

# COMMUNITY EMPOWERMENT THROUGH DIGITAL-BASED LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN SOCIETY 5.0 ERA

## KOLOKIUUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah

<http://kolokium.ppj.unp.ac.id/>

Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Sumatera Barat, Indonesia

Volume 11, Nomor 1, Tahun 2023

DOI: 10.24036/kolokium.v11i1.567

Received 14 Februari 2023

Approved 19 April 2023

Published 30 April 2023

*Kukuh Miroso Raharjo<sup>1,4</sup>, Zulkarnain<sup>2</sup>, M Haidar<sup>3</sup>*

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Malang

<sup>4</sup> Kukuh.raharjo.fip@um.ac.id

## ABSTRACT

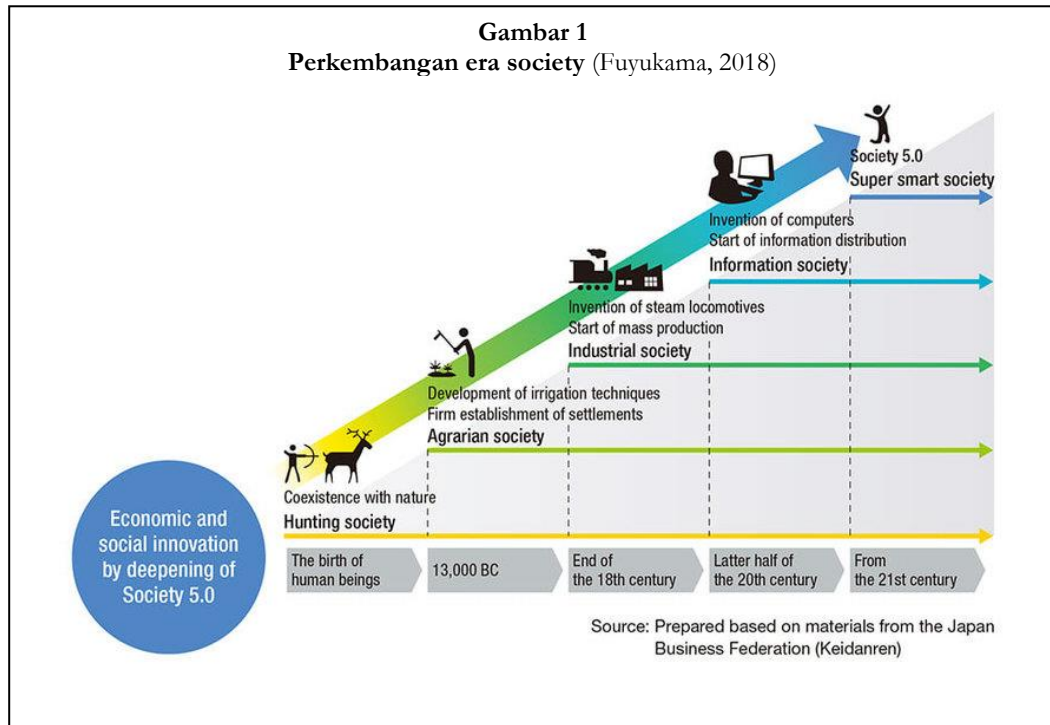
Community empowerment is often carried out by change agents using various methods. Detailed, detailed and in-depth identification is the first step to empowering the community. The purpose of this study is to analyze the stages in community empowerment through digital-based local economic development in the era of society 5.0. The research method uses a qualitative approach with a case study type. The location of the research was carried out in the Labsite Village of the Department of Outer School Education with a total of three villages included in the Malang Regency area, namely Pait Village, Kasembon District, Benjor Village, Tumpang District, and Pujon Kidul Village, Pujon District. Data analysis uses the Miles and Huberman models which consist of three stages, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the study show that the stages in community empowerment through digital-based local economic development are carried out in two ways, starting with strengthening a solid production ecosystem through four stages, namely; (1) identification, (2) inventory, (3) management and development of assets, and (4) building partnership networks to introduce products. Furthermore, building a sustainable business ecosystem. Then, building a sustainable digital-based business ecosystem with three stages, namely, (1) Maintaining and Creating a Market, (2) Forming a Solid Network, and (3) Product Expansion using Digital Media

