

Optimalisasi Pemberdayaan Keuangan Sosial Melalui Crowdfunding Online untuk Pengembangan Infrastruktur Wisata Desa

Wardayani¹, Supriyanto²

¹Program Studi Manajemen Perusahaan, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Medan, Indonesia

²Program Studi Administrasi Bisnis, LP3i Medan, Medan, Indonesia

Email : wardayani302@gmail.com¹, faiziqameira@gmail.com²

(* : wardayani302@gmail.com)

Abstrak–Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha desa dan pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) agar lebih mengetahui dan memahami tentang tata Kelola keuangan melalui pelatihan pemanfaatan *crowdfunding online* dalam pengembangan infrastruktur wisata desa. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui pelatihan tatap muka, studi kasus, dan praktik langsung penyusunan kampanye penggalangan dana. Berdasarkan hasil survei terhadap 20 peserta sebelum dan sesudah pelatihan, ditemukan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap konsep *crowdfunding*, dari mayoritas berada pada tingkat rendah menjadi sedang dan tinggi setelah pelatihan. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian terbaru yang menunjukkan pentingnya literasi keuangan digital dan pemanfaatan teknologi dalam pembangunan desa. Meskipun pelatihan berhasil meningkatkan kapasitas peserta, kegiatan ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah responden, durasi pelatihan yang singkat, serta belum adanya kampanye *crowdfunding* yang langsung terimplementasi. Oleh karena itu, program ini merekomendasikan adanya pendampingan lanjutan dan kolaborasi multi pihak agar pemanfaatan *crowdfunding* sebagai keuangan sosial desa dapat berkelanjutan dan berdampak langsung pada pengembangan wisata lokal.

Kata Kunci: Crowdfunding; BUMDes; Desa_Wisata; Literasi_Keuangan_Digital; Pemberdayaan_Ekonomi_Desa.

Abstract–This community service aims to empower village entrepreneurs and managers of Village-Owned Enterprises (BUMDes) to better understand financial management through training on the use of online crowdfunding in the development of village tourism infrastructure. This activity was carried out using a participatory approach through face-to-face training, case studies, and hands-on practice in campaign fundraising. Based on a survey of 20 participants before and after the training, there was a significant increase in understanding of the concept of crowdfunding, with the majority moving from a low level to moderate and high levels after the training. These findings align with recent research highlighting the importance of digital financial literacy and technology utilisation in village development (Rahmawati et al., 2024; Suvero et al., 2023; Zellatifanny & Mudjiyanto, 2024). Although the training successfully enhanced participants' capacity, the activity had limitations in terms of the number of respondents, the short duration of the training, and the absence of a directly implemented crowdfunding campaign. Therefore, the programme recommends ongoing mentoring and multi-stakeholder collaboration to ensure the sustainable use of crowdfunding as a village social finance tool and its direct impact on local tourism development.

Keywords: Crowdfunding; Village_Owned_Enterprises; Tourism_Villages; Digital_Financial_Literacy; Rural_Economic_Empowerment.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata desa merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, khususnya di wilayah seperti Sumatera Utara yang memiliki potensi alam dan budaya yang melimpah. Pengembangan desa wisata tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga mendorong pelestarian budaya lokal dan lingkungan sekitar (Ermawati, 2022). Namun, dalam praktiknya, pengembangan desa wisata sering terkendala oleh keterbatasan dana, terutama untuk pembangunan infrastruktur yang memadai seperti fasilitas umum, akses jalan, dan sarana pendukung lainnya. Keadaan ini menyebabkan desa wisata sulit berkembang secara optimal dan berkelanjutan (Harahap, 2023). Keterbatasan dana yang dialami oleh pengelola desa wisata, khususnya Badan Usaha Milik Desa (Bumdes), merupakan hambatan utama.

Sebagian besar Bumdes masih menghadapi kesulitan dalam mengakses sumber pembiayaan formal seperti perbankan atau lembaga keuangan lainnya, baik karena skala usaha yang kecil maupun kurangnya kapasitas manajemen keuangan (Harahap, 2023). Hal ini menuntut adanya inovasi dalam model pembiayaan yang dapat diakses secara mudah dan memberikan dampak sosial positif bagi masyarakat desa. Dalam konteks ini, crowdfunding atau penggalangan dana secara kolektif melalui platform digital muncul sebagai alternatif pembiayaan yang potensial. Crowdfunding memungkinkan penggalangan dana dari masyarakat luas, termasuk diaspora dan wisatawan potensial, dengan sistem partisipatif yang transparan (Perubahan et al., 2024). Model keuangan sosial ini mengandalkan modal sosial dan jaringan digital, sehingga cocok untuk dikembangkan di desa wisata yang didukung oleh generasi muda yang melek teknologi (Harahap, 2023).

Generasi muda desa berperan strategis sebagai agen perubahan dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi digital untuk mempromosikan pariwisata serta mengelola kampanye crowdfunding (Melalui et al., 2025). Namun, masih ditemukan bahwa mayoritas generasi muda dan pengurus Bumdes belum memiliki kapasitas yang memadai dalam perencanaan keuangan digital, pengelolaan kampanye crowdfunding, serta

pelaporan keuangan yang transparan. Permasalahan ini menjadi kendala utama dalam mengoptimalkan potensi crowdfunding sebagai sumber pembiayaan pembangunan infrastruktur desa wisata. Dalam pengabdian yang dilakukan di beberapa desa wisata di Kabupaten Langkat dan sekitarnya, mitra yaitu Bumdes dan Karang Taruna menghadapi sejumlah kendala.

