

**OPTIMALISASI POTENSI DESA KADUJAYA MELALUI PEMETAAN,
PROMOSI DIGITAL, DAN PENGUATAN UMKM LOKAL*****OPTIMIZING THE POTENTIAL OF KADUJAYA VILLAGE THROUGH MAPPING,
DIGITAL PROMOTION, AND STRENGTHENING OF LOCAL UMKM***

**Salsabila Karimah^{1*}, Atiqah Ummu Afwa², Pinkan Sanusi³, Intan Maryam Abdillah⁴,
Maulana Inzi Arrozy⁵, Muhammad Nur Alif⁶**

Universitas Pendidikan Indonesia, Sumedang

^{1*} 24.Salbikars@upi.edu, ²atiqahua999@upi.edu, ³pinkansnsi@upi.edu,

⁴intanmaryamaabdillah@upi.edu, ⁵maulanainziarrozy190@gmail.com, ⁶mnalif@upi.edu

Article History:

Received: July 28th, 2026

Revised: August 10th, 2026

Published: August 15th, 2026

Abstract: *During the period from June 24 to July 27, students of the University of Education Indonesia Campus in Sumedang carried out the Real Work Lecture Program (KKN) in Kadujaya Village, which is located in Jatigede District, Sumedang Regency. Thanks to its position adjacent to the Jatigede Dam and surrounded by hills and green farmland, Kadujaya Village has great natural tourism potential. However, this potential has not been optimally exploited due to limited regional mapping data, lack of digital promotion, and the lack of connection between local UMKM products and the wider market. Therefore, these challenges are sought to be answered through four main work programs, namely; making village potential maps, making village profile videos, making village UMKM promotion videos, and distributing local UMKM products to souvenir centers. Through a participatory descriptive approach, this program produces outputs in the form of a map of tourism potential and village resources, audiovisual content for digital promotion needs, and the opening of new market access for local UMKMactors. The results of the activity show that a combination of data-based mapping, digital promotion through visual content, and strengthening the distribution of local products can be a complementary strategy in pushing Kadujaya Village towards a sustainable Tourism Village status.*

Keywords: *tourism village, village potential map, digital promotion, UMKM*

Abstrak

Selama periode 24 Juni sampai dengan 27 Juli, mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia Kampus di Sumedang melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kadujaya, yang berada di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang. Berkat posisinya yang berdekatan dengan Bendungan Jatigede serta dikelilingi oleh perbukitan dan lahan pertanian hijau membuat Desa Kadujaya memiliki potensi wisata alam yang besar. Meskipun demikian, potensi tersebut belum

tergarap secara optimal karena keterbatasan data pemetaan wilayah, minimnya promosi digital, dan belum terhubungnya produk UMKM lokal dengan pasar yang lebih luas. Maka dari itu, tantangan tersebut berupaya dijawab melalui empat program kerja utama, yaitu; pembuatan peta potensi desa, pembuatan video profil desa, pembuatan video promosi UMKM desa, dan pendistribusian produk UMKM lokal ke pusat oleh-oleh. Melalui pendekatan deskriptif partisipatif, program ini menghasilkan luaran berupa peta potensi wisata dan sumber daya desa, konten audiovisual untuk kebutuhan promosi digital, serta terbukanya akses pasar baru bagi pelaku UMKM setempat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kombinasi pemetaan berbasis data, promosi digital melalui konten visual, dan penguatan distribusi produk lokal dapat menjadi strategi yang saling melengkapi dalam mendorong Desa Kadujaya menuju status Desa Wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: desa wisata, peta potensi desa, promosi digital, UMKM

