

Pemberdayaan UMKM Desa Wisata Lebakmuncang Melalui Pelatihan Penggunaan YouTube untuk Menemukan Ide Inovasi dan Diversifikasi Produk

¹I Gede Agus Suwartane, ²Nafisah Yuliani

¹Sistem Informasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

²Informatika, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jakarta

E-mail: ¹agus.suwartane@upi-yai.ac.id, ²nafisahyuliani15@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam penguatan ekonomi sekaligus daya tarik desa wisata. Namun, UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang masih menghadapi keterbatasan literasi digital dan inovasi produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha memanfaatkan YouTube sebagai sumber inspirasi ide dan diversifikasi produk. Pelaksanaan dilakukan melalui analisis kebutuhan, pelatihan interaktif, praktik, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan, lahirnya ide produk berbasis potensi lokal, serta perubahan pola pikir bahwa YouTube dapat menjadi sarana edukasi dan pemberdayaan ekonomi.

Kata kunci : UMKM, Desa Wisata, Literasi Digital, YouTube, Inovasi Produk, Diversifikasi Produk

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in strengthening the economy and enhancing the attractiveness of tourist villages. However, MSMEs in Lebakmuncang Tourism Village still face limitations in digital literacy and product innovation. This community service activity aims to improve entrepreneurs' ability to utilize YouTube as a source of inspiration and product diversification. The program involved needs analysis, interactive training, practical exercises, and mentoring. The results demonstrated improved skills, the emergence of product ideas based on local potential, and a shift in mindset toward YouTube as a tool for education and economic empowerment.

Keyword : MSMEs, Tourism Villages, Digital Literacy, YouTube, Product Innovation, Product Diversification

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi

masyarakat (Hapsari et al., 2024; Hidayat et al., 2022). Dalam konteks desa wisata, keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga menjadi bagian dari daya tarik wisata yang dapat meningkatkan kunjungan

wisatawan (Purnamasari et al., 2024; Yuni et al., 2023).

Desa Wisata Lebakmuncang di Jawa Barat adalah salah satu contoh wilayah dengan potensi besar dalam pengembangan UMKM berbasis lokal. Masyarakat desa telah menghasilkan beragam produk, mulai dari olahan pangan, kerajinan tangan, hingga produk kreatif. Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam menciptakan variasi produk baru. Keterbatasan ide ini menyebabkan produk yang dihasilkan cenderung monoton dan kesulitan bersaing dengan produk dari daerah lain (Awa et al., 2024).

Di era digital, media sosial menawarkan peluang besar sebagai sumber inspirasi dan referensi pengembangan produk. Salah satu platform yang potensial adalah YouTube. Selain sebagai media hiburan, YouTube juga berperan sebagai sarana pembelajaran yang menyediakan berbagai ide, tren, dan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar (Ahda et al., 2025; Herminingsih et al., 2022). Seperti halnya pelaku UMKM di daerah Keramas, Bali, yang masih terbatas dalam penggunaan teknologi informasi (Putra et al., 2023), pelaku UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang juga memiliki keterampilan yang terbatas untuk memanfaatkan YouTube secara optimal sebagai sumber inspirasi diversifikasi produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan upaya pendampingan melalui pelatihan khusus yang berfokus pada pemanfaatan YouTube untuk pengembangan ide produk. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, menumbuhkan kreativitas, serta mendorong lahirnya produk inovatif dengan nilai tambah. Dengan demikian, UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang mampu memperkuat daya saingnya

sekaligus memberi kontribusi nyata bagi pengembangan desa wisata.

Tujuan utama kegiatan ini adalah memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan YouTube sebagai sumber inspirasi dalam pengembangan ide produk baru. Peningkatan literasi digital, dan memperkuat kreativitas, akan mendorong kemandirian UMKM dalam menghadapi persaingan pasar (Sholihin, 2024).

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini mencakup 3 aspek. Pertama, bagi pelaku UMKM, kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menemukan dan mengembangkan produk inovatif melalui pemanfaatan media digital. Kedua, bagi Desa Wisata Lebakmuncang, diversifikasi produk UMKM akan memperkaya daya tarik wisata berbasis potensi lokal. Ketiga, bagi akademisi, kegiatan ini menjadi wujud nyata implementasi pengabdian kepada masyarakat serta dapat menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis literasi digital.

