

# Peningkatan Nilai Ekonomi Desa melalui Agroeduwisata dan UMKM Kampung Gambut Siantan Hilir (Kuat Sihir)

<sup>1)</sup>Lussy Angelia\*, <sup>2)</sup>Erna Listiana, <sup>3)</sup>Teguh Firmansyah, <sup>4)</sup>Krisna, <sup>5)</sup>Tiurma Sinaga, <sup>6)</sup>Mega Putri Mediawati

<sup>1,2,3,4,5,6)</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia

Email Corresponding: [lussyangelia6@gmail.com](mailto:lussyangelia6@gmail.com)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p><b>Kata Kunci:</b> Agroeduwisata UMKM Pemberdayaan masyarakat Rebranding Pembangunan desa berkelanjutan</p>	<p>Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kampung Gambut Siantan Hilir (Kuat Sihir) pada kelompok masyarakat pelaku UMKM dan Pokdarwis. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menjawab isu rendahnya pemanfaatan potensi agroeduwisata dan UMKM lokal yang disebabkan oleh keterbatasan promosi, kelemahan inovasi produk, dan minimnya sarana pendukung wisata. Kegiatan KKM-PKM ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata edukatif berbasis lahan gambut, memperkuat identitas UMKM melalui <i>rebranding</i>, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pengelolaan potensi desa secara berkelanjutan. Pendekatan yang digunakan meliputi <i>Community Development</i>, <i>Asset-Based Community Development</i>, dan <i>Service Learning</i>. Hasil program menunjukkan revitalisasi greenhouse sebagai elemen wisata edukatif, digitalisasi promosi melalui media sosial dan Google Maps, pemasangan plang penunjuk arah, serta rebranding UMKM melalui inovasi produk, packaging, katalog digital, dan akun promosi daring. Temuan ini memperkuat daya tarik wisata, meningkatkan identitas dan nilai jual produk, serta memperluas jangkauan pasar. Kesimpulannya, integrasi agroeduwisata dengan penguatan UMKM berbasis digital berhasil meningkatkan kemandirian dan pendapatan masyarakat desa serta mendukung pembangunan berkelanjutan.</p>
<p><b>Keywords:</b> Educational agro-tourism MSMEs Community empowerment Rebranding Sustainable village development.</p>	<p>This community service program was implemented in Kampung Gambut Siantan Hilir (Kuat Sihir) among MSME and Pokdarwis community groups. This activity was intended to address the issue of low utilization of agro-educational tourism and local MSME potential due to limited promotion, weak product innovation, and a lack of tourism support facilities. The KKM-PKM activity aims to increase the appeal of peatland-based educational tourism, strengthen the identity of MSMEs through rebranding, and encourage community participation in sustainable village potential management. The approaches used include Community Development, Asset-Based Community Development, and Service Learning. The program results show the revitalization of greenhouses as an element of educational tourism, the digitization of promotion through social media and Google Maps, the installation of directional signs, and the rebranding of MSMEs through product innovation, packaging, digital catalogs, and online promotional accounts. These findings strengthen tourism appeal, enhance product identity and selling value, and expand market reach. In conclusion, the integration of agro-educational tourism with the strengthening of digital-based MSMEs has successfully increased the independence and income of rural communities and supported sustainable development.</p>

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



## I. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat desa merupakan strategi penting dalam mengatasi ketimpangan ekonomi dan membangun kemandirian lokal. Ketergantungan masyarakat desa pada sektor informal seperti buruh harian dan petani lahan kecil menyebabkan ekonomi desa rentan terhadap gejolak pasar (Syafitri et al., 2024). Pembangunan desa yang merata dan berkelanjutan perlu mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi sebagai strategi utama untuk memperkuat struktur sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari dalam (Nurhidayat, 2023). Melalui pendekatan partisipatif, pemberdayaan dapat memperkuat kapasitas individu maupun kelompok dalam mengelola potensi ekonomi secara mandiri dan berkelanjutan.