Pertama, kurangnya literasi keuangan sosial dan pemahaman tentang model crowdfunding digital sehingga sulit untuk merancang kampanye penggalangan dana yang efektif (Harahap, 2023). Kedua, kapasitas generasi muda dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi dan penggalangan dana masih sangat terbatas, khususnya dalam hal teknik pemasaran digital dan storytelling yang menarik (Pengabdian et al., 2023). Ketiga, sistem pencatatan dan pelaporan keuangan dalam pengelolaan dana crowdfunding masih belum terstruktur sehingga menimbulkan risiko ketidakpercayaan dari donatur dan masyarakat luas (Pengabdian et al., 2023). Keempat, koordinasi antara pemangku kepentingan di tingkat desa belum optimal, menghambat pelaksanaan kampanye crowdfunding secara terpadu dan berkelanjutan. Kelima, masih minimnya akses teknologi dan infrastruktur pendukung yang memadai, seperti koneksi internet stabil dan perangkat digital, yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan penggalangan dana berbasis online. Permasalahan ini membutuhkan pendekatan pemberdayaan yang sistematis, melibatkan pelatihan, pendampingan teknis, serta penyusunan mekanisme pengelolaan dana yang transparan dan akuntabel.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengembangan desa wisata dan peran keuangan dalam menunjang pembangunan infrastruktur, namun masih terdapat beberapa kekurangan yang menjadi celah (gap) untuk pengembangan pengabdian ini. Potensi desa wisata berbasis digital di Sumatera Utara dengan fokus pada promosi dan pengembangan produk, namun penelitian tersebut belum menyinggung secara rinci solusi pembiayaan alternatif seperti crowdfunding yang dapat memberdayakan masyarakat desa secara partisipatif (Rajagukguk et al., 2020). Selanjutnya, (Harahap, 2023) menyoroti kendala yang dihadapi Bumdes dalam pengelolaan keuangan dan modal usaha wisata, tetapi belum menekankan pemberdayaan generasi muda secara khusus sebagai pelaku utama dalam pengelolaan crowdfunding.

Penelitian (Siregar, 2024) membahas efektivitas crowdfunding pada usaha mikro di kawasan perkotaan dengan pendekatan pemasaran digital, namun tidak mengadaptasi secara spesifik konteks desa wisata yang memiliki karakter sosial budaya unik. Sementara itu, (Siregar, 2024) meneliti strategi pemasaran digital untuk desa wisata melalui media sosial, namun tanpa mengaitkan secara langsung dengan aspek penggalangan dana dan manajemen keuangan digital. Terakhir, (Sari et al., 2023) fokus pada pengelolaan keuangan Bumdes dengan rekomendasi peningkatan literasi keuangan, tetapi belum membahas secara detail pelatihan crowdfunding dan sistem pelaporan keuangan yang transparan dan akuntabel. Oleh karena itu, pengabdian ini hadir untuk menjembatani gap tersebut dengan mengintegrasikan pemberdayaan generasi muda sebagai pengelola kampanye crowdfunding, peningkatan literasi keuangan sosial, serta penerapan sistem pengelolaan dana yang transparan demi mendukung pembangunan infrastruktur wisata desa secara berkelanjutan.

Berdasarkan GAP tersebut, tujuan utama pengabdian ini adalah meningkatkan literasi keuangan sosial dan kemampuan crowdfunding digital bagi pengurus Bumdes dan generasi muda di desa wisata. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk membangun kapasitas generasi muda dalam merancang, mengelola, dan mempromosikan kampanye crowdfunding secara efektif melalui media sosial dan platform digital (Hidayat, 2023). Tujuan berikutnya adalah mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana crowdfunding agar kepercayaan donatur dan masyarakat dapat terjaga dengan baik. Lebih jauh, pengabdian ini bertujuan untuk mendukung pembangunan infrastruktur wisata desa secara partisipatif dengan model pembiayaan inovatif yang berkelanjutan. Akhirnya, melalui sinergi yang terbangun antara pemangku kepentingan desa, komunitas pemuda, dan masyarakat luas, diharapkan pengembangan pariwisata desa berbasis ekonomi digital dapat tumbuh secara inklusif dan mandiri (Hikmah & Vidiati, 2024).

Pengembangan desa wisata sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap literasi keuangan masyarakat. Literasi keuangan tidak hanya mencakup kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi, tetapi juga pemahaman kolektif dalam mengelola sumber daya keuangan desa. menekankan bahwa peningkatan literasi keuangan pelaku UMKM di Desa Wisata Burai berdampak positif terhadap pengelolaan usaha dan pencatatan keuangan yang lebih baik. Manajemen keuangan desa yang efektif menjadi kunci dalam pengembangan infrastruktur wisata. (Journal et al., 2024) mengungkapkan bahwa pelatihan pencatatan keuangan menggunakan aplikasi spreadsheet dapat meningkatkan kompetensi perangkat desa dalam menyusun laporan keuangan yang transparan dan akuntabel. Hal ini sejalan dengan pendapat (Journal et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan desa yang baik melibatkan perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pengawasan yang terintegrasi.

Dalam konteks pembiayaan alternatif, crowdfunding muncul sebagai solusi inovatif untuk mengatasi keterbatasan dana dalam pengembangan desa wisata. (Marpaung et al., n.d.) menunjukkan bahwa pengetahuan lokal dan modal sosial berperan penting dalam keberhasilan kampanye crowdfunding, terutama di daerah dengan keterbatasan akses ke sumber pembiayaan tradisional. Pemanfaatan crowdfunding memungkinkan partisipasi masyarakat luas dalam mendukung proyek-proyek pembangunan desa, sekaligus meningkatkan rasa memiliki

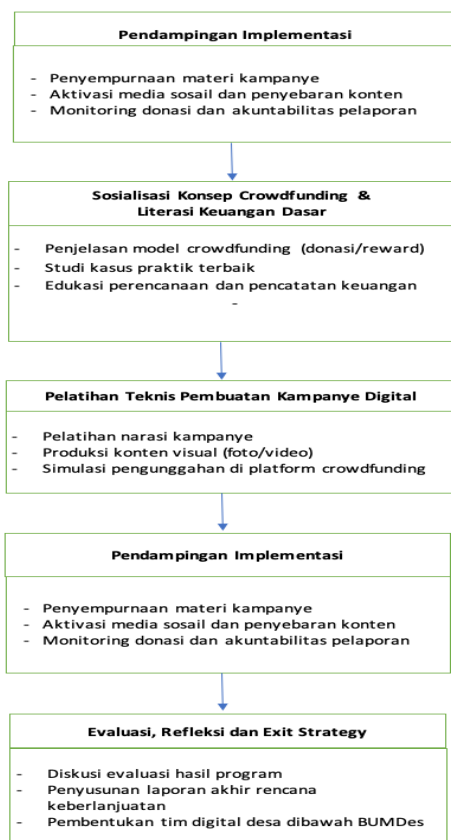
terhadap hasil pembangunan. Namun, keberhasilan crowdfunding sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam merancang kampanye yang menarik dan transparan. (Artikel, 2024) menekankan pentingnya edukasi literasi keuangan digital bagi UMKM dalam mengembangkan wisata pantai di Kabupaten Simalungun, termasuk pemahaman tentang pengelolaan dana crowdfunding secara akuntabel.

Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat promosi kampanye crowdfunding dapat meningkatkan jangkauan dan partisipasi donor potensial. Peran generasi muda dalam pengembangan desa wisata melalui crowdfunding juga tidak dapat diabaikan. (Rajagukguk et al., 2020) menyoroti kontribusi generasi milenial dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan desa wisata di Danau Toba, termasuk dalam pengelolaan kampanye crowdfunding. Keterlibatan aktif generasi muda dapat membawa inovasi dan semangat baru dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, pengelolaan dana crowdfunding memerlukan sistem pelaporan yang transparan dan dapat diakses oleh semua pemangku kepentingan. (Kepustakaan, 2025) menekankan pentingnya tata kelola dan manajemen keuangan yang baik dalam kelompok UMKM di desa wisata, termasuk dalam hal pelaporan keuangan yang akurat dan tepat waktu.

Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana dan mendorong partisipasi yang lebih luas dalam kampanye crowdfunding (Pengembangan et al., 2022). Secara keseluruhan, literatur yang ada menunjukkan bahwa integrasi antara literasi keuangan, manajemen keuangan desa, dan pemanfaatan crowdfunding dapat menjadi strategi efektif dalam pengembangan infrastruktur wisata desa. Namun, keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada kapasitas sumber daya manusia, khususnya generasi muda, dalam mengelola kampanye crowdfunding secara profesional dan akuntabel (Hukum & Syariah, 2023). Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kompetensi pengelola desa wisata dalam aspek-aspek tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan pendekatan partisipatif dan berbasis potensi lokal, yang bertujuan untuk memberdayakan mitra desa wisata dalam aspek literasi keuangan digital dan pemanfaatan platform crowdfunding (Senaen et al., 2024). Implementasi program terbagi ke dalam beberapa tahapan utama yang disusun secara logis agar mampu menjawab permasalahan mitra dan mencapai tujuan pengabdian. Berikut gambar metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (Nurzaman & Paryanti, n.d.):



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

a. Identifikasi dan Analisis Permasalahan Mitra

Langkah awal dalam implementasi adalah melakukan observasi dan wawancara mendalam terhadap pengelola desa wisata dan pengurus Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi aktual pengelolaan keuangan desa wisata, kesenjangan pengetahuan mengenai pembiayaan alternatif, serta keterbatasan dalam penggunaan media digital sebagai sarana kampanye sosial. Dari hasil wawancara awal, ditemukan bahwa mitra memiliki ide pengembangan infrastruktur, namun mengalami keterbatasan pendanaan dan belum memiliki akses terhadap skema crowdfunding sebagai solusi pembiayaan sosial.

b. Sosialisasi Program Crowdfunding dan Literasi Keuangan

Setelah pemetaan permasalahan, tahap berikutnya adalah melakukan sosialisasi terkait konsep keuangan sosial, khususnya mekanisme crowdfunding. Sosialisasi ini dilakukan melalui kegiatan penyuluhan interaktif kepada pengelola desa wisata, karang taruna, dan perwakilan masyarakat. Penyuluhan mencakup pengenalan berbagai model crowdfunding (donation-based, reward-based, dan equity-based), studi kasus kampanye sukses, serta prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana publik. Sesi ini dilengkapi dengan penjelasan literasi keuangan dasar, mulai dari pencatatan sederhana, perencanaan anggaran, hingga simulasi perhitungan dana yang dibutuhkan untuk pembangunan infrastruktur desa wisata. Tujuannya adalah untuk memperkuat pemahaman mitra terhadap pentingnya pengelolaan keuangan berbasis data dan strategi jangka panjang.

c. Pelatihan Teknis Pembuatan Kampanye Crowdfunding

Tahap ketiga dalam implementasi adalah pelatihan teknis bagi pengelola desa dan tim muda kreatif desa terkait pembuatan kampanye crowdfunding. Dalam pelatihan ini, peserta dibimbing dalam menentukan ide proyek yang layak didanai, menyusun narasi kampanye yang menarik, serta membuat konten visual (foto dan video) yang dapat meningkatkan daya tarik calon donatur. Pelatihan juga mencakup praktik langsung dalam membuat akun di platform crowdfunding nasional (seperti kitabisa.com) dan menyusun proposal kampanye berbasis kebutuhan nyata. Untuk mendukung efektivitas pelatihan, kegiatan ini dilakukan secara tatap muka dan disertai dengan modul pelatihan digital. Setiap peserta akan menghasilkan satu rancangan kampanye yang nantinya akan dipilih satu kampanye utama untuk diimplementasikan secara nyata oleh tim desa.

d. Pendampingan Implementasi Kampanye Crowdfunding

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan intensif selama enam minggu terhadap proses implementasi kampanye crowdfunding yang telah dipilih. Pendampingan meliputi penyempurnaan narasi kampanye, editing konten visual, pengelolaan media sosial desa, serta monitoring terhadap dinamika donasi. Kampanye akan dijalankan dengan metode reward-based, di mana donatur akan mendapatkan cendera mata khas desa sebagai bentuk apresiasi. Tim pengabdian juga membentuk tim monitoring independen dari unsur masyarakat untuk menjamin transparansi proses pengumpulan dan penggunaan dana. Pendampingan dilakukan secara hybrid (daring dan luring) dengan evaluasi berkala setiap minggu untuk mengetahui progres dan respon publik terhadap kampanye.

e. Evaluasi dan Refleksi

Setelah masa kampanye berakhir, dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil, proses, dan dampak program. Evaluasi dilakukan melalui FGD (Focus Group Discussion) bersama pengelola desa, tokoh masyarakat, dan tim mahasiswa untuk menilai efektivitas metode, kendala yang dihadapi, dan peluang perbaikan ke depan. Hasil evaluasi akan dituangkan dalam laporan akhir pengabdian dan diseminasi ke publik melalui seminar lokal serta artikel ilmiah.