PENDAHULUAN

Wisata desa dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan potensi lokal secara berkelanjutan. Pengembangan desa wisata berhasil karena banyak faktor. Selain daya tarik wisata, pengelolaan potensi, promosi yang efektif, dan pemberdayaan masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan sangat penting (Nuryanti & Wisata, 1993; KEMENPAREKRAF, 2021). Desa Kadujaya terletak di Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, dengan luas wilayah sekitar 476,98 ha dan terdiri dari dua dusun, dengan sekitar 1.391 warga yang tinggal di sana. Desa ini memiliki pemandangan alam yang indah berupa perbukitan, lahan pertanian, dan pemandangan Bendungan Jatigede, yang merupakan potensi utama untuk pengembangan wisata alam. Masyarakat Desa Kadujaya juga membangun usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mendukung ekonomi lokal.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, hasil dari observasi dan koordinasi dengan pemerintah desa menunjukkan bahwa potensi tersebut belum digunakan dengan cara yang paling efektif. Beberapa masalah yang ditemukan termasuk kurangnya peta potensi desa sebagai alat inventarisasi, jumlah media digital yang terbatas untuk mempromosikan potensi desa, dan jaringan distribusi yang terbatas menyebabkan pemasaran produk UMKM tidak optimal. Dengan demikian, potensi desa belum dipromosikan dan dimanfaatkan sepenuhnya untuk mendukung pengembangan desa wisata.

Dengan berkembangnya teknologi digital, desa sekarang dapat mempromosikan destinasi dan barang lokal melalui media visual yang lebih menarik Kotler et al., (2014) menyatakan bahwa pemasaran digital memainkan peran penting dalam menciptakan citra destinasi dan meningkatkan jangkauan promosi. Di sisi lain, Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa digital marketing memiliki kemampuan untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, agar promosi dan pengembangan desa dapat berjalan secara berkelanjutan, penggunaan media digital harus dikombinasikan dengan upaya untuk mengidentifikasi potensi desa.

Pemetaan potensi desa dapat membantu pemerintah desa dalam menentukan arah pengembangan wilayah, menurut berbagai kegiatan pengabdian masyarakat. Di sisi lain, promosi digital melalui media sosial dan konten audiovisual dapat meningkatkan visibilitas destinasi dan produk lokal (Zubair and Ditha, 2023). Namun, sebagian besar acara masih berkonsentrasi pada satu aspek: pemetaan atau pemasaran digital. Dalam upaya ini, kedua pendekatan tersebut

digabungkan dengan penguatan pemasaran UMKM untuk menghasilkan strategi yang lebih terpadu untuk mendukung kemajuan Desa Kadujaya sebagai desa wisata.

Oleh karena itu, KKN Abhinaya Kadujaya melaksanakan program pengabdian masyarakat melalui empat kegiatan utama. Mereka adalah pembuatan peta potensi desa, video profil desa, video promosi UMKM, dan penyediaan produk UMKM ke pusat oleh-oleh. Tujuan dari program ini adalah untuk memaksimalkan potensi Desa Kadujaya dengan meningkatkan media informasi, promosi digital, dan pemasaran produk lokal. Tujuannya adalah untuk membantu Desa Kadujaya berkembang menjadi desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE

Di Desa Kadujaya, Kecamatan Jatigede, Kabupaten Sumedang, program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama Kuliah Kerja Nyata (KKN) Abhinaya Kadujaya dari 24 Juni hingga 27 Juli 2026. Untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa, pemerintah desa, pelaku UMKM, dan masyarakat terlibat dalam setiap tahapan kegiatan melalui pendekatan deskriptif partisipatif (Creswell and Creswell, 2017). Untuk memulai kegiatan, identifikasi masalah dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan perangkat desa dan pelaku UMKM, dan dokumentasi potensi wisata, fasilitas pendukung, dan kondisi pemasaran produk lokal. Hasil identifikasi ini menjadi dasar untuk membuat program kerja yang berfokus pada meningkatkan promosi desa dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Empat kegiatan utama termasuk dalam tahap pelaksanaan. Yang pertama adalah inventarisasi dan pemetaan lokasi wisata, fasilitas umum, dan UMKM yang potensial di Desa Kadujaya; yang kedua adalah pembuatan profil digital desa; yang ketiga adalah pembuatan video promosi UMKM yang menampilkan profil bisnis, proses produksi, dan keunggulan produk lokal; dan yang keempat adalah membantu mendistribusikan produk UMKM ke pusat oleh-oleh untuk meningkatkan akses pemasaran. Tahap akhir, evaluasi, dilakukan bersama pemerintah desa dan pelaku UMKM untuk menilai ketercapaian program dan memastikan seluruh luaran dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Luaran yang dibuat termasuk peta potensi desa, video profil desa, video promosi UMKM, dan kolaborasi awal untuk mendistribusikan barang UMKM ke pusat oleh-oleh.

