

Pelatihan Pengelolaan UMKM dalam Penyelenggaraan Event di Desa Panji, Bali

I Nengah Wirata¹, Luh Putu Citrawati², Indah Kusumarini³, Ratri Paramita⁴, Nyoman Reni Ariasri⁵, I Putu Esa Widahartana⁶, Ketut Arjaya⁷, Agung Suprastayasa⁸, Ni Kadek Swasdewi⁹, I Gede Sumadi^{10*}, I Gusti Ayu Ratih Asmarani¹¹

Politeknik Pariwisata Bali^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}
Email: sumadi@ppb.ac.id

Abstract

Panji Village has a variety of medium and small enterprise products, some of which have reached the national level. Apart from being a tourism village, Panji Village also won 1st place in village-owned enterprise at the national level and the best Brilliant Village in Bali Nusra in 2022 from 53 finalist villages. The potential of MSME products is still less well managed, especially in various events and supporting tourism development. Therefore, the Event Management Study Program of Bali Tourism Polytechnic provides community service in the form of training. The topic of the training was Managing MSMEs during the Village Festival. The participants were all Panji Village stakeholders, especially MSMEs and tourism actors. The output of this activity was that the participants could create MSMEs business planning, more attractive product designs, and management of MSMEs exhibitions at an event. It is highly hoped that this community service activity will improve the governance of MSME products and synergize with the tourism development of Panji Village.

Keywords: Panji village, Tourism village, Exhibition, Training, Small and medium business

Abstrak

Desa Panji memiliki beragam produk usaha menengah dan kecil yang beberapa diantaranya sudah sampai tingkat nasional. Selain sebagai desa wisata, Desa Panji juga berhasil meraih juara 1 badan usaha milik desa tingkat nasional dan Desa Cemerlang terbaik se-Bali Nusra tahun 2022 dari 53 desa finalis. Potensi produk UMKM tersebut masih kurang terkelola dengan baik, terutama dalam berbagai event dan mendukung pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, Program Studi Manajemen Event Politeknik Pariwisata Bali memberikan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan. Topik pelatihan tersebut adalah Pengelolaan UMKM dalam rangka Festival Desa. Peserta pelatihan adalah seluruh pemangku kepentingan Desa Panji, khususnya UMKM dan pelaku pariwisata. Luaran dari kegiatan ini adalah peserta mampu membuat perencanaan bisnis UMKM, desain produk yang lebih menarik, serta pengelolaan pameran UMKM dalam suatu event. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan tata kelola produk UMKM dan bersinergi dengan pengembangan pariwisata Desa Panji.

Kata Kunci: Desa Panji, Desa wisata, Pameran, Pelatihan, UMKM

A. PENDAHULUAN

Faktor terbesar yang berkontribusi pada stabilitas perekonomian adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM). Menurut Mezher, et al., (2008), ada empat jenis UMKM yang berkontribusi pada perekonomian Indonesia: kontribusi terhadap GDP, penjualan dan ekspor, penciptaan lapangan pekerjaan, inovasi, dan kompetisi. Ada sekitar 58,91 juta usaha mikro, 59,260 usaha kecil, dan usaha besar di Indonesia, menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM). Ini adalah sekitar 59,2 juta pelaku UMKM di Indonesia, yang merupakan 8% dari total.

* Corresponding author

Received: July 3, 2024; Revised: November 21, 2024; Accepted: December 22, 2024

Dengan meningkatnya jumlah UMKM, sangat mungkin bahwa UMKM akan berperan sebagai penggerak utama perekonomian. Namun demikian, tampaknya pemerintah, pelaku usaha, dan pihak lain yang bersentuhan langsung dengan pelaku usaha masih perlu memperhatikan sejumlah masalah. Nampaknya pemerintah harus hadir secara konkrit melalui program-program yang dapat mendorong pertumbuhan dan eksistensi UMKM setelah mempertimbangkan potensi dan tantangan yang dihadapi. Sebagaimana dinyatakan dalam Nawacita ketiga, yang bermaksud "membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka kerja negara kesatuan", pemerintah saat ini memprioritaskan pembangunan desa. Ketika desa banyak ditinggalkan dan memilih untuk berdesak-desakan di Kota, sebuah fenomena yang memerlukan perhatian dan solusi. Nawacita dapat berupa program seperti Produk Unggulan Desa (Prukades), program One Village One Product (OVOP), dan penggelontoran dana besar untuk desa. Dalam penelitian Mahmoudi et al., (2011), fenomena ini sejalan dengan gagasan bahwa kemiskinan dan keterbatasan akses terhadap layanan dan sumber daya adalah penyebab peningkatan urbanisasi dan penurunan populasi di daerah pedesaan. Sudah seharusnya UMKM dan desa bekerja sama untuk menyelesaikan masalah.