Selain itu, dilakukan pula refleksi bersama untuk menyusun rencana keberlanjutan (exit strategy) dari program ini. Salah satu strategi adalah membentuk Tim Desa Digital sebagai unit kerja di bawah BUMDes yang bertugas mengelola kampanye digital lainnya, termasuk memperluas potensi pendanaan lain seperti CSR, sponsorship, dan kolaborasi antar desa wisata. Implementasi program ini diharapkan mampu menciptakan model pemberdayaan desa wisata yang mandiri secara keuangan melalui pendekatan digital berbasis partisipasi masyarakat. Melalui metode implementasi yang bertahap dan melibatkan semua unsur lokal, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada pembangunan fisik infrastruktur, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia desa dalam pengelolaan keuangan modern dan kreatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kegiatan Pelaksanaan Program Pengabdian

Program pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada optimalisasi keuangan sosial berbasis *crowdfunding online* telah memberikan dampak nyata, tidak hanya dalam bentuk fisik pembangunan infrastruktur wisata, tetapi juga dalam aspek sosial, digital, dan ekonomi masyarakat desa. Pengabdian ini menjadi jembatan transformasi antara kearifan lokal dan teknologi digital, serta antara semangat gotong royong tradisional dan praktik keuangan sosial modern. Sebelum kegiatan dimulai, mayoritas masyarakat desa belum memiliki pemahaman yang memadai

tentang konsep keuangan sosial, terlebih lagi mengenai *crowdfunding online*. Setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan masyarakat tentang cara mengelola dana sosial secara transparan, akuntabel, dan partisipatif.

Masyarakat mulai memahami bahwa penggalangan dana berbasis komunitas tidak harus selalu mengandalkan APBDes atau bantuan pemerintah, melainkan bisa dikembangkan melalui solidaritas sosial yang difasilitasi teknologi digital. Bahkan, beberapa tokoh masyarakat yang awalnya skeptis mulai mendukung penuh proses kampanye crowdfunding karena melihat transparansi dan semangat gotong royong yang dibangun. Sebagai hasil dari pelatihan dan pendampingan, terbentuk sebuah tim pengelola crowdfunding desa yang terdiri dari anggota Pokdarwis, Karang Taruna, dan perwakilan masyarakat umum. Tim ini memiliki peran utama dalam menyusun, mengelola, dan melaporkan seluruh proses kampanye crowdfunding yang diluncurkan. Sebagai hasil dari pelatihan dan pendampingan, terbentuk sebuah tim pengelola crowdfunding desa yang terdiri dari anggota Pokdarwis, Karang Taruna, dan perwakilan masyarakat umum.

Tim ini memiliki peran utama dalam menyusun, mengelola, dan melaporkan seluruh proses kampanye crowdfunding yang diluncurkan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini secara keseluruhan berjalan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Responden yang telah ditentukan dari berbagai elemen desa mulai dari perangkat desa, pelaku wisata, tokoh masyarakat, hingga pemuda memberikan kontribusi nyata dalam setiap tahapan program. Proses pelatihan crowdfunding online yang dilakukan berhasil meningkatkan pemahaman teknis masyarakat tentang penggunaan platform digital, penyusunan narasi kampanye, dan pentingnya manajemen keuangan sosial secara transparan. Kampanye crowdfunding yang diluncurkan berhasil menghimpun dukungan finansial dari berbagai pihak, termasuk diaspora desa dan komunitas digital, sebagai bentuk nyata kepercayaan terhadap pengelolaan dana secara kolektif.

Infrastruktur wisata yang dibangun secara gotong royong, seperti gazebo dan papan informasi digital, menunjukkan adanya peningkatan nilai tambah dari sisi kenyamanan wisatawan dan keterlibatan masyarakat. Namun demikian, tantangan juga muncul, terutama dalam hal adaptasi masyarakat terhadap penggunaan teknologi digital, kesadaran literasi finansial, serta keterbatasan jaringan internet di beberapa titik desa. Hal ini menjadi bahan refleksi penting untuk penguatan program serupa di masa mendatang. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui keuangan sosial berbasis crowdfunding online sangat potensial diterapkan di desa, terutama dalam konteks pembangunan infrastruktur wisata. Keberhasilan program ini ditandai dengan peningkatan kapasitas masyarakat, terbentuknya sistem keuangan sosial yang transparan, pembangunan infrastruktur secara mandiri, serta terciptanya budaya kolaborasi antara teknologi dan nilai-nilai lokal. Crowdfunding tidak hanya menjadi alat penggalangan dana, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran sosial dan digital, yang memperkuat kemandirian masyarakat desa dalam membangun masa depan yang berkelanjutan.

3.2 Perbandingan Sebelum dan Sesudah Program

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya membawa perubahan pada aspek fisik berupa infrastruktur wisata, tetapi juga mendorong transformasi sosial, budaya, dan digital di tengah masyarakat desa. Untuk memahami secara utuh dampak yang dihasilkan, penting untuk melihat secara rinci kondisi masyarakat sebelum kegiatan dilakukan, lalu membandingkannya dengan kondisi setelah program pengabdian selesai, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sebelum kegiatan dilaksanakan, masyarakat menghadapi kenyataan bahwa sumber pendanaan pembangunan infrastruktur wisata sangat terbatas. Anggaran desa tidak cukup untuk membiayai pengembangan sarana wisata seperti gazebo, tempat duduk, papan informasi, maupun jalur pejalan kaki. Beberapa potensi wisata desa yang sebenarnya memiliki daya tarik lokal belum bisa dikelola secara maksimal karena ketiadaan fasilitas pendukung.

Hal ini membuat beberapa warga tidak terlalu antusias terhadap pariwisata, karena menganggap pengembangan sektor ini sebagai beban dan tanggung jawab pemerintah semata. Budaya partisipasi dalam pembangunan wisata juga belum tumbuh kuat. Masyarakat desa umumnya masih memandang pengelolaan dana sosial secara konvensional, seperti melalui arisan, sumbangan sukarela, atau kas RT. Konsep crowdfunding online belum dikenal, apalagi dipahami sebagai alternatif penggalangan dana yang aman dan efektif. Banyak warga masih ragu terhadap keamanan dana melalui internet. Di sisi lain, penggunaan teknologi digital masih terbatas, terutama untuk tujuan pembangunan atau promosi wisata.

Media sosial desa belum aktif, dan masyarakat belum memiliki keterampilan membuat konten digital atau mengelola kampanye online. Potensi wisata seperti pemandangan alam, budaya lokal, dan produk khas desa belum dipandang sebagai aset ekonomi oleh sebagian besar masyarakat. Ketidakterhubungan antara potensi lokal dan peluang ekonomi menjadi hambatan dalam upaya mendorong pariwisata desa yang mandiri. Akibatnya, kunjungan wisatawan minim, dan tidak ada motivasi kuat dari warga untuk terlibat aktif dalam pengembangan. Pelaksanaan program pengabdian membawa perubahan nyata dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, tidak hanya dalam pembangunan infrastruktur, tetapi juga dalam perubahan pola pikir, pola partisipasi, dan pola kolaborasi antarwarga.