HASIL

Di Desa Kadujaya, program pengabdian masyarakat telah menghasilkan beberapa luaran yang membantu mengembangkan potensi desa melalui pemanfaatan media informasi, promosi digital, dan penguatan pemasaran UMKM. Luaran tersebut termasuk peta potensi desa, video profil desa, dan video promosi UMKM, serta kerja sama dengan pusat oleh-oleh untuk meningkatkan akses ke pemasaran produk lokal. Berikut ini adalah hasil dari setiap program.

1. Pembuatan Peta Potensi

Peta potensi Desa Kadujaya dibuat berdasarkan observasi lapangan, dokumentasi, dan kerja sama dengan pemerintah desa. Peta memuat informasi tentang lokasi objek wisata, fasilitas umum, dan bisnis kecil dan menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh wilayah. Peta dibuat dengan citra satelit dan penanda lokasi untuk membuatnya lebih mudah dipahami. Diharapkan bahwa luaran ini akan membantu mengidentifikasi potensi desa dan membantu dalam perencanaan pengembangan kawasan wisata.



Gambar 1. Peta Potensi Desa Kadujaya

2. Pembuatan Video Profil Desa

Video profil Desa Kadujaya dirancang untuk mempromosikan desa dengan menampilkan kondisi geografis, potensi wisata, aktivitas masyarakat, dan pemandangan Bendungan Jatigede. Dimaksudkan untuk digunakan oleh pemerintah desa untuk dipublikasikan di media sosial dan dipromosikan kepada wisatawan dan pemangku kepentingan lainnya.



Gambar 2. Cuplikan Video Profil Desa Kadujaya

3. Pembuatan Video Promosi UMKM

Program ini menghasilkan video promosi yang memperkenalkan UMKM lokal dengan menampilkan proses produksi, keunggulan produk, dan profil singkat pelaku usaha. Video ini disusun dalam format promosi digital, sehingga dapat digunakan sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya tarik produk lokal di berbagai *platform online*.



Gambar 3. Cuplikan Video Promosi UMKM Desa Kadujaya

4. Pendistribusian Produk UMKM Lokal ke Pusat Oleh-Oleh

KKN Abhinaya Kadujaya membantu produk UMKM Desa Kadujaya dikirim ke salah satu pusat oleh-oleh di Kabupaten Majalengka untuk meningkatkan akses pasar. Perkenalan produk lokal kepada masyarakat umum, terutama turis yang mengunjungi Sumedang, dimulai dengan acara ini.



Gambar 4. Penyerahan Produk UMKM ke Pusat Oleh-Oleh

PEMBAHASAN

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa meningkatkan potensi desa tidak hanya bergantung pada jumlah sumber daya yang tersedia, tetapi juga bagaimana desa mengelola dan mempromosikan sumber daya tersebut. Peta potensi desa menyediakan data spasial untuk membantu perencanaan pengembangan kawasan wisata. Inventarisasi potensi merupakan bagian penting dari perencanaan destinasi, menurut (Inskeep, 1991). Ini karena membantu menemukan sumber daya yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Strategi untuk meningkatkan visibilitas Desa Kadujaya adalah dengan menggunakan media digital, termasuk video profil desa dan video promosi UMKM. Dengan menyampaikan informasi secara lebih menarik, media

audiovisual dapat memperkuat citra destinasi dan produk lokal. Ini sejalan dengan Kotler et al., (2014), yang menyatakan bahwa pemasaran digital sangat penting untuk membangun citra dan meningkatkan jangkauan promosi produk dan destinasi.