6069

UMKM menjadi salah satu pilar utama dalam pemberdayaan ekonomi desa. Menurut data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025), UMKM menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia. Namun, kondisi ini berbeda dengan fenomena yang terjadi di Provinsi Kalimantan Barat, yang hanya mampu menyerap lebih dari 60% tenaga kerja. Bahkan, di Kota Pontianak hanya mampu menyerap 36,33% dari total angkatan kerja kota ini, terutama bagi tenaga kerja berpendidikan rendah dan kurang terampil (Budiman & Herkulana, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa penguatan UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kawasan tanah gambut merupakan ekosistem unik dengan kandungan organik tinggi yang berperan penting dalam menjaga keseimbangan lingkungan dan mitigasi perubahan iklim (Siregar et al., 2021). Selain mendukung pertanian hortikultura, kawasan ini juga menjadi sumber ekonomi melalui pengembangan UMKM dan eduwisata (Lestariningsih et al., 2024). Salah satu contoh nyata kawasan ini adalah Kampung Gambut Siantan Hilir yang terus berkembang sebagai pusat pemberdayaan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Namun, program pengabdian yang dilakukan sebelumnya lebih banyak berfokus pada peningkatan kapasitas produksi tanpa strategi pemasaran digital dan *branding*, serta pengelolaan wisata yang belum mandiri. Program ini hadir dengan pendekatan inovatif yang mengintegrasikan diversifikasi produk, pemasaran digital, dan penguatan identitas desa sebagai agroeduwisata edukatif guna mendukung kemandirian, peningkatan pendapatan, dan keberlanjutan tingkungan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan keberhasilan pengembangan desa berbasis ekowisata dan pemberdayaan UMKM di berbagai daerah. Misalnya, penelitian oleh Yuni et al. (2023) di Desa Wisata Taro, Bali, membuktikan bahwa kolaborasi masyarakat dan pemerintah mampu menciptakan ekosistem wisata yang berdaya saing melalui *branding* desa dan diversifikasi produk UMKM. Demikian pula, penelitian Jaya et al. (2022) menekankan potensi lahan gambut sebagai basis pertanian produktif sekaligus destinasi eduwisata yang menarik. Namun, dibandingkan dengan temuan tersebut, kondisi di Kampung Gambut Siantan Hilir menunjukkan adanya kesenjangan pada pengelolaan desa wisata yang masih terbatas, *branding* desa belum terbentuk, serta kapasitas UMKM belum optimal dalam pemasaran digital dan inovasi produk. Inilah yang menjadi gap utama antara potensi yang ada dan praktik nyata di lapangan.

Pemilihan Kampung Gambut Siantan Hilir sebagai subjek pengabdian didasarkan pada kombinasi antara potensi dan permasalahan. Desa ini memiliki aset lingkungan dan sosial yang layak dikembangkan menjadi destinasi agroeduwisata, namun belum ada langkah konkret untuk mengelolanya secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, desa ini menunjukkan antusiasme dan keterbukaan untuk berkolaborasi, menjadikannya subjek yang tepat dalam penguatan desa wisata. Program ini juga sejalan dengan arahan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) mengenai penguatan desa wisata sebagai strategi pembangunan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai ekonomi desa melalui pengembangan agroeduwisata dan pemberdayaan UMKM lokal. Secara khusus, kegiatan ini ditujukan untuk: (1) memperkuat identitas dan *branding* Kampung Gambut sebagai desa wisata edukatif berbasis pertanian lahan gambut; (2) meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui diversifikasi produk, dan pemasaran digital; serta (3) membangun sarana sederhana untuk mendukung aktivitas wisata dan promosi. Diharapkan, kegiatan ini akan mendorong perubahan sosial berupa meningkatnya partisipasi warga dalam pengelolaan potensi lokal, bertambahnya pendapatan masyarakat, serta tumbuhnya ekosistem wisata dan UMKM yang mandiri dan kreatif.