Desa wisata yang terus berkembang memberi harapan bagi penduduknya, terutama ketika pendapatan pertanian mulai menurun atau tidak lagi dapat diandalkan. Tidak semua penduduk desa memiliki lahan pertanian; oleh karena itu, menjadi buruh bukanlah pilihan terbaik karena penghasilan yang kurang menjanjikan. Tingkat pengangguran terbuka nasional pada tahun 2018 turun di 5,34% dari tahun sebelumnya, tetapi pengangguran di daerah pedesaan meningkat, menurut BPS. Peningkatan ini disebabkan oleh penurunan jumlah pekerja yang bekerja di sektor pertanian, karena banyak petani yang ingin memperoleh penghasilan yang lebih baik dan meninggalkan pertanian.

Kawasan pedesaan semakin dilirik oleh pelaku dan penyusun kebijakan kepariwisataan. Menurut Mostowfi (2000), struktur budaya yang unik dari setiap daerah, kondisi alam, dan kehidupan sosial pedesaan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Di sisi lain, mereka juga berfungsi sebagai sumber daya untuk pembangunan kawasan. Wisata pedesaan adalah salah satu jenis pembangunan berkelanjutan yang memungkinkan peningkatan produktifitas desa, penciptaan lapangan kerja, distribusi pendapatan, pelestarian kearifan lokal dan lingkungan, partisipasi masyarakat lokal, dan penyesuaian kearifan lokal dengan masalah saat ini (Kanaani, 2005).

Potensi pariwisata dan UMKM di Desa Panji belakangan ini berkembang cukup baik. Ini terbukti dengan beberapa, obyek wisata yang ada seperti wisata alam, wisata sejarah, warisan budaya dan wisata air telah banyak menerima kunjungan wisatawan terutama wisatawan lokal. Demikian juga produk UKM seperti pengolahan daur ulang sampah plastik dan produk kuliner dengan brand produk "panji herbal" telah berkembang dan mendatangkan keuntungan bagi penggiatnya sendiri.

Berdasarkan hasil observasi saat peninjauan, desa Panji memiliki obyek wisata alam dan kawasan hutan lindung yang menghasilkan ranggon kedu, tembuku paras, dan padi organic. Desa Panji memiliki beragam produk UMKM dengan jumlah 97 dan beberapa produk sudah masuk level nasional yakni olahan jahe merah, dendeng asap babi hitam, sorgum dan beras eco rice. Keberadaan produk UMKM ini berhasil menempatkan Desa Panji menjadi juara 1 Bumdes tingkat nasional serta meraih predikat Desa Brilian terbaik se-Bali Nusra pada 2022 lalu dari 53 desa finalis di tahun kedua sejak dikembangkan pada tahun 2019 dan diterapkan tahun 2020. Namun demikian Sedyastuti (2018) mengingatkan bahwa peningkatan daya saing melalui inovasi perlu terus dilakukan.

Berdasarkan hasil peninjauan yang telah dilakukan dan juga kegiatan pelatihan yang sudah pernah dilakukan (Suprastayasa, et.al., 2024) maka perlu dilakukan pendampingan untuk mengoptimalkan pengelolaan produk UMKM yang dimiliki khususnya pada penyelenggaraan event baik tingkat lokal dan nasional. Keberadaan produk UMKM juga sangat mendukung pengembangan Desa Panji sebagai destinasi wisata. Selaras dengan pernyataan Perbekel Desa Panji, Mangku Ariawan yang menyatakan bahwa

adanya hubungan sinergis antara penggiat UMKM dan pariwisata desa berimplikasi pada peningkatan kinerja sumberdaya manusia (SDM). Salah satunya adalah pemasaran dengan mengarah pada basis digital. Saat ini pemasaran berbasis digital merupakan salah satu terobosan dalam dunia pemasaran dan kita dituntut untuk beradaptasi dengannya (Syukron, et.al., 2022; Ulfah, et.al., 2021). Selain itu, lewat penguatan kompetensi ini pada pegiat UMKM, peserta bisa menyampaikan persoalan yang sedang dihadapi dan langsung akan ditindaklanjuti melalui kehadiran narasumber yang memiliki kompetensi teknis di bidang pemasaran digital.

B. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini merupakan tahapan keempat dari serangkaian kegiatan pendampingan bagi masyarakat di wilayah Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Buleleng, yang berbentuk pelatihan dengan judul "Pelatihan Pengelolaan UMKM dalam Penyelenggaraan Event di Desa Panji, Buleleng". Kegiatan pelatihan ini memfokuskan pengelolaan UMKM dalam penyelenggaraan event Panji Festival dan mendengarkan pemaparan serta rencana pengelolaan Panji Festival yang dilaksanakan setiap tahun yang dipandang perlu untuk diperbaiki pada pengelolaan saat ini.

Materi pertama diberikan oleh narasumber dari Poltekpar Bali, Drs. Ketut Arjaya, M.M., mengenai Perencanaan dan Pengelolaan Pameran UMKM dalam Event Festival. Pemaparan materi kedua disampaikan oleh narasumber dari Poltekpar Bali I Putu Esa Widaharthana, S.E., M.Sc. dengan tema Identifikasi Produk UMKM dalam Mendukung Event Pameran di Desa Panji. Materi ketiga dengan tema Comprehensive Digital Marketing Produk UMKM disampaikan oleh narasumber Ida Bagus Garlika selaku ahli digital marketing strategi.

Kegiatan ini dilaksanakan di Balai Desa Panji, pada hari Jumat - Sabtu, 14 – 15 Juni 2024, dan diikuti oleh pelaku UMKM di Desa Panji, yang berjumlah 30 orang. Adapun output yang diharapkan setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan antara lain: 1) Meningkatnya pemahaman masyarakat tentang perencanaan bisnis UMKM. 2) Pengembangan produk UMKM baik dalam bentuk packaging atau desain dan pemasaran (digital marketing), 3) Meningkatnya kemampuan masyarakat dalam pengelolaan pameran UMKM dalam event pedesaan seperti Panji Festival.

C. HASIL DAN ANALISIS

Panitia PKM Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara melakukan persiapan sehari sebelum pelaksanaan kegiatan. Persiapan venue kegiatan di Balai Pertemuan juga dibantu oleh mahasiswa dan pihak perangkat Desa Panji (Gambar 1).

Pelaksanaan Pelatihan

Hari Pertama: Jumat, 14 Juni 2024

Kegiatan PKM diawali dengan registrasi peserta pelatihan dan pembagian seminar kit dari pukul 08.30 - 09.00 wita. Para peserta yang hadir juga membawa hasil produk UMKM masing-masing untuk ditampilkan dan dikurasi serta diberikan masukan panitia dan narasumber dari beberapa poin. Acara pembukaan dihadiri oleh Perbekel Desa Panji, Perwakilan P3M Poltekpar Bali, PPPK, panitia, mahasiswa dan 30 peserta pelatihan. Kegiatan diawali dengan menyanyikan Lagu Indonesia Raya dan dilanjutkan dengan doa, kemudian dilanjutkan dengan laporan ketua panitia pelaksana, sambutan Perbekel Desa Panji serta Kajur Kepariwisata yang sekaligus membuka kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelatihan pengelolaan UMKM dalam penyelenggaraan *event* di Desa Panji. Pembukaan diakhiri dengan sesi foto bersama (Gambar 2), dilanjutkan menikmati rehat kopi.



Gambar 1. Persiapan pelaksanaan PKM di Desa Panji, Kamis 13 Juni 2024

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024



Gambar 2. Foto Bersama panitia dan peserta PKM di Desa Panji

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Setelah sesi rehat kopi, pelatihan dilanjutkan dan dimulai sesuai sesi sajian oleh tim fasilitator Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Bali. Sesi pertama dengan materi perencanaan dan pengelolaan pameran UMKM dalam event festival oleh Drs. Ketut Arjaya, Dipl.TM., M.M (Gambar 3). Pariwisata dan UMKM memiliki keterkaitan dan berperan saling mendukung dalam pengembangan kedua sektor. Desa Wisata tidak hanya terbatas pada paket tour dengan berbagai aktivitas wisata tetapi ada industri MICE dan special, pada sektor ini, UMKM yang ada di desa wisata bisa memberikan diversifikasi wisata dengan produk yang dimiliki. Event Panji Festival yang dimiliki oleh Desa Panji bisa menjadi pintu masuk bagi produk UMKM dengan hasil karya kreatif masyarakat yang dikemas dengan secara menarik dalam bentuk pameran atau side event.