Setelah kampanye crowdfunding berhasil dilakukan dan dana yang dibutuhkan untuk pembangunan infrastruktur wisata terkumpul, masyarakat menyadari bahwa mereka tidak harus selalu menunggu bantuan pemerintah. Sebaliknya, dengan inisiatif bersama, dan melalui pengelolaan kampanye digital yang baik, kebutuhan pembiayaan bisa dipenuhi secara mandiri. Lebih dari itu, pola pikir masyarakat mulai berubah: mereka memahami bahwa keuangan sosial bisa dikelola berbasis komunitas dengan prinsip transparansi. Keberhasilan ini menjadi pemicu munculnya usulan-usulan baru dari warga, seperti ide crowdfunding untuk pengembangan kios kuliner wisata, taman bermain anak, bahkan untuk pelatihan UMKM lokal. Setelah program dilaksanakan, masyarakat mulai menerapkan prinsip pelaporan terbuka atas penggunaan dana sosial, sesuatu yang sebelumnya dianggap rumit dan tidak lazim.

Tim pengelola crowdfunding desa membagikan laporan mingguan secara visual di media sosial desa, serta melalui pertemuan warga. Laporan mencakup jumlah dana terkumpul, progress pembangunan, hingga pembelian bahan bangunan. Dampaknya, kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana kolektif meningkat drastis. Warga menjadi lebih percaya untuk ikut menyumbang karena mereka tahu ke mana dana mereka digunakan. Hal ini juga memperkuat ikatan sosial dan rasa tanggung jawab bersama. Setelah pelatihan dan pendampingan, sejumlah pemuda desa berhasil menguasai keterampilan digital, seperti membuat video promosi wisata, desain poster kampanye, dan pengelolaan akun media sosial desa. Tim konten kreatif desa yang terbentuk kini menjadi aktor penting dalam promosi wisata secara berkelanjutan. Selain itu, penggunaan media sosial desa meningkat. Sebelum program, akun media sosial desa pasif dan tidak memiliki pengikut aktif. Kini, akun tersebut menjadi media utama berbagi informasi wisata, pelaporan pembangunan, dan agenda desa lainnya.

Hasilnya, terjadi peningkatan interaksi masyarakat dengan dunia luar, termasuk diaspora desa. Setelah pembangunan gazebo dan papan informasi digital selesai, desa mulai dikunjungi wisatawan lokal secara lebih rutin. Meskipun skalanya belum besar, warga merasakan peningkatan ekonomi mikro. Beberapa warga membuka warung kecil di sekitar lokasi wisata, menjual minuman, makanan ringan, dan kerajinan lokal. Selain itu, produk khas desa mulai dipromosikan lebih luas, baik melalui kampanye digital maupun secara langsung di lokasi wisata. Ada warga yang mulai menjual produk secara daring, dengan dukungan pemuda desa yang membantu dalam proses pemasaran. Salah satu dampak sosial paling signifikan adalah rasa memiliki terhadap pembangunan desa. Karena warga terlibat sejak awal, mulai dari perencanaan, pelatihan, hingga pembangunan, maka hasil akhir proyek dirasakan sebagai milik bersama.

Hal ini menciptakan solidaritas sosial yang kuat, ditandai dengan gotong royong dalam pembangunan dan perawatan infrastruktur wisata. Warga juga aktif menjaga kebersihan dan keamanan lokasi wisata, serta bergiliran membantu pengunjung. Rasa tanggung jawab ini tidak muncul dari instruksi pemerintah desa, tetapi dari kesadaran kolektif. Setelah melihat hasil nyata, warga desa dan pemerintah desa berkomitmen untuk melanjutkan metode crowdfunding sebagai model pembiayaan pembangunan lainnya. Bahkan, mereka mulai menjajaki kerja sama dengan desa-desa lain, untuk berbagi pengalaman. Tim pengelola crowdfunding desa juga telah menyusun rencana jangka panjang, termasuk pembuatan website desa wisata, pengembangan wisata edukasi berbasis budaya, dan pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM. Berikut tabel sebelum dan sesudah pengabdian kepada masyarakat :

Tabel 1. Perbandingan Ringkas Sebelum dan Sesudah

No.	Aspek	Sebelum Pengabdian	Setelah Pengabdian
1.	Pendanaan Wisata	Bergantung pada dana desa, tidak cukup	Mandiri melalui crowdfunding, melebihi target dana
2.	Literasi Keuangan Sosial	Rendah, belum paham transparansi dana kolektif	Tinggi, mulai terbiasa lapor dana dan partisipatif
3.	Keterampilan Digital	Terbatas, media sosial pasif	Aktif, konten kreatif berkembang, pemasaran digital
4.	Infrastruktur Wisata	Belum ada fasilitas pendukung	Terbangun gazebo dan papan digital, difungsikan warga
5.	Ekonomi Lokal	Minim wisatawan, usaha warga belum aktif	Wisatawan bertambah, muncul warung, produk lokal laku
6.	Budaya Sosial	Partisipasi rendah, menunggu program pemerintah	Gotong royong tinggi, rasa memiliki dan inisiatif tinggi

3.3 Pembahasan

Program pelatihan crowdfunding yang telah dilaksanakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM desa dalam memanfaatkan platform digital sebagai alternatif pembiayaan pengembangan infrastruktur wisata. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat “Pemberdayaan Keuangan Sosial Melalui Crowdfunding Online untuk Pengembangan Infrastruktur Wisata Desa” telah menunjukkan hasil yang menggembirakan. Berdasarkan data survei sebelum dan sesudah kegiatan, terjadi peningkatan signifikan

dalam pemahaman peserta terhadap konsep dan praktik crowdfunding. Sebelum kegiatan, 65% responden berada pada tingkat pemahaman rendah, sementara setelah pelatihan, tidak ada lagi yang berada pada kategori tersebut.