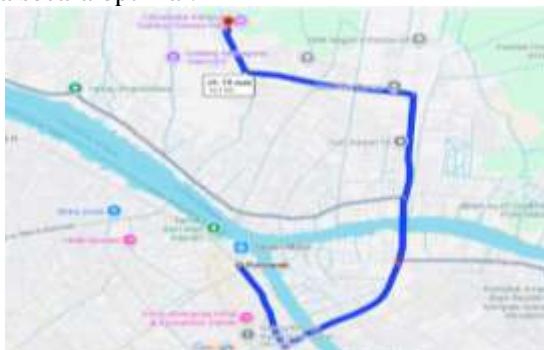
## II. MASALAH

Kampung Gambut Siantan Hilir (Kuat Sihir) memiliki karakteristik lahan gambut yang subur, menjadikannya sangat cocok untuk budidaya berbagai tanaman seperti sayur-mayur, cabai, dan tanaman hortikultura lainnya. Kesuburan ini memberi peluang tidak hanya pada hasil panen segar, tetapi juga pada pengembangan produk turunan seperti kerupuk sayur, mie sayur, *stick* bayam, peyek kembang goyang, roti canai kering, *stick* bawang pedas, kuping gajah, *stick* nanas, hingga rengginang ubi. UMKM setempat memiliki potensi besar untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah yang tahan lama dan bernilai jual tinggi. Terlebih lagi, letaknya yang strategis di wilayah Kalimantan Barat membuka peluang besar untuk memperluas pasar hingga ke wilayah perbatasan, seperti Malaysia dan Brunei Darussalam, sehingga produk lokal desa ini berpotensi menembus pasar ekspor dalam skala mikro secara bertahap. Namun, pelaku UMKM di wilayah ini masih menghadapi sejumlah tantangan. Mereka belum memiliki kemasan sehingga produk

mereka kerap diklaim oleh pihak luar (Mu'ah et al., 2024). Selain itu, rendahnya pemanfaatan media promosi digital menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan rendahnya visibilitas produk di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Adinda et al., 2023). Produk yang dihasilkan pun masih terbatas pada jenis-jenis tertentu, sehingga dibutuhkan sebuah inovasi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan dalam hal kemasan, promosi digital, dan inovasi produk agar UMKM dapat lebih bersaing di pasar.

Di sisi lain, kawasan gambut juga menyimpan potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal terutama dalam pengembangan eduwisata berbasis lingkungan. Menurut Jaya et al., (2022), lahan gambut yang terkelola secara lestari dapat menjadi objek wisata edukatif yang menggabungkan nilai konservasi dan pemberdayaan ekonomi. Eduwisata berbasis gambut mampu mengangkat potensi lokal seperti pertanian tanpa pestisida, produk olahan hasil kebun, serta kearifan lokal dalam pengelolaan lingkungan. Hal ini juga selaras dengan temuan oleh Nugra & Fahmi (2021) yang menekankan bahwa eduwisata yang melibatkan masyarakat secara aktif mampu meningkatkan pendapatan keluarga dan menciptakan kesadaran lingkungan kolektif. Dengan memadukan aspek edukatif dan rekreasi, eduwisata tanah gambut tidak hanya menjadi sumber ekonomi alternatif tetapi juga sarana pelestarian budaya dan ekosistem (Zulkarnaini et al., 2021). Kuat Sihir menjadi salah satu contoh wilayah yang memiliki potensi untuk mewujudkan konsep tersebut melalui pengembangan agroeduwisata yang mengajarkan pengelolaan lingkungan berkelanjutan sekaligus memperkenalkan produk lokal kepada wisatawan.

Agroeduwisata yang berada di Kuat Sihir juga belum terkelola secara maksimal. Tidak tersedianya lokasi wisata di Google Maps dan ketiadaan papan penunjuk arah membuat akses menuju lokasi menjadi sulit bagi pengunjung (Beruni et al., 2025). Ketiadaan media promosi yang aktif menyebabkan informasi mengenai wisata tidak tersampaikan secara luas, sehingga belum mampu menarik minat pengunjung secara luas (Prasetyo et al., 2023). Selain itu, kondisi *greenhouse* yang terbengkalai dan tidak terawat turut memperburuk citra destinasi wisata. Padahal, kawasan ini memiliki peluang besar untuk menjadi desa berbasis eduwisata yang berkelanjutan jika dikelola secara optimal.