**Keywords:** Community Empowerment, Economic Local Development, Society Era 5.0

## INTRODUCTION

Era society 5.0 merupakan suatu konsep dimana manusia hidup berdampingan dengan teknologi. Di era Society 5.0, sebagian besar informasi yang didapat dari sensor ruang fisik yang akan diakumulasi di dunia maya. Big Data ini nantinya akan dianalisis menggunakan berbagai teknologi penunjang semacam artificial intelligence, dan hasilnya akan diumpan balik ke manusia dalam ruang fisik dan dalam berbagai bentuk (Rosfendik, 2022). Skema atau konsep dari Society 5.0 sebenarnya bukan hal baru di bidang teknologi dan informasi. Namun konsep ini memiliki sistem yang beroperasi bukan hanya di dalam ruang lingkup terbatas, namun memiliki sistem yang terintegrasi dan mampu beroperasi di seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat 5.0 bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang berpusat pada manusia di mana pembangunan ekonomi dan penyelesaian tantangan masyarakat tercapai, dan orang-orang dapat menikmati kualitas hidup yang tinggi yang sepenuhnya aktif

dan nyaman (Handayani Lisna & Muliastri, 2020). Sistem kehidupan yang tersusun di era society 5.0 memungkinkan untuk membantu masyarakat dalam menciptakan kemandiriannya melalui pemberdayaan masyarakat.



Gambar 1 di atas merupakan tahapan perkembangan kehidupan manusia yang terjadi di Jepang. Terdapat lima tingkatan dalam kehidupan manusia, yang terdiri dari masa berburu, masa bercocok tanam/bertani, masa perindustrian, zaman informasi, dan kehidupan yang serba cerdas. Perkembangan tersebut diakibatkan oleh kecepatan pengetahuan dan teknologi yang berkembang dengan cepat (Haidar, Zulkarnain, & Hardika, 2021). Perkembangan teknologi pada setiap masa akan berkembang pesat, diawali dengan masa berburu. Pola kehidupan pada masa berburu ditandai dengan tempat tinggal yang berpindah-pindah. Di era selanjutnya yaitu masa bercocok tanam. Pada era ini ditandai dengan berkembangnya irigasi pada sektor pertanian. Disusul era industri yang masuk pada era ketiga. Pada masa ini ditandai dengan produksi massal di sektor industrialisasi. Kemudian, di masa yang keempat, era masyarakat dengan keterbukaan informasi. Di masa ini big data informasi dapat diakses melalui dunia digital. Untuk era sekarang ini termasuk dalam kategori masyarakat dengan kecerdasan yang tinggi. Pola interaksi, komunikasi dan mobilisasi berbasis teknologi (Danuri, 2019).

Pemberdayaan adalah proses saling belajar diantara sesama warga masyarakat untuk sama-sama meningkatkan kesadaran diri secara kritis dan secara bersama pula membangun institusi-institusi yang resisten terhadap segala bentuk intervensi negara kedalam wilayah masyarakat (Ariefianto & Hilmi, 2019). Keberdayaan masyarakat akan membuat mereka mampu melindungi kepentingan-kepentingan mereka dari campur tangan negara secara berlebihan. Pemberdayaan masyarakat tidak memandang hierarki struktural siapa yang diatas dan siapa yang dibawah. Pemerintah negara dan masyarakat dihargai sesuai dengan fungsi

masing-masing. Dalam pengertian yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang (Le, 2018). Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu usaha untuk mendampingi, melayani dan memfasilitasi masyarakat untuk dapat mandiri dan berdikari dalam mengelola modal alam dan modal sosial yang ada dilingkungannya. Terminologi pemberdayaan ditekankan untuk berubah menjadi keberdayaan. Istilah tersebut digunakan untuk mempertegas bahwa masyarakat saat ini sudah bisa memberdayakan dirinya sendiri, namun masih belum optimal mencapai keberdayaan. Pemberdayaan dilakukan dengan melibatkan partisipasi masyarakat desa sebagai penyelenggara dan pelaksana program pemberdayaan di desa secara berkelanjutan (Mawasti & Amalia, 2022).

Departemen Pendidikan Luar Sekolah (PLS) memiliki kajian ilmu bidang pemberdayaan masyarakat, orientasi pengembangan masyarakat yang selama ini dilakukan salah satunya melalui labsite. Saat ini keberadaan labsite Prodi PLS terletak di wilayah Kabupaten Malang yang berada di tiga desa yaitu kecamatan di Kabupeten Malang, yaitu di Desa Pait Kecamatan Kasembon, Desa Benjor Kecamatan Tumpang, dan Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujo. Program yang diberikan di Labsite PLS sebagai bagian dari pengembangan ilmu pengetahuan bisang PLS dan juga untuk memberikan manfaat kepada masyarakat. Berbagai program telah dilaksanakan di labsite PLS, seperti program penyuluhan, pelatihan, pemberdayaan, dan juga program yang bersifat vokasional. Keberadaan labsite diharapkan mampu memberikan sumbangsih pengembangan ilmu pengetahuan dan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan keterampilan. Pemberdayaan masyarakat di Desa Labsite berfokus pada pengembangan ekonomi lokal.