2. PERMASALAHAN MITRA

2.1. Profil Mitra

Desa Wisata Lebakmuncang berada di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa wisata Lebakmuncang berada pada ketinggian 1.200 meter DPL, berupa dataran tinggi dengan suhu udara rata-rata : 18° – 20°C, dan luas wilayah desa 800,26 ha (*Profil Desa | Desa Wisata Lebakmuncang*, n.d.). Desa wisata ini dikenal memiliki potensi pariwisata yang menjanjikan. Potensi ini ditunjang oleh keindahan alam pegunungan, kegiatan agrowisata, serta produk-produk lokal yang dikembangkan oleh masyarakat. Gambar 1 menunjukkan kondisi Desa Wisata Lebakmuncang.



Gambar 1. Kondisi Desa Wisata Lebakmuncang

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu penopang utama perekonomian desa, dengan mayoritas usaha bergerak di bidang olahan pangan, kerajinan, dan produk kreatif berbasis potensi lokal. UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan keluarga, tetapi juga menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Produk seperti makanan tradisional, minuman herbal, maupun kerajinan khas sering dipilih wisatawan sebagai oleh-oleh, sehingga UMKM berperan penting dalam memperkuat ekosistem desa wisata (Arifin et al., 2024).

2.2. Kondisi UMKM saat ini

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih dikelola secara tradisional, dengan keterbatasan pada inovasi produk. Produk yang dihasilkan relatif sederhana, kurang bervariasi, dan belum banyak mengikuti tren pasar. Dari sisi pemasaran, sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode konvensional, yaitu menjual langsung kepada wisatawan yang datang. Hanya sebagian kecil pelaku usaha yang mencoba memanfaatkan media sosial, namun penggunaannya terbatas pada akun pribadi atau aplikasi pesan singkat (Whatsapp), sehingga dampaknya masih kurang optimal.

2.3. Permasalahan Utama yang dihadapi

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang meliputi :

- Keterbatasan inovasi produk. Produk cenderung monoton dan kurang mampu menarik pasar yang lebih luas.
- Kurangnya pemanfaatan media digital. Pelaku UMKM belum menggunakan YouTube secara optimal sebagai sumber ide atau inspirasi produk.
- Rendahnya literasi digital. Sebagian besar pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan platform digital untuk pengembangan usaha, termasuk dalam mencari tren pasar dan referensi untuk inovasi produk.
- Keterbatasan daya saing. Produk UMKM sulit bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang lebih variatif dan inovatif.

2.4. Urgensi Solusi melalui Pelatihan YouTube

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan strategi pendampingan yang sesuai untuk meningkatkan kreativitas dan kapasitas pelaku UMKM. Salah satu upaya yang relevan adalah memberikan pelatihan pemanfaatan YouTube sebagai salah satu platform sumber pembelajaran (Daraini & Masnawati, 2024). YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menyediakan berbagai konten berupa tutorial, ide inovasi, hingga tren pasar yang dapat diakses secara gratis (Saifulloh & Hariyanto, 2024).

Dengan adanya pelatihan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan literasi digital sekaligus mengembangkan produk yang lebih inovatif dan bernilai jual tinggi. Langkah ini tidak hanya memperkuat daya saing UMKM, tetapi juga mendukung Desa Wisata Lebakmuncang agar semakin dikenal sebagai destinasi yang

menawarkan panorama alam sekaligus produk lokal yang unik dan kompetitif.

3. METODOLOGI

3.1. Pendekatan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif. Pendekatan ini dipilih agar pelaku UMKM Desa Wisata Lebakmuncang tidak hanya memperoleh pengetahuan secara teoritis, tetapi juga mampu langsung mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan. Metode partisipatif akan menciptakan interaksi dua arah antara pemateri dan peserta, sehingga materi yang disampaikan lebih kontekstual dan relevan dengan kebutuhan nyata peserta.