Gambar 1. Peta Lokasi Kampung Gambut Siantan Hilir

### III. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui kegiatan Kuliah Kerja Mahasiswa (KKM), Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Universitas Tanjungpura (UNTAN). Kegiatan KKM ini dilaksanakan di Kampung Gambut Siantan Hilir atau dikenal sebagai Kuat Sihir, berlokasi di Kelurahan Siantan Hilir, Kecamatan Pontianak Utara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Kelompok masyarakat sasaran dalam melakukan kegiatan KKM-PKM adalah Kelompok Wanita Tani (KWT), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan UMKM di Kuat Sihir. Kegiatan KKM-PKM ini berlangsung selama satu bulan yang dimulai dari tanggal 1 - 31 Juli 2025. Aktivitas pengabdian dalam kegiatan KKM-PKM ini melibatkan sembilan orang yang meliputi, Irwan selaku Ketua RW, Eda selaku Ketua UMKM, Misra'i selaku Ketua Pokdarwis, Sani selaku Ketua KWT dan lima Mahasiswa/i yang akan melaksanakan kegiatan KKM-PKM.

Dalam Kegiatan KKM-PKM ini digunakan tiga pendekatan atau metode. Pertama, pendekatan *Community Development* (CD) merupakan suatu upaya untuk melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat secara menyeluruh bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara bertahap dan berkelanjutan (Luhukay & Pakpahan, 2023). Hal ini membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan meningkatkan daya tarik dan estetika produk UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan yang dilakukan mencakup perancangan logo UMKM Kuat Sihir, pembuatan media sosial, postingan promosi dan konten

promosi media sosial, membuat desain dan pencetakan *packaging* produk UMKM dan pembuatan produk baru. Kedua, pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang merupakan sebuah model dalam pemberdayaan masyarakat yang lebih mengutamakan pemanfaatan dalam aset dan potensi yang dimiliki oleh sebuah komunitas masyarakat (Astawa et al., 2022). Kegiatan yang dilakukan yaitu dengan menghidupkan kembali aset lokal berupa *greenhouse* yang telah terbengkalai dan memperindahnya sehingga memiliki nilai wisata dan meningkatkan potensi dan kemandirian lokal. Terakhir adalah *Service Learning* (SL), yang merupakan sebuah metode pembelajaran yang memadukan pembelajaran secara akademik dan juga pengabdian kepada masyarakat dalam memberikan sebuah pengalaman belajar secara praktik (Juniawan & Sylfania, 2025). Bentuknya yaitu kolaborasi antara mahasiswa dengan warga lokal berupa perancangan logo Pokdarwis, pembuatan konten media sosial, pemasangan plang edukasi sampah dan penunjuk arah.

Kegiatan KKM ini berfokus pada pengembangan Wisata Edukasi dan UMKM lokal Kuat Sihir. Dalam melakukan pelaksanaannya, kegiatan ini terdiri dari tiga tahapan utama yaitu:

a. Persiapan KKM

Tahap pertama dalam pelaksanaan kegiatan KKM-PKM ini adalah dengan melakukan persiapan yang dilakukan pada tanggal 1 – 6 Juli 2025 melalui serangkaian agenda meliputi survey lokasi, melakukan wawancara kepada warga dan pihak PT. Pertamina Patra Niaga, serta perancangan program kerja. Pada tanggal 1 Juli dilakukan survey awal ke Kuat Sihir untuk berdiskusi dan mewawancarai ketua RW Kuat Sihir, Bapak Irwan, untuk menggali potensi, keunggulan, dan kekurangan yang ada di desa tersebut. Kemudian, pada tanggal 2 Juli, dilanjutkan pertemuan untuk berdiskusi dan mewawancarai ketua KWT, ketua UMKM dan ketua Pokdarwis Kuat Sihir terkait kekurangan dan kelebihan yang ada pada masing-masing bidang. Hasil diskusi tersebut menjadi dasar penyusunan program kerja pada 3 – 5 Juli. Tahap persiapan diakhiri dengan pertemuan bersama PT Pertamina Patra Niaga Integrated Terminal pada 6 Juli. Seluruh program kerja yang telah dirumuskan mendapat dukungan penuh untuk diimplementasikan selama kegiatan KKM-PKM.

b. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Pelaksanaan dilaksakan pada tanggal 7-24 Juli 2025 yang mencangkup kegiatan penataan *greenhouse* untuk meningkatkan nilai wisata. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini berupa bibit tanaman, pupuk, Polybag, sampah plastik dan botol bekas untuk ecobrick, tanah, air, kayu, paku, cat, kuas, bensin, palu, ban bekas dan alat pertanian sederhana seperti cangkul, sabit, sekop dan lainnya. Kegiatan pengembangan UMKM lokal yang mencakup pembuatan logo UMKM, desain *packaging* produk, media sosial UMKM, dan desain katalog produk. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini berupa *software* untuk mendesain berupa Canva, Instagram dan laptop. Kegiatan pelaksanaan praktik inovasi produk UMKM lokal berupa pembuatan kerupuk sayur untuk menambah jenis produk dan nilai jual dari UMKM di Kuat Sihir. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini berupa tepung, bayam, blender, air, panci, penyedap rasa dan pisau. Kegiatan pengembangan promosi wisata lokal yang mencakup pembuatan konten, desain logo dan media sosial Pokdarwis, serta optimalisasi media sosial melalui penyajian konten yang informatif dan menarik. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini yaitu *software* berupa Canva, Capcut, Instagram, Tiktok, *Smartphone* dan *talent* warga lokal. Kegiatan pelaksanaan pembuatan plang edukasi sampah dan penunjuk arah yang berfungsi untuk memberikan pengetahuan tentang lamanya sampah terurai dan plang penunjuk arah untuk mengarahkan wisatawan agar dapat dengan mudah menemukan lokasi wisata. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini berupa papan kayu, ketam, cat, kuas, bensin, *Pylox*, paku, palu, gergaji dan sampah bekas. Terakhir, kegiatan pelaksanaan pembuatan Google Maps agar wisatawan dapat dengan mudah menemukan tempat wisata dan mengakses informasi mengenai *spot* menarik di desa tersebut. Alat dan bahan sebagai penunjang dalam kegiatan ini yaitu *software* berupa Google Maps dan *Smartphone*.

c. Pelaporan

Tahap terakhir dalam melakukan kegiatan KKM-PKM adalah melakukan penyusunan laporan yang dilakukan pada tanggal 25 – 31 Juli 2025. Pada tanggal 25 Juli melakukan penyusunan *logbook* harian KKM-PKM. Pada tanggal 26 Juli membuat video dokumentasi kegiatan KKM-PKM. Pada tanggal 27 – 28 Juli menyusun laporan akhir KKM-PKM. Pada tanggal 29 Juli dilaksanakan presentasi atas laporan yang telah disusun sebelumnya dan terakhir pada tanggal 30 – 31 Juli melakukan penyusunan artikel KKM-PKM yang akan dipublikasikan.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok masyarakat sasaran pada kegiatan KKM-PKM ini adalah KWT, UMKM, dan Pokdarwis Kuat Sihir. UMKM berfokus pada pengolahan produk lokal untuk memperkuat ekonomi, sedangkan Pokdarwis mengelola wisata edukasi dengan melibatkan KWT sebagai bagian dari aktivitas pemberdayaan. Hal ini menegaskan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan program, sebagaimana ditegaskan oleh Anarta & Darwis (2024) bahwa keterlibatan lokal merupakan kunci keberhasilan pengembangan desa.

Program pertama yaitu pengembangan agroeduwisata melalui revitalisasi *greenhouse* yang sebelumnya kurang terawat yang ditandai dengan adanya rumput liar, sampah, dan tata ruang yang tidak berfungsi optimal. Melalui pembersihan, penataan ulang, dan penambahan plang edukatif mengenai waktu penguraian berbagai jenis sampah, *greenhouse* kemudian difungsikan kembali sebagai elemen wisata edukasi. Dalam proses pelaksanaannya, warga Kuat Sihir dan pihak CSR PT Pertamina Integrated Terminal turut berpartisipasi aktif dalam revitalisasi *greenhouse* ini, baik dalam bentuk tenaga maupun penyediaan bahan baku. Upaya ini selaras dengan temuan Sulistiarini et al. (2024) bahwa eduwisata berbasis lingkungan dapat meningkatkan literasi ekologis dan membuka peluang ekonomi. Selain itu, upaya ini memperlihatkan relevansi dengan penelitian Jaya et al. (2021) yang menekankan potensi lahan gambut sebagai basis pertanian produktif sekaligus destinasi eduwisata. Revitalisasi *greenhouse* ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan nilai estetika dan fungsionalitas *greenhouse* sebagai elemen pendukung daya tarik visual wisata edukasi di Kuat Sihir.