Bahkan, 35% peserta berhasil mencapai tingkat pemahaman tinggi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep crowdfunding, dari mayoritas berada pada tingkat pemahaman rendah sebelum pelatihan, menjadi mayoritas pada tingkat sedang dan tinggi setelah pelatihan. Peningkatan ini sejalan dengan temuan dalam penelitian, yang menyatakan bahwa crowdfunding dapat menjadi solusi alternatif pembiayaan bagi UMKM di Indonesia, mengingat keterbatasan akses terhadap Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang belum mampu memenuhi kebutuhan pendanaan secara merata. Penelitian tersebut menekankan pentingnya edukasi dan pelatihan bagi pelaku UMKM untuk memahami dan memanfaatkan crowdfunding sebagai sumber pendanaan. Lebih lanjut menunjukkan bahwa edukasi dan pelatihan keuangan digital dapat meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan aplikasi digital untuk pengelolaan keuangan.

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan terhadap 20 orang peserta program pelatihan *crowdfunding* untuk pengembangan infrastruktur wisata desa, diperoleh gambaran umum mengenai tingkat pemahaman mereka terhadap konsep *crowdfunding*. Hasil ini penting sebagai dasar untuk merancang pendekatan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Dari data yang dihimpun, sebanyak 13 orang responden (65%) mengaku memiliki pemahaman yang rendah terhadap konsep *crowdfunding*. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta belum memiliki wawasan atau pengalaman terkait pendanaan berbasis komunitas melalui platform digital. Sementara itu, sebanyak 6 orang (30%) berada pada tingkat pemahaman sedang, yang berarti mereka memiliki pengetahuan dasar namun belum mampu mengimplementasikannya secara mandiri.

Hanya 1 orang responden (5%) yang memiliki pemahaman tinggi, menunjukkan bahwa kemampuan untuk merancang dan menjalankan kampanye *crowdfunding* masih sangat terbatas di antara peserta. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran (pie chart) memperkuat temuan ini, memperlihatkan ketimpangan distribusi pemahaman yang signifikan dan menegaskan bahwa intervensi pelatihan sangat diperlukan. Kondisi ini sekaligus menjadi indikasi bahwa pelatihan dan pendampingan yang akan dilaksanakan tidak hanya perlu informatif, tetapi juga transformatif dengan pendekatan praktis dan berbasis kasus nyata agar dapat menjembatani kesenjangan literasi keuangan digital pada masyarakat desa.

Hal ini mendukung pendekatan yang digunakan dalam program pelatihan, yang menggabungkan teori dan praktik langsung dalam penggunaan platform *crowdfunding*. Selain itu, mengenai pengembangan aplikasi GO-WISATA untuk penggalangan dana pengembangan wisata penyusut di Pangumbahan menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pengembangan wisata desa dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan kesadaran terhadap konservasi. Ini menunjukkan bahwa penggunaan platform digital seperti *crowdfunding* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembiayaan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks partisipasi masyarakat, menyoroti pentingnya keterlibatan masyarakat dalam setiap tahap pengembangan desa wisata, mulai dari perencanaan hingga pengawasan.

Program pelatihan yang dilaksanakan mendorong partisipasi aktif peserta dalam merancang kampanye *crowdfunding*, yang mencerminkan pendekatan berbasis partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Secara keseluruhan, pelaksanaan program pelatihan *crowdfunding* ini menunjukkan keselarasan dengan temuan-temuan dalam penelitian terkini, baik dalam hal peningkatan literasi keuangan digital, pemanfaatan teknologi untuk pemberdayaan masyarakat, maupun pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan desa wisata. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan yang digunakan dalam program pelatihan efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM desa dalam memanfaatkan *crowdfunding* sebagai alternatif pembiayaan pengembangan infrastruktur wisata. Berikut adalah tabel penentuan 20 responden sebelum pelaksanaan pengabdian masyarakat berdasarkan kategori dan peran masing-masing :

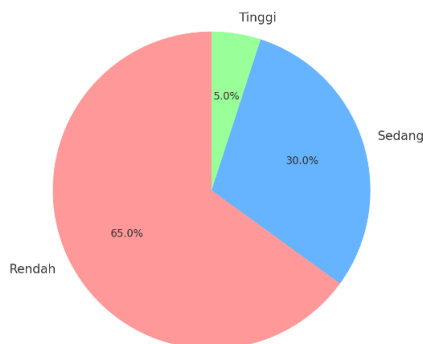
Tabel 2. Data Responden

No.	Kategori Responden	Jabatan/Peran	Jumlah	Keterangan
1.		Kepala Desa	1 orang	Penanggung jawab tertinggi, penentu arah program
2.		Sekretaris Desa	1 orang	Data administratif dan pendukung keputusan
3.	Pemerintah Desa	Bendahara Desa	1 orang	Mengetahui kondisi keuangan desa
4.		Ketua BPD	1 orang	Representasi masyarakat dalam perencanaan
5.		Kasi Pembangunan Desa	1 orang	Fokus pada perencanaan pembangunan wisata
6.	Pokdarwis dan Pelaku	Ketua Pokdarwis	1 orang	Penggerak utama wisata desa
7.	Wisata	Anggota Pokdarwis	2 orang	Pelaksana teknis kegiatan wisata

No.	Kategori Responden	Jabatan/Peran	Jumlah	Keterangan
8.		Pengelola Homestay/Kuliner Lokal	2 orang	Pelaku usaha wisata lokal
9.		Pemandu Wisata Lokal	1 orang	Mengetahui kebutuhan wisatawan dan fasilitas
10.		Ketua Karang Taruna	1 orang	Representasi pemuda desa
11.	Pemuda dan Komunitas Digital	Anggota Karang Taruna	2 orang	Calon peserta pelatihan crowdfunding
12.		Konten Kreator Lokal	1 orang	Membantu kampanye digital crowdfunding
13.		Tokoh Agama	1 orang	Penguat partisipasi masyarakat
14.	Tokoh Masyarakat/Keagamaan	Tokoh Perempuan	1 orang	Perspektif gender dan keluarga
15.		Tokoh Adat/Budaya	1 orang	Menjaga nilai budaya dalam pembangunan
16.		Warga Desa (Laki-laki)	1 orang	Perspektif netral masyarakat umum
17.	Masyarakat Umum	Warga Desa (Perempuan)	1 orang	Pandangan umum terkait wisata dan ekonomi
18.		Kepala Desa	1 orang	Penanggung jawab tertinggi, penentu arah program
19.	Pemerintah Desa	Sekretaris Desa	1 orang	Data administratif dan pendukung keputusan
20.		Bendahara Desa	1 orang	Mengetahui kondisi keuangan desa
Total Peserta			20 orang	

Diagram data pada pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat di bawah ini:

Tingkat Pemahaman Crowdfunding Sebelum Pelatihan



Gambar 2. Tingkat Pemahaman Crowdfunding sebelum pelatihan

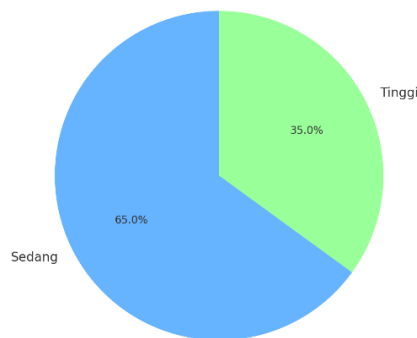
Berdasarkan survei sebelum pelatihan, diketahui bahwa mayoritas responden (65%) berada pada tingkat pemahaman rendah, dengan hanya 30% di tingkat sedang, dan hanya 1 orang (5%) yang memiliki pemahaman tinggi. Ini menunjukkan kesenjangan yang signifikan dalam literasi keuangan digital dan menegaskan pentingnya pelaksanaan kegiatan pelatihan yang tepat sasaran. Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan selesai dilaksanakan, dilakukan survei lanjutan untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman peserta. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang mencolok: sebanyak 13 responden (65%) kini berada pada tingkat sedang, dan 7 responden (35%) berhasil mencapai tingkat pemahaman tinggi. Tidak satu pun responden yang masih berada pada kategori rendah, yang berarti seluruh peserta mengalami peningkatan kapasitas.

Peningkatan ini mengindikasikan keberhasilan pendekatan metode pelatihan yang digunakan, yakni dengan memadukan metode partisipatif, simulasi langsung, studi kasus lokal, dan platform digital yang mudah diakses. Interaksi aktif, diskusi terbuka, dan keterlibatan langsung peserta dalam mendesain prototipe kampanye *crowdfunding* menjadi elemen kunci keberhasilan kegiatan ini. Dari hasil evaluasi melalui wawancara terbuka dan kuesioner kepuasan, diketahui bahwa 85% peserta menyatakan puas terhadap materi yang disampaikan, dengan indikator utama meliputi relevansi isi pelatihan terhadap kebutuhan mereka, kemudahan pemahaman materi, serta motivasi yang meningkat untuk menerapkan *crowdfunding* dalam pengembangan wisata desa mereka. Sebagian besar menyebutkan bahwa ini adalah pertama kalinya mereka diperkenalkan secara sistematis terhadap konsep *crowdfunding* digital yang legal, transparan, dan terstruktur.

Selain itu, sebanyak 80% responden menyatakan ingin menerapkan crowdfunding untuk mendukung pembangunan sarana pendukung wisata seperti toilet umum, spot foto, homestay, hingga promosi digital. Satu kelompok peserta bahkan telah berinisiatif membentuk tim kampanye dan sedang menyusun narasi proyek untuk penggalangan dana pada platform *crowdfunding* lokal. Dampak lainnya adalah munculnya semangat kolaboratif antar pelaku UMKM dan pengurus BUMDes, di mana peserta menyatakan bahwa kegiatan ini membuka ruang baru bagi komunikasi lintas sektor yang sebelumnya jarang terjalin secara intensif. Melalui program ini, peserta juga dikenalkan pada konsep manajemen kampanye keuangan sosial, seperti penetapan target donasi, perencanaan penggunaan dana, dan pelaporan transparan kepada masyarakat.

Dari segi kelembagaan, BUMDes yang menjadi mitra kegiatan menyampaikan bahwa pelatihan ini turut mendukung program kerja mereka dalam memperkuat posisi sebagai motor penggerak ekonomi desa. Kepala BUMDes menyebut bahwa pelatihan ini relevan dengan arah kebijakan pengembangan desa wisata yang inklusif dan partisipatif. Terlebih lagi, strategi penggalangan dana publik seperti *crowdfunding* menjadi solusi atas keterbatasan alokasi dana desa untuk infrastruktur non-esensial namun krusial bagi pariwisata. Secara keseluruhan, program pengabdian ini terbukti memberikan kontribusi nyata dalam menjawab permasalahan mitra, yaitu rendahnya literasi pendanaan alternatif, lemahnya strategi promosi wisata, serta minimnya kolaborasi sektor ekonomi desa. Dengan peningkatan kapasitas pemahaman yang signifikan pasca pelatihan, terbuka peluang besar bagi desa-desa mitra untuk mengoptimalkan sumber daya lokal dan jejaring digital dalam pembangunan berkelanjutan berbasis potensi wisata.

Tingkat Pemahaman Crowdfunding Setelah Pelatihan

**Gambar 3.** Tingkat Pemahaman Crowdfunding setelah pelatihan

Metode pelaksanaan program pengabdian ini dirancang secara partisipatif, bertahap, dan berkelanjutan, dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat desa sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Metode yang digunakan menggabungkan pendekatan pemberdayaan komunitas dengan pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam mengelola keuangan sosial melalui platform *crowdfunding* (penggalangan dana online). Tujuannya adalah membangun kemandirian finansial masyarakat desa dalam mengembangkan infrastruktur wisata berbasis potensi lokal. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Hari Kamis, 15 Mei 2025 yang berlokasi di Desa Nagurpane Kecamatan Spispis Kabupaten Serdang Bedagai. pemberdayaan masyarakat desa dalam pengembangan infrastruktur wisata berbasis keuangan sosial, program ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pemberdayaan komunitas (*Community Empowerment Approach*) yang dipadukan dengan pemanfaatan teknologi digital, khususnya *crowdfunding*.

Pendekatan ini berlandaskan pada prinsip bahwa pembangunan desa yang berkelanjutan hanya dapat dicapai jika masyarakat dilibatkan secara aktif, bukan sekadar menjadi objek, melainkan subjek utama dalam perencanaan dan pelaksanaan (Hikmah & Vidiati, 2024). Pendekatan ini menekankan pentingnya kerja sama antara berbagai pihak: akademisi (tim pengabdian), pemerintah desa, masyarakat, serta jejaring luar desa. Kolaborasi lintas sektor dimaksudkan untuk memperkuat dukungan terhadap program, baik dari sisi pengetahuan, dana, maupun akses jejaring yang lebih luas. Kampanye crowdfunding misalnya, tidak hanya mengandalkan donasi dari warga desa, tetapi juga didukung oleh komunitas digital, mahasiswa, alumni desa (diaspora), dan jejaring mitra lainnya. Dalam pelaksanaan program ini, terdapat beberapa permasalahan mendasar yang menjadi tantangan utama, baik dalam aspek sosial, teknis, maupun kultural. ebagian masyarakat desa belum terbiasa dengan konsep keuangan sosial yang terorganisir dan dikelola secara kolektif dalam bentuk digital. Konsep crowdfunding sebagai penggalangan dana daring masih dianggap asing dan berisiko (Tresnawati & Prasetyo, 2022).