Selain itu, pengiriman produk UMKM ke pusat oleh-oleh menunjukkan upaya nyata untuk memberi pelaku usaha lokal lebih banyak pasar. Diharapkan bahwa kombinasi antara peningkatan jaringan pemasaran dan promosi digital dapat meningkatkan daya saing produk UMKM sekaligus memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Menurut, Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), peluang produk untuk dikenal dan dipasarkan lebih luas dapat ditingkatkan dengan strategi pemasaran digital yang didukung oleh saluran distribusi yang tepat. Secara keseluruhan, melalui penyediaan media informasi, promosi digital, dan penguatan pemasaran UMKM, program tersebut telah mendukung upaya untuk membangun Desa Kadujaya menjadi desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat KKN Abhinaya Kadujaya berhasil memaksimalkan potensi Desa Kadujaya melalui empat program utama: pembuatan peta potensi desa, video profil desa, video promosi UMKM, dan penyebaran produk UMKM ke pusat oleh-oleh. Seluruh program menghasilkan luaran yang dapat digunakan untuk memberikan informasi, promosi, dan pemasaran dalam upaya mendukung pengembangan potensi wisata dan ekonomi lokal. Pemanfaatan media digital bersama dengan penguatan pemasaran meningkatkan promosi desa dan daya saing produk UMKM. Program ini diharapkan menjadi langkah awal bagi pemerintah desa dan masyarakat untuk mengembangkan Desa Kadujaya menjadi desa wisata yang berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Indonesia melalui program Kuliah Kerja Nyata yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Dr. Muhammad Nur Alif, M.Pd., atas arahan, bimbingan, dan masukan selama pelaksanaan program. Apresiasi yang sebesar-besarnya diberikan kepada Pemerintah Desa Kadujaya, Kepala Desa beserta seluruh perangkat desa, para kepala dusun, tokoh masyarakat, pelaku UMKM, dan seluruh masyarakat Desa Kadujaya yang telah memberikan dukungan, kerja sama, serta partisipasi aktif sehingga seluruh rangkaian program kerja dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh anggota KKN Abhinaya Kadujaya atas kerja sama, dedikasi, dan kontribusi dalam merencanakan, melaksanakan, hingga menyelesaikan seluruh program pengabdian. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Kadujaya dan menjadi kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan potensi desa secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Chaffey, D. And Ellis-Chadwick, F. (2019) *Digital Marketing Strategy, Implementation And Practice*. Pearson Benelux B.V. (Zweigniederlassung Deutschland). Available At: <https://Elibrary.Pearson.De/Book/99.150005/9781292241586>.
- Creswell, J.W. And Creswell, J.D. (2017) *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.

- Inskeep, E. (1991) *Tourism Planning: An Integrated And Sustainable Development Approach*. John Wiley \& Sons.
- Kemenparekraf (2021) 'Pedoman Desa Wisata Berkelanjutan'.
- Kotler, P. *Et Al.* (2014) 'Marketing For Hospitality And Tourism. Ed', *Harlow, Essex: Pearson Education Limited* [Preprint].
- Nuryanti, W. And Wisata, D. (1993) 'Concept, Perspective, And Challenge', In *Report Of The International Conference On Cultural Tourism*.
- Zubair, F. And Ditha, D. (2023) 'Sosialisasi Strategi Branding Wisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Ketrampilan Perangkat Desa Kadujaya Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang: Sosialisasi Strategi Branding Wisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Ketrampilan Perangkat Desa Kadujaya Kecamatan Jatigede Kabupaten Sumedang', *Kabuyutan*, 2(3), Pp. 168–174.