Gambar 2. Revitalisasi *Greenhouse* (a) Area Luar *Greenhouse* Setelah Direvitalisasi (b) Area Dalam *Greenhouse* Setelah Direvitalisasi (c) Plang Edukasi Waktu Penguraian Sampah

Program selanjutnya yaitu digitalisasi promosi wisata melalui media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik kawasan wisata desa. Upaya pertama yang dilakukan meliputi perancangan identitas Pokdarwis berupa logo dan akun Instagram yang akan digunakan sebagai media promosi. Aktivitas promosi agroeduwisata dikembangkan melalui pembuatan konten promosi secara terjadwal yang melibatkan masyarakat lokal sebagai *talent* untuk merepresentasikan identitas desa secara autentik dan diunggah di Instagram dan TikTok. Strategi ini tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap wisata lokal. Konten edukatif juga diunggah pada Instagram Pokdarwis yang berisi informasi mengenai lokasi, daya tarik agroeduwisata, lahan gambut, dan informasi lainnya. Dampak nyata dari kegiatan ini yaitu berhasil memperluas jangkauan promosi dan menarik kunjungan wisatawan. Selain itu, sekaligus menegaskan ketercapaian tujuan awal program dalam memperkuat visibilitas dan kredibilitas desa secara digital. Upaya ini sejalan dengan penelitian Yuni et al. (2023) di Desa Wisata Taro, Bali, yang menekankan *branding* dan kolaborasi masyarakat sebagai kunci daya saing desa wisata. Oleh karena itu, pendekatan digitalisasi di Kuat Sihir menjadi bukti nyata integrasi *branding* desa dengan partisipasi warga.



Gambar 3. Penguatan Kelembagaan Pokdarwis dan Promosi Digital (a) Akun Instagram dan Logo Pokdarwis (b) Konten Promosi Agroeduvisata di Instagram (c) Konten Promosi Agroeduvisata di TikTok

Program selanjutnya berfokus pada peningkatan visibilitas kawasan agroeduvisata dengan pendaftaran lokasi ke Google Maps dan pemasangan plang penunjuk arah. Sebelumnya, agroeduvisata belum memiliki elemen penunjuk arah maupun informasi lokasi di Google Maps, sehingga kesadaran masyarakat terhadap keberadaan destinasi masih rendah, maka dirancanglah program ini untuk meningkatkan aksesibilitas dan keterjangkauan informasi wisata. Program ini memperlihatkan relevansi dengan pendekatan Sulistiari et al. (2024) yang menekankan perlunya dukungan sarana dan informasi dalam eduwisata agar dapat menarik minat pengunjung. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mengatasi kendala aksesibilitas dan memperkuat kredibilitas destinasi di ruang digital serta memenuhi dua dari tiga indikator yang ditetapkan, yakni pembuatan akun Google Maps dan pemasangan plang penunjuk arah, sementara plang edukatif mengenai jenis tanaman tidak terealisasi karena keterbatasan sumber daya.



Gambar 4. Peningkatan Visibilitas Lokasi Agroeduvisata (a) Pendaftaran Lokasi ke Google Maps (b) Plang Penunjuk Arah Lokasi Agroeduvisata

Program terakhir berfokus pada pengembangan UMKM Kuat Sihir melalui strategi *rebranding*, inovasi produk, dan digitalisasi dengan tujuan untuk memperkuat identitas visual, meningkatkan nilai tambah pada produk UMKM, dan memperluas pasar. Melalui intervensi program, dilakukan pembuatan logo, akun Instagram UMKM, disusun 9 katalog digital, dan desain kemasan bagi lima produk yang sebelumnya tanpa packaging, sehingga harga jual meningkat dari Rp10.000 menjadi Rp13.000 – Rp15.000. Selain itu, dilakukan inovasi produk berupa Kerupuk Sayur berbahan dasar hasil pertanian lokal yang dilengkapi dengan *packaging* agar bernilai jual tinggi. Strategi ini sejalan dengan Febrianti et al. (2023) yang menyebutkan bahwa identitas visual berperan penting dalam memperkuat citra produk. Temuan ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian Khairani et al. (2024) mengenai *rebranding* UMKM Sambal Cumi Asin yang bertujuan meningkatkan daya saing produk. Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan dimana penelitian Khairani et al. (2024) lebih menitikberatkan pada inovasi kemasan fisik dan distribusi, sedangkan UMKM Kuat Sihir tidak hanya fokus pada kemasan fisik, tetapi juga mengintegrasikan desain visual dengan

pengelolaan media sosial serta katalog digital, sehingga program ini menghadirkan dimensi baru dalam strategi *rebranding* UMKM.