3.2. Tahapan Pelaksanaan

Proses kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama, yaitu:

- Analisis Kebutuhan Mitra. Analisis kebutuhan mitra dilakukan dengan wawancara singkat dan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi awal UMKM, hambatan yang dihadapi, serta harapan terhadap pelatihan yang diberikan.
- Persiapan Materi. Materi disusun dalam bentuk presentasi visual yang sederhana, dan kontekstual. Materi presentasi mencakup pengenalan literasi digital YouTube, pemanfaatan YouTube sebagai sumber ide, teknik pencarian ide inovasi dan diversifikasi produk lokal, serta penerapannya.
- Pelaksanaan Pelatihan. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka melalui ceramah interaktif, diskusi, dan praktik langsung. Peserta diperkenalkan cara mengakses YouTube, mencari ide produk, dan menyimpan referensi yang relevan.
- Pendampingan Praktik. Peserta didampingi dalam mencoba mencari

ide produk sesuai jenis usaha melalui kata kunci yang tepat. Hasil pencarian kemudian dianalisis bersama untuk melihat potensi ide diversifikasi produk yang dapat dikembangkan secara lokal.

- Monitoring dan Evaluasi. Untuk menilai keberhasilan kegiatan, digunakan instrumen kuesioner. Instrumen ini digunakan untuk mengetahui kepuasan peserta, yang meliputi respon peserta terhadap materi, metode, dan manfaat kegiatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan Penggunaan YouTube untuk Menemukan Ide Inovasi dan Diversifikasi Produk ini merupakan salah satu bagian dari kegiatan PkM Kolaborasi IV yang diadakan oleh LPPM Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Kegiatan ini dilaksanakan pada 6 – 7 September 2024, di Desa Wisata Lebakmuncang. Kegiatan dilaksanakan di halaman salah satu homestay warga Lebakmuncang. Kegiatan ini diikuti oleh 10 pelaku UMKM, dan dilaksanakan dengan metode partisipatif. Kegiatan dimulai dengan pembukaan oleh Direktur LPPM Universitas Persada Indonesia Y.A.I (Bapak Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom), sebagai pelaksana kegiatan PkM Kolaborasi. Gambar 2 menunjukkan acara pembukaan kegiatan PkM Kolaborasi IV.



Gambar 2. Pembukaan Kegiatan PkM
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Kegiatan Pelatihan Penggunaan YouTube untuk Menemukan Ide Inovasi dan Diversifikasi Produk diawali dengan penyampaian materi, dilanjutkan dengan praktik penggunaan YouTube, diskusi dan tanya jawab. Kegiatan diakhiri dengan pendampingan peserta dalam menggunakan YouTube untuk mencari ide inovasi dan diversifikasi produk. Gambar 3 menunjukkan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan oleh tim PkM.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Adapun rincian pelaksanaan kegiatan, sebagai berikut :

- Penyampaian materi Literasi Digital tentang YouTube. Pelatihan diawali dengan memperkenalkan peserta pada konsep literasi digital dan pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran. Materi yang diberikan meliputi pengenalan YouTube, cara menggunakan YouTube, dan cara mencari ide Inovasi dan Diversifikasi Produk, dengan menggunakan teknik SEO (*Search Engine Optimization*).
- Tutorial cara penggunaan YouTube. Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik uji coba yang dilakukan oleh seluruh peserta, dengan pendampingan oleh tim PkM. Praktik yang dilakukan meliputi membuka YouTube, mengeksplorasi fitur-fitur pada YouTube, mencoba mencari ide inovasi dan diversifikasi

produk dengan memasukkan kata kunci, dan melihat hasil pencarian.

- Pendampingan kepada peserta untuk mendapatkan ide inovasi dan diversifikasi produk. Para peserta diberikan kesempatan untuk mencari ide inovasi dan diversifikasi berdasarkan produk UMKM-nya, dengan didampingi oleh tim PkM. Suasana kegiatan berlangsung interaktif, terlihat dari antusiasme peserta dalam mencoba teknologi baru yang sebelumnya jarang digunakan untuk tujuan bisnis.
- Monitoring dan Evaluasi. Peserta diminta menampilkan hasil pencarian ide inovasi dan diversifikasi produk yang telah diperolehnya. Sebagian besar peserta telah dapat menggunakan YouTube untuk mendapatkan berbagai ide inovasi dan diversifikasi produknya. Salah satu ide produk yang dihasilkan adalah Smoothies Strawberry, yang didapatkan oleh UMKM makanan dan minuman berbahan dasar buah Strawberry. Peserta juga diminta mengisi kuesioner kepuasan peserta terhadap pelatihan ini. Seluruh peserta menilai puas dan sangat puas terhadap kegiatan pelatihan ini. Gambar 4 menunjukkan hasil inovasi dan diversifikasi produk makanan dan minuman berbahan dasar buah Strawberry.



