar) untuk mempublikasikan kegiatan seni dan mengundang keterlibatan audiens eksternal. Strategi ini sejalan dengan pendekatan *participatory cultural mapping*, di mana komunitas lokal menjadi subjek aktif dalam mendefinisikan dan menampilkan identitas budayanya. Pendekatan tersebut memperluas ruang ekspresi budaya dari arena lokal menuju ruang digital, yang pada akhirnya meningkatkan nilai simbolik dan ekonomi dari praktik budaya (La Frenierre, 2008).

Analisis lebih lanjut memperlihatkan bahwa keterlibatan generasi muda dan perempuan dalam kegiatan budaya merupakan indikator penting keberhasilan *inclusive participation*. Pelibatan kelompok ini tidak hanya memperkuat regenerasi pelaku budaya, tetapi juga menegaskan bahwa pelestarian budaya dapat menjadi ruang pemberdayaan sosial lintas gender dan generasi. Temuan ini konsisten dengan studi yang menempatkan kebudayaan sebagai bentuk sumber daya simbolik yang dapat dikonversi menjadi nilai sosial dan ekonomi (Aptasari et al., 2024). Ketika pelaku muda dan perempuan memperoleh peran dalam manajemen dan promosi kegiatan seni, mereka tidak hanya menjaga keberlanjutan tradisi, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam reproduksi nilai dan identitas komunitas.

Dari perspektif pembangunan berkelanjutan, sinergi antara budaya dan partisipasi sosial di Desa Muncar mencerminkan praktik *cultural sustainability*, yaitu pelestarian nilai-nilai lokal yang berjalan berdampingan dengan pembangunan ekonomi dan sosial. Studi literatur menunjukkan bahwa desa wisata yang mengintegrasikan aspek budaya ke dalam strategi pembangunan cenderung memiliki ketahanan sosial (*community resilience*) yang lebih tinggi terhadap perubahan ekonomi maupun lingkungan. Kegiatan seperti festival budaya, pasar rakyat, dan pelatihan seni bukan hanya meningkatkan pendapatan melalui pariwisata, tetapi juga memperkuat rasa memiliki (*sense of belonging*) masyarakat terhadap desanya. Dengan demikian, penguatan budaya berperan

sebagai pilar ketiga dari pembangunan desa wisata berkelanjutan, setelah dimensi ekonomi dan ekologi.

Keseluruhan temuan ini memperlihatkan bahwa pelestarian budaya yang dikelola secara partisipatif dapat menjadi strategi pembangunan yang berkelanjutan, karena menggabungkan dimensi identitas, ekonomi, dan sosial. Proses *branding* berbasis budaya di Desa Muncar tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa budaya merupakan aset strategis yang dapat dimodernisasi tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata tidak semata-mata ditentukan oleh potensi ekonomi, melainkan oleh sejauh mana masyarakat mampu mempertahankan dan menegosiasikan identitas kulturalnya di tengah arus modernisasi.

#### **4. Kesimpulan**

Program pemberdayaan masyarakat di Desa Muncar menunjukkan bahwa pendekatan integratif berbasis community empowerment dan creative economy dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat kapasitas sosial-ekonomi masyarakat desa. Melalui metode partisipatif yang mencakup observasi, pelatihan, dan pendampingan, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan teknis, literasi digital, serta kesadaran kolektif pelaku UMKM dalam mengelola usaha dan memperluas akses pasar. Hasil implementasi rebranding dan digitalisasi promosi menunjukkan hasil positif terhadap visibilitas produk dan kepercayaan diri pelaku usaha, sementara keterlibatan masyarakat lintas generasi dalam kegiatan budaya memperkuat modal sosial dan mempertegas identitas lokal sebagai basis pembangunan ekonomi kreatif.

Secara konseptual, kegiatan ini menegaskan bahwa pembangunan desa wisata berkelanjutan harus berakar pada tiga pilar yang saling menopang: pemberdayaan ekonomi lokal, transformasi digital, dan pelestarian budaya. Sinergi ketiganya menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis komunitas yang adaptif terhadap perubahan pasar tanpa mengabaikan nilai-nilai tradisional. Meskipun demikian, keberlanjutan program masih memerlukan dukungan kebijakan dan pendampingan jangka panjang, terutama dalam penguatan infrastruktur digital dan kelembagaan ekonomi desa. Dengan demikian, hasil kegiatan ini memberikan kontribusi ilmiah dan praktis bagi pengembangan model Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif dan Budaya Lokal yang adil, inklusif, dan berkelanjutan.