Gambar 5. Pengembangan UMKM Kuat Sihir (a) Logo, Akun Instagram, dan Katalog Produk (b) Inovasi Produk Kerupuk Sayur (c) Implementasi Desain *Packaging* Produk-Produk UMKM

Keseluruhan program revitalisasi dan *rebranding* yang dilaksanakan di Kuat Sihir ini telah menjawab permasalahan lemahnya *branding* UMKM, terbatasnya pemasaran digital, dan pengelolaan agroeduwisata yang belum mandiri. Melalui pendekatan kolaboratif, program ini selaras dengan temuan Yuni et al. (2023), Jaya et al. (2021), dan Khairani et al. (2024), serta menambahkan dimensi baru berupa integrasi branding, digitalisasi, dan partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan desa wisata.

## V. KESIMPULAN

Pelaksanaan program KKM di Kuat Sihir memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan agroeduwisata dan pemberdayaan UMKM. Revitalisasi greenhouse, penambahan plang edukasi dan penunjuk arah, serta pendaftaran lokasi di Google Maps berhasil meningkatkan daya tarik wisata dan visibilitas destinasi. Hal ini melengkapi penelitian Jaya et al. (2021) yang menekankan potensi lahan gambut sebagai destinasi eduwisata, dengan tambahan kontribusi berupa *branding* dan digitalisasi promosi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pariwisata modern. Pada bidang UMKM, program ini berhasil mendorong *rebranding*, pembuatan *packaging*, katalog digital, dan inovasi produk kerupuk sayur sebagai bentuk diversifikasi. Hasil ini sejalan dengan temuan Yuni et al. (2023) yang menekankan pentingnya branding dan diversifikasi produk UMKM, tetapi program KKM di Kuat Sihir menutup kesenjangan sebelumnya berupa rendahnya kapasitas pemasaran digital dan lemahnya identitas produk lokal. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi desa, tetapi juga menghadirkan kontribusi baru berupa integrasi revitalisasi aset lokal, inovasi produk, dan strategi digitalisasi promosi. Ke depan, program ini dapat dikembangkan lebih lanjut melalui pelatihan *digital marketing* yang berkelanjutan, penguatan jejaring kerja sama dengan pemerintah maupun CSR, serta penciptaan inovasi produk turunan lain yang berbasis potensi lokal untuk menjaga keberlanjutan dampak positif bagi desa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, O. T., Primandhana, W. P., & Sishadiyati. (2023). Pemanfaatan Media Digital dalam Meningkatkan Pemasaran dan Pertumbuhan UMKM Desa Karangan Kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 304–313. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10076990>
- Anarta, F., & Darwis, R. S. (2025). Pentingnya Partisipasi Masyarakat Sebagai Bagian Dari Pariwisata Berbasis Masyarakat Dalam Mengembangkan Desa Wisata. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2), 212–220. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.59114>
- Astawa, I. P. M., Pugra, I. W., & Suardani, M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Lanjut Usia dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) di Dusun Kawan Desa Bakas Kabupaten Klungkung. *Bhakti Persada*, 8(2), 108–116. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.108-116>
- Beruni, M. A., Kobra, M. K., Rolle, J.-A., Rahman, S., & Khalil, M. I. (2025). Exploring the Impact of Google Maps on Tourism Flourishment. *SSRN Electronic Journal*, 6(1). 8–21. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5156251>
- Budiman, J., & Herkulana, H. (2021). Peran Umkm Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11(2), 91–98. <https://doi.org/10.51195/iga.v11i2.164>
- Febrianti, D., Arif, S., Fitriyah, R. N., Purwanti, L., Sari, V. N. I., & Akhyar, Z. A. (2023). Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness dari UMKM Keripik Gadung. *Nusantara Community*