Dalam upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat, proses yang dikenal dengan “pembangunan ekonomi lokal” melibatkan masyarakat, pemerintah daerah, dan sektor swasta yang bekerja sama untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan menciptakan lapangan kerja (Huda, 2020). Di era society 5.0 merupakan zaman yang mengedepankan aktifitas berbasis teknologi. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi lokal agar optimal perlu diimplementasikan berbasis digital. Berdasarkan uraian tersebut, maka diperlukan penelitian tentang model pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan ekonomi lokal berbasis digital di era society 5.0.

## **METHOD**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode utama dalam pengumpulan data yaitu wawancara mendalam pada agen perubahan Desa Labsite, yaitu Pendamping Desa. Selain itu dilakukan juga observasi partisipatif tentang tahapan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh agen perubahan selama satu semester. Proses analisis data menggunakan model miles dan huberman melalui empat tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, analisis data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data yaitu memilah data-data yang berkaitan dengan tahapan pemberdayaan yang dilaksanakan oleh agen perubahan di Desa Labsite. Penyajian data berdasarkan kategori tahapan-tahapan pemberdayaan yang ditemukan. Kemudian dilakukan analisa data dengan teori sosial yang relevan. Serta dilakukan penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Labsite Pendidikan Luar Sekolah di Kabupaten Malang yang berada di tiga desa yaitu

Desa Pait Kecamatan Kasembon, Desa Benjor Kecamatan Tumpang, dan Desa Pujon Kidul Kecamatan Pujon.

## **DISCUSSION**

Pemberdayaan yang dilakukan oleh agen perubahan di Desa Labsite meliputi dua aspek, yaitu penguatan ekosistem produksi yang solid dan berkelanjutan. Pada tahap ini agen perubahan perlu **mengenali** karakteristik dan potensi yang ada di Desa Labsite. Tahap Selanjutnya yaitu membangun ekosistem bisnis berbasis digital yang berkelanjutan. Selanjutnya akan dijelaskan secara rinci pada keterangan di bawah ini.

### **Menguatkan ekosistem produksi yang solid dan berkelanjutan**

Pemberdayaan masyarakat di era society 5.0 harus menggunakan asas berdasarkan kebutuhan baik secara top down ataupun bottom up. Di Desa Labsite Pendidikan Luar sekolah **pemberdayaan** yang dilakukan berdasarkan kebutuhan masyarakat. Sebelum perancangan program, diawali dengan identifikasi terlebih dahulu. Identifikasi tersebut dilakukan oleh agen perubahan yang ada di desa tersebut. Aktivitas tersebut dilakukan dengan membentuk kolaborasi antar elemen masyarakat

#### ***Identifikasi aset***

Identifikasi aset merupakan hal yang dilakukan oleh agen perubahan. Aset desa merupakan ruh dari suatu daerah untuk dapat dikembangkan. Hal itu sesuai dengan keterangan informan berikut ini.

“Pertama kali saya masuk sebagai pendamping desa, saya melihat banyak potensi desa yang dapat dikembangkan dan diorganisir sebagai aset yang menjadi modal awal untuk pengembangan desa ini. identifikasi tidak dilakukan secara perorangan namun ada tim yang dibentuk oleh pemerintah desa dan BPD untuk kemudian bekerjasama menggali dan memetakan potensi desa ” (w/PDA/12/7/22)

Keterangan tersebut menjelaskan bahwa, pemberdayaan masyarakat dapat diawali dengan identifikasi aset. Kerjasama perlu dilakukan dalam penggalian potensi. Dengan mendahulukan kepentingan bersama akan lebih cepat selesai dan berdampak secara luas kepada masyarakat. Aset yang diidentifikasi merupakan potensi desa.

Sebagai model fundamental yang harus dikelola dan dikembangkan untuk kelangsungan dan pembangunan desa, potensi desa mengacu pada seluruh sumber daya alam dan manusia desa. Kita perlu melihat jumlah penduduk menurut jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, dan mata pencaharian, serta potensi fisik dan non fisik, untuk menentukan