Pameran menjadi peluang para pelaku UMKM yang ada di Desa Panji untuk mempromosikan atau memamerkan produk sekaligus bertemu dengan calon pembeli atau pemilik modal. Perencanaan dan pengelolaan pameran yang efektif meningkatkan penjualan dan menjadi peluang bisnis bagi para pelaku usaha khususnya UMKM. Pameran yang diikuti para pelaku UMKM selain mengenalkan produk juga mengenal competitor sejenis, survei tren pasar, memperluas relasi, ajang mencari investor serta evaluasi produk untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan dalam pelaksanaan pameran produk antara lain; menetapkan brand awareness masing-masing, desain dan tata letak booth (desain, pencahayaan, ruang interaktif), materi atau produk promosi atau konten, pengaturan logistic dan strategi pemasaran atau promosi. Materi ini menjadi basic knowledge bagi peserta yang mencakup informasi dasar bagi para pelaku UMKM yang akan mengikuti pameran produk.



Gambar 3. Penyampaian Materi Perencanaan dan Pengelolaan Pameran oleh Drs. Ketut Arjaya, M.M

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pemateri sesi kedua dengan topik identifikasi produk UMKM dalam mendukung event pameran di Desa Panji yang dibawakan oleh Putu Esa Widaharthana, S.E., M.Sc (Gambar 4). Keberadaan UMKM memiliki potensi besar dalam industri pariwisata. Kreativitas dan kualitas produk yang baik mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata. Secara tidak langsung, desa wisata menjadi tempat ekshibisi produk UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal dan memperkenalkan produk UMKM ke wisatawan. Upaya mendukung kreativitas dalam menciptakan produk yang inovatif diperlukan strategi dalam mengelola pameran UMKM di desa wisata. Fokus pada penataan booth atau stand dan berinteraksi langsung dengan pengunjung dapat meningkatkan penjualan. Strategi yang bisa dilaksanakan dalam pameran UMKM yakni pertama kolaborasi antara UMKM dan *stakeholder* di desa wisata termasuk Masyarakat sebagai pemasok bahan baku produk, pameran UMKM yang dilaksanakan bisa menjangkau lebih banyak wisatawan. Kedua, peningkatan kualitas produk UMKM sangat diperlukan untuk attract wisatawan. Melalui pelatihan dan inovasi, produk UMKM yang dihasilkan menjadi lebih kompetitif di pasar pariwisata secara. Berikutnya adalah strategi branding, pengembangan branding produk UMKM sangat penting untuk mengkomunikasikan nilai produk, branding yang kuat akan menjadi penciri dan membantu membedakan produk di pasaran.



Gambar 4 Pelatihan Sesi 2, oleh Putu Esa Widaharthana, S.E., M.Sc.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Seiring dengan kemajuan IPTEK, pemanfaatan teknologi digital membawa beberapa implikasi terhadap UMKM (Sunarsi, 2020). Teknologi dapat membantu UMKM dalam mempromosikan produk

secara lebih luas. Platform media online memberi ruang produk UMKM untuk menjangkau pasar global. Pasca pameran, evaluasi hasil sangat penting termasuk di dalamnya analisis penjualan dan feedback dari pengunjung. Hal ini sangat penting untuk bagi UMKM dalam memetakan kelemahan dan kekuatan untuk perbaikan di masa depan. Pameran produk UMKM di desa wisata memiliki tantangan dalam hal persaingan pasar dan keterbatasan sumber daya. Optimalisasi pameran produk UMKM memerlukan kerjasama dari semua pihak sehingga desa wisata menjadi destinasi pariwisata yang berkelanjutan.