- Empowerment Review*, 1(1), 1–6. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/ncer/>
- Jaya, A., Antang, E. U., Birawa, C., Supriati, L., Salampak, & Gunawan, H. (2021). Pengembangan Agroekowisata Terintegrasi di Lahan Gambut Di Kalimantan Tengah. *Pengabdian Kampus : Jurnal Informasi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 26–42. <https://doi.org/10.52850/jpmupr.v8i1.3971>
- Juniawan, F. P., & Sylfania, D. Y. (2025). Implementasi Service Learning pada Pelatihan Teknologi Informasi di LKSA Ruth Abstrak. *ORAHUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(02), 76–83. <https://doi.org/10.70404/orahua.v2i02.118>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas: Tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Kemenparekraf meluncurkan anugerah desa wisata 2021. DISPARPORA Kabupaten Lima Puluh Kota*. <https://disparpora.limapuluhkotakab.go.id/berita/kementerian-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-kemenparekraf-meluncurkan-anugerah-desa-wisata-2021>
- Khairani, Z. N., Putri, A., Susilawati, A. F., Pramesti, V. G., & Maisa, D. A. (2024). Rebranding MSMEs' Sambal Cumi Asin by BUMDesa Rasau Jaya Satu to Enhance Brand Awareness. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 369–376. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang3350>
- Lestariningsih, S. P., Hamkani, H., Nurwendi, A. F. Reki, N. H. (2022). Karakteristik Lahan Gambut dan Tinggi Muka Air Gambut di Kecamatan Siantan Hilir, Pontianak Utara. *Jurnal Lingkungan Hutan Tropis*, 3(2), 102–112. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jlht/article/view/61820/75676596218>
- Luhukay, M. S., & Pakpahan, C. E. A. (2023). Bersama Membangun Warga Masyarakat Yang Kuat: Implementasi Pelatihan Community Development Program Rescue (Responsible Citizens Under Enhancement). *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.37695/pkmcsl.v6i0.2218>
- Mu'ah, M., Mas'adah, M., Sayyid, M., Masram, M., & Singgih, C. T. (2025). Peningkatan Strategi Penjualan UMKM melalui Perbaikan Kemasan Produk di Kecamatan Sugio. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 407–412. <https://doi.org/10.54082/jippm.662>
- Nugra, Y., & Fahmi, I. A. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Kampung Wisata Edukasi Pertanian Perkotaan Kelurahan Sukamulya Kecamatan Sematng Borang Kota Palembang. *Jurnal Societa*, 22–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.32502/jsct.v10i1.4276>
- Nurhidayat, I. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Di Desa Kertajaya Kecamatan Cigugur Kabupaten Pangandaran. *Journal Education and Government Wiyata*, 1(1), 10–23. <https://doi.org/10.71128/e-gov.v1i1.4>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515–522. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Siregar, A., Walida, H., Sitanggang, K. D., Harahap, F. S., & Triyanto, Y. (2021). Karakteristik Sifat Kimia Tanah Lahan Gambut di Perkebunan Kencur Desa Sei Baru Kecamatan Panai Hilir Kabupaten Labuhanbatu. *Agrotechnology Research Journal*, 5(1), 56–62. <https://doi.org/10.20961/agrotechresj.v5i1.48434>
- Sulistiarini, E. B., Prihandini, R., Alfian, R., Shofiah, W., & Laili, H. (2024). Strategi Pembentukan Eduwisata Pertanian Ramah Lingkungan melalui Focus Group Discussion (FGD). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 4465–4472. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4307>
- Syafitri, W., Prestianawati, S. A., Fawwaz, M., Imamia, T. L., & Rasli, A. (2024). Factors Influencing Individuals to Be Involved in Informal Economic Sectors in Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 8(4), 599–611. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v8i4.77207>
- Yuni, H. K., Ardani, N. N., Bili, M. Y., & Kurnia, T. I. (2023). Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Alam dalam Menunjang Pengembangan Desa Wisata Taro Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 9(1), 16–25. <https://doi.org/10.31940/bp.v9i1.16-25>
- Zulkarnaini, Z., Sujianto, Wawan, & Harto, S. (2021). Peningkatan Kapasitas Pengelola Arboretum Gambut Berbasis Education For Sustainable Development (ESD). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(3), 271–277. <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/27264>