Gambar 4. Hasil Inovasi dan Diversifikasi Produk Strawberry
Sumber : Dokumentasi Pribadi

4.2. Dampak Kegiatan bagi UMKM

Pelatihan ini memberikan beberapa dampak positif yang signifikan, di antaranya:

- Terciptanya perubahan pola pikir, peserta mulai menyadari bahwa YouTube dapat digunakan sebagai media edukasi, bukan sekadar hiburan.
- Adanya peningkatan kreativitas yang membuat peserta lebih percaya diri untuk mengembangkan variasi produk baru.
- Adanya penguatan daya saing. Peserta memperoleh ide-ide produk yang berpotensi menambah variasi produk lokal dan meningkatkan daya tarik Desa Wisata Lebakmuncang.

4.3. Tantangan

Meskipun hasil kegiatan ini positif, tetapi terdapat sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan, diantaranya :

- Adanya keterbatasan literasi digital yang masih dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang.
- Adanya keterbatasan perangkat yang membuat sebagian peserta belum dapat mengakses YouTube secara rutin.
- Kualitas jaringan internet di beberapa wilayah yang kurang maksimal, sehingga masih menjadi hambatan dalam praktik pencarian ide.

Namun, dengan adanya pendampingan berkelanjutan dan dukungan dari pemerintah desa maupun Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Wisata Lebakmuncang, hambatan tersebut akan dapat diminimalisasi.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran merupakan strategi yang efektif dan praktis untuk mendorong inovasi

produk UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan penggunaan YouTube untuk menemukan ide inovasi dan diversifikasi produk, terbukti memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM di Desa Wisata Lebakmuncang, Jawa Barat. Pertama, peserta memperoleh keterampilan baru untuk menjadikan YouTube sebagai sumber ide inovasi dan diversifikasi produk. Kedua, peserta mampu mengidentifikasi peluang inovasi yang sesuai dengan potensi lokal, seperti pada bidang olahan pangan, kerajinan tangan, maupun produk kreatif. Ketiga, kegiatan ini membantu mengubah pola pikir peserta bahwa YouTube bukan hanya konsumsi hiburan, tetapi juga dapat dijadikan sarana pemberdayaan ekonomi yang dapat memperkuat daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, F., Asyura, N., & Rahma, U. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4(1), 359–366.
- Arifin, M., Zufwani, R., Hidayat, I., Jiron, F., Rifki, A., & Rofiqi, M. (2024). Branding UMKM dan Pengembangan Wisata. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS)*, 8(1), 8–13.
- Awa, Palahudin, Naila Sya'diah, C. Z., & Fauziah, N. R. (2024). Keberhasilan Usaha Berdasarkan Digital Marketing, Kreativitas, dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7813–7830.
- Daraini, N. S., & Masnawati, E. (2024).

- Peran Media Sosial Youtube Sebagai Media Edukasi Dalam Pendidikan Generasi Z. *M I N D : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Kebudayaan*, 4(2), 81–87. <https://doi.org/10.55266/jurnalmind.v4i2.417>
- Hapsari, Y. A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 53–62.
- Hermorningsih, H., Nurdin, N., & Saguni, F. (2022). Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif, Afektif Dan Psikomotor Siswa. *Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society 5.0 (KIHIES 5.0)*, 1, 79–84. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/kiiies50/article/view/1040>
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Profil Desa | Desa Wisata Lebakmuncang*. (n.d.). Retrieved May 2, 2025, from <https://desawisatabakmuncang.wordpress.com/profil-desa/>
- Purnamasari, M. I., Amira, G. R., Nugroho, R. D., & SL, R. W. (2024). Pengembangan UMKM Sebagai Daya Tarik Wisatawan. *Populika*, 12(1), 30–40. <https://doi.org/10.37631/populika.v12i1.1212>
- Putra, I. G. J. E., Erawan, A. P. D., Aditya, I. G. W., Juniarta, I. W., Permana, I. M. A. S., & Baskara, I. M. W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital UMKM Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.388>
- Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial. *Intelektualitas : Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan*, 1(2), 46–53. <https://doi.org/10.47134/intelektualitas.v1i2.2706>
- Sholihin, U. (2024). Meningkatkan Daya Saing Pasar UMKM Melalui Transformasi Digital. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(2), 100–114. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i2.2512%0Ahttps://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Digital/article/view/2512>
- 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>