Hari Kedua: Sabtu, 15 Juni 2024

Pelaksanaan PKM pelatihan pengelolaan UMKM dalam pelaksanaan event di Desa Panji pada hari kedua dilanjutkan oleh fasilitator praktisi yakni Ida Bagus Putu Agus Garlika, S.ST.Par., M.M, CPOD., CDMP dengan topik *comprehensive digital marketing* bagi pelaku UMKM di Desa Panji (Gambar 5). Pemasaran digital produk atau jasa melalui berbagai platform digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar atau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien. Pelaku UMKM memperoleh manfaat besar melalui pemasaran digital antara lain biaya yang efektif, jangkauan luas, interaksi yang lebih baik dengan pelanggan serta memberikan data analisis yang akurat untuk mengukut efektivitas pemasaran secara real-time.

Pemasaran digital membantu mempromosikan produk, layanan atau merek secara online dengan memanfaatkan teknologi digital. Ada dua saluran distribusi penjualan produk yakni *direct channel* atau langsung dan *indirect channel* (tidak langsung) dengan melibatkan perantara atau pihak ketiga, semisal market place online. Distribusi saluran bisa online seperti website, media online, media sosial, *deal site* sementara via offline bisa melalui corporate, pameran, agen dan sebagainya. Ada beberapa hal penting terkait kompetensi digital marketing produk UMKM yakni konsep pemasaran yang mencakup target dan pemasaran konten, penguasaan platform dan alat digital seperti instagram, facebook, *Google Ads* untuk mengoptimalkan kinerja, berikutnya adalah pemahaman *search engine optimation* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas konten, disamping itu kreativitas dalam konten harus sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens atau target pasar. Kompetensi lain yakni analisis data untuk memudahkan dalam pengambilan keputusan langkah selanjutnya dan mengoptimalkan kinerja. Keterampilan komunikasi secara efektif melalui saluran digital dengan tulisan, gambar dan video juga sangat diperlukan termasuk kolaborasi dengan lintas sektoral membantu pengembangan produk penjualan, layanan pelanggan untuk mencapai tujuan bersama. Pemasaran digital diimbangi dengan kemampuan manajerial yang mencakup anggaran, waktu dan sumber daya.



Gambar 5. Pelatihan *Comprehensive Digital Marketing* Produk UMKM oleh Ida Bagus Putu Bagus Garlika, S.ST.Par., M.M

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Pada sesi ini, para peserta pelatihan diberi kesempatan praktek langsung membuat akun di salah satu *marketplace* (Shopee) dan meng-unggah produk mereka yang dimulai dengan beberapa tahapan. Tahap pertama membuat akun masing-masing dengan memanfaatkan *gatget*, berikutnya membuat konten untuk membangun brand identity dengan cara kenali merek atau produk sendiri, menentukan target pasar atau audiens, memilih logo atau wana sesuai karakter produk, penyesuaian tone of voice yang santai, formal atau lainnya. Tahapan lain membuat slogan yang kuat sebagai cermin produk. Konten yang diupload juga harus konsisten dan selalu dimonitoring. Konten yang telah dibuat baik via gambar, suara, video atau berbantuan teknologi kecerdasan buatan (AI). Video pendek yang menarik dan inovatif menjadi salah satu konten yang paling diminati oleh para pengguna internet. Pengisian suara pada konten bisa menggunakan asisten virtual semisal *google assistant* untuk mengoptimalkan pesan produk.

Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner via *google form* peserta, maka evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan penyusunan proposal event di Desa Panji. Kuesioner yang tersebar melalui *google form* terkumpul lengkap ke panitia sesuai dengan jumlah peserta 30 orang (100%) dan dikelola oleh P3M.

Adapun karakteristik peserta pelatihan adalah peserta berjenis perempuan (60%) dan laki-laki (40%) sebagian besar pada masa usia produktif, yang terdiri atas para pelaku UMKM yang ada di Desa Panji. Secara rinci mengenai karakteristik peserta berdasarkan isian daftar hadir kegiatan pelatihan Pengelolaan UMKM dalam Penyelenggaraan Event Desa Panji pada pengabdian masyarakat Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng tahun 2024 disajikan dalam tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Peserta Pengabdian Masyarakat Prodi PKA di Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng Bali