#### **Referensi**

- Andini Fadhila Hsb, Juwita Nur Pramita, Nur Anisah Hrp, & Sinta Nova. (2025). Peran Teknologi (Media Sosial) Terhadap UMKM yang Dapat Meningkatkan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 265–274. <https://doi.org/10.59024/jumek.v3i1.536>
- Aptasari, F. W., Falah, M. H., & Akbar, M. M. (2024). Transformasi ritual adat: Dari pelestarian budaya ke komoditas ekonomi. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 4(3), 378–395. <https://doi.org/10.53088/jerps.v4i3.1204>

- Ashrafuzzaman, Md., Rishat, A. S. M. A. H., Hossain, Md. S., & Alam, M. T. (2022). The Impact of Social Media and Digital Marketing on Consumer Behavior: In P. Keikhosrokiani (Ed.), *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services* (pp. 275–294). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4168-8.ch012>
- Berge, J. M., Mendenhall, T. J., & Doherty, W. J. (2009). Using Community-Based Participatory Research (CBPR) to Target Health Disparities in Families. *Family Relations*, 58(4), 475–488. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2009.00567.x>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang. (2024). *Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Semarang Tahun 2019-2023*. Pemerintah Kabupaten Semarang. [https://jdih.semarangkab.go.id/uploads/produk\\_hukum/2024pb3322015.pdf](https://jdih.semarangkab.go.id/uploads/produk_hukum/2024pb3322015.pdf)
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: A success? Community-Based Tourism: A success? *ICRT Occasional Paper*, 11.
- Harini, N., Suharyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Hasanah, A. N., Hadian, M. S. D., & Khan, A. M. A. (2021). Kajian Konsep Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Melalui Kearifan Lokal di Desa Wisata Terong Kabupaten Belitung. *Masyarakat Pariwisata: Journal of Community Services in Tourism*, 2(2), 109–114. <https://doi.org/10.34013/mp.v2i2.366>
- Kienko, T. (2022). The Empowerment Approach as a Methodology for Research and Overcoming Social Issues of People, Groups, and Communities in Mutual Activities: Review and Research Framework. *Sotsiologicheskoe Obozrenie / Russian Sociological Review*, 21(2), 274–303. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2022-2-274-303>
- Kurnia Widhiani, S., Dinanti, D., Helda Leliana, D., Fauzi, I., Bernard Rachman, C., & Habunga, M. (2024). Expected Role of the Community in Decision-Making for the Development of Sanankerto Tourism Village, Turen Sub-District, Malang District. *Regional and Rural Studies*, 2(1), 51–61. <https://doi.org/10.21776/rrs.v2i1.32>
- La Frenierre, J. (2008). Mapping Heritage: A Participatory Technique for Identifying Tangible and Intangible Cultural Heritage. *The International Journal of the Inclusive Museum*, 1(1), 97–104. <https://doi.org/10.18848/1835-2014/CGP/v01i01/44319>
- Malisiova, S., & Kostopoulou, S. (2024). Synergies of Cultural-Creative Industries and Development in Peripheral Areas: Networking, Social Capital, and Place. *Heritage*, 7(8), 4500–4519. <https://doi.org/10.3390/heritage7080212>
- Restuning, R. A. (2024). Digitalisasi Ukm: Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Windusari. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 1–4. <https://doi.org/10.33005/jdep.v7i1.350>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Wallerstein, N., Muhammad, M., Sanchez-Youngman, S., Rodriguez Espinosa, P., Avila, M., Baker, E. A., Barnett, S., Belone, L., Golub, M., Lucero, J., Mahdi, I., Noyes, E., Nguyen, T., Roubideaux, Y., Sigo, R., & Duran, B. (2019). Power Dynamics in Community-Based Participatory Research: A Multiple-Case Study Analysis of

- Partnering Contexts, Histories, and Practices. *Health Education & Behavior*, 46(1\_suppl), 19S-32S. <https://doi.org/10.1177/1090198119852998>
- Wallner, J. (2008). Legitimacy and Public Policy: Seeing Beyond Effectiveness, Efficiency, and Performance. *Policy Studies Journal*, 36(3), 421–443. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.2008.00275.x>