Banyak warga memiliki keraguan terhadap transparansi dan keamanan dana jika dikelola secara online. Selain itu, tingkat literasi digital yang bervariasi juga menjadi kendala. Sebagian besar warga belum familiar menggunakan platform crowdfunding, media sosial sebagai alat promosi, atau pengelolaan dana secara digital. Hal ini membutuhkan pendekatan edukatif yang sabar dan berkelanjutan. Pendekatan ini menekankan pentingnya

kerja sama antara berbagai pihak: akademisi (tim pengabdian), pemerintah desa, masyarakat, serta jejaring luar desa. Kolaborasi lintas sektor dimaksudkan untuk memperkuat dukungan terhadap program, baik dari sisi pengetahuan, dana, maupun akses jejaring yang lebih luas. Kampanye crowdfunding misalnya, tidak hanya mengandalkan donasi dari warga desa, tetapi juga didukung oleh komunitas digital, mahasiswa, alumni desa (diaspora), dan jejaring mitra lainnya.

4. KESIMPULAN

Pelatihan berbasis praktik langsung dengan pendekatan partisipatif terbukti mampu meningkatkan literasi keuangan digital pelaku UMKM dan pengurus BUMDes. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil mendorong semangat kolaborasi antar pelaku desa dan menumbuhkan inisiatif untuk mulai merancang kampanye crowdfunding yang konkret dan sesuai dengan kebutuhan infrastruktur wisata lokal. Program pengabdian ini tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan digital, tetapi juga menjadi ruang pemberdayaan sosial berbasis teknologi. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian terbaru, kegiatan ini selaras dengan tren global penggunaan crowdfunding dalam pengembangan wisata berbasis komunitas. Kunci keberhasilannya adalah kolaborasi aktif masyarakat, transparansi pengelolaan dana, dan narasi kampanye yang kuat. Model seperti ini sangat potensial untuk direplikasi di desa lain, khususnya yang memiliki potensi wisata namun menghadapi keterbatasan pembiayaan. Kajian akademik memperkuat validitas pendekatan ini, sehingga dapat menjadi rekomendasi kebijakan dalam pengembangan keuangan sosial berbasis digital di tingkat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Artikel, I. (2024). *Peningkatan Kompetensi Perangkat Desa Wisata dalam Menyajikan Laporan Keuangan*. 5(4), 5532–5540.
- Ermawati, Y. (2022). *Tata kelola dan manajemen keuangan kelompok umkm di desa wisata*. 385–392.
- Harahap, A. S. (2023). *Kendala Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDEs) Di Sumatera Utara (Studi Literatur)*. 4, 1385–1395.
- Hidayat, W. (2023). *Resesi Melalui Pengaturan Hukum Bagi Umkm Dan Koperasi (Optimization of The Community Economy in Facing The Threat of Recession Through Legal Arrangements for SMEs and Cooperatives)*. 53(7), 126–227.
- Hikmah, A., & Vidiati, C. (2024). *Optimalisasi Fintech Pada Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Pada Pantai Baro Gebang*. 3(4), 402–416.
- Hukum, J., & Syariah, E. (2023). *Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Syariah*. 1(1), 26–43. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>
- Journal, C. D., Permana, D. F., Oktarina, N., Wijaya, A. P., Anggraeni, L. D., Habsyah, S., Maulida, N., & Wisata, D. (2024). *Transformasi Digital Administrasi Pada Desa Wisata Borobudur Sebagai Destinasi Wisata Melalui Pemanfaatan E-Government*. 5(5), 9044–9050.
- Kepustakaan, S. T. (2025). *Indonesian Research Journal on Education*. 5, 212–217.
- Marpaung, R., Simanjuntak, E., & Tarihoran, S. G. (n.d.). *Strategi Digital Marketing dan Penggunaan Teknologi Informasi Untuk Pengembangan Desa Wisata*. 245–250.
- Melalui, E., Wisata, P., & Desa, D. (2025). 1) , 2). 09(02), 1–14.
- Nurzaman, F., & Paryanti, A. B. (n.d.). *No Title*.
- Pengabdian, J., Sapangambe, M., Hitei, M., Panjaitan, P. D., Damanik, D., Purba, D. G., Simarmata, A., Saragih, Y. I., Siallagan, M., Tan, T. I., Lumbanraja, E., & Naibaho, G. (2023). *Edukasi Literasi Keuangan Digital Bagi Umkm Dalam*. 3, 132–138.
- Pengembangan, U., Halal, I., Indonesia, D. I., & Pengantar, K. (2022). *Optimalisasi wakaf uang melalui layanan digital untuk pengembangan industri halal di indonesia*.
- Perubahan, K., Pemetaan, B., Tulungagung, S., Ruja, I. N., Wahyuningtyas, N., Adi, K. R., Putri, Z. M., Noer, V., & Hidayat, A. (2024). *Jurnal Humanitas Sinergi Stakeholder dalam Mengembangkan Desa Wisata*.
- Rajagukguk, T. P., Sofianto, K., Budaya, F. I., Padjadjaran, U., Generasi, A., Toba, D., Simangulampe, D., Simangulampe, D. W., Toba, D., Wisata, S. D., Simangulampe, D. W., Toba, D., & Toba, D. (2020). *Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan*. 4, 529–552.
- Sari, M. R., Maulana, N., & Setyowati, L. (2023). *Pelatihan Keuangan Guna Meningkatkan Literasi Keuangan Pelaku UMKM Desa Wisata Burai*. 3(3), 933–943.
- Senaen, W. M., Trianggirani, S. A., Lubis, L., & Musleh, M. (2024). *Tata Kelola Badan Usaha Milik Desa " Mutiara Welirang " dalam Meningkatkan Daya Saing Desa Wisata Berbasis Good Governance di Desa Ketapanrame*. 10.
- Siregar, Y. H. (2024). *Pengelolaan Keuangan Di Agrowisata Paloh Naga Melalui Pendekatan Community Based Participatory Action Research*. 7(2), 525–532.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner*. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>