Karakteristik	Golongan	Jumlah	Jumlah (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	12	40%
	Perempuan	18	60%
Umur	< 17 tahun	0	0
	17 - 25 tahun	0	0
	26 - 35 tahun	7	23,3%
	36 - 45 tahun	14	46,7%
	46 - 55 tahun	9	30%
	>55 tahun	0	0
Pendidikan Terakhir	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA/SMK	24	80%
	Diploma	2	6,6%
	S1	4	13,4%
	S2	0	0
Pekerjaan	Pelajar	0	0
	Swasta/Pelaku wisata	30	100%
	PNS	0	0

Sumber: Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil wawancara kepada peserta juga memberikan evaluasi dalam bentuk penilaian dan saran sebagai berikut, hasil penilaian peserta pelatihan mengenai fasilitator, materi pelatihan, suasana, dan sarana prasarana sudah baik. Peserta pelatihan menilai bahwa penguasaan materi baik, komunikatif, presentasi/pemaparan materi menarik, penjelasan menarik, tepat waktu, dan memberikan kesempatan untuk diskusi. Peserta pelatihan menilai sasaran/tujuan pelatihan jelas, relevan dengan kebutuhan peserta, bermanfaat, sesuai dengan harapan, cakupan materi memadai, sesuai dengan perkembangan di industri. Peserta pelatihan menilai pelatihan menarik, tidak membosankan, banyak diskusi, peserta aktif, ada praktek, presentasi dan tepat waktu. Peserta pelatihan menilai seminar kits lengkap, fasilitas audiovisual dan praktek, konsumsi baik, panitia PKM bekerja dengan baik. Hampir semua peserta memberikan kesan dan pesan yang baik pada kegiatan ini. Peserta pelatihan menyampaikan terima kasih dan mengharapkan kegiatan pelatihan pengelolaan UMKM dalam penyelenggaraan berbagai event bisa berlanjut ke pendampingan sehingga bisa terlibat langsung dalam aktivitas event yang lebih besar.

D. SIMPULAN

Kegiatan PKM Prodi Pengelolaan Konvensi dan Acara dalam bentuk pelatihan pengelolaan UMKM dalam penyelenggaraan event di Desa Panji, Kecamatan Sukasada terlaksana sesuai dengan yang diharapkan. Jumlah peserta pelatihan adalah 30 orang masyarakat yang terdiri dari pelaku UMKM yang tersebar di Desa Panji. Para peserta sangat antusias dan bersemangat selama mengikuti kegiatan pelatihan dan menjadi modal untuk bisa kolaborasi pengembangan pariwisata dan produk UMKM di Desa Panji dengan berbagi potensi yang dimiliki. Penilaian para peserta mengenai kegiatan pelatihan ini sudah tertuang dalam kuesioner yang dibagikan panitia, dan secara umum melalui wawancara penilaian terhadap kegiatan ini baik dari segi fasilitator dalam menyampaikan materi, kedalaman materi, suasana kegiatan, sarana/prasarana sudah baik. Secara umum pelatihan yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan UMKM. *Jurnal SOMASI (Sosial Humaniora Komunikasi)*, 3(1), 100-108. <https://doi.org/10.53695/js.v3i1.700>
- Kanaani, E. (2005). Tourism and impact on rural societies. *Dahati journal*, 70(2), 38-42.
- Mahmoudi, B., Haghsetan, A., & Maleki, R. (2011). Investigation of obstacles and strategies of rural tourism development using SWOT Matrix. *Journal of Sustainable Development*, 4(2), 136-141
- Mostowfi, B. (2000). Agro-tourism and sustainable development, case study: Landscape design for Karyak village. *Master's Thesis, University of Tehran, Tehran, Iran*.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi UMKM. In *Digitalisasi UMKM*, 57-66. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.
- Suprastayasa, I. G. N. A., Wirata, I. N., Citrawati, L. P., Sumadi, I. G., & Ariasri, N. R. (2024). Pelatihan Penyusunan Proposal Acara (Event) di Desa Wisata Panji, Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 59. <https://doi.org/10.30647/jpp.v6i1.1813>

- Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L. A., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Di Era Digital Pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159-164. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.282>
- Mezher, T., Nasrallah, W., & Alameddine, A. (2008). The management of technological innovation in Lebanese industry. *International Journal of Arab Culture, Management and Sustainable Development*, 1(1), 5-22. <https://dx.doi.org/10.1504/IJACMSD.2008.020486>
- Ulfah, F., Nur, K., Salsabila, S., Safitri, Y., Evanita, S., & Friyatmi, F. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Keju Lasi). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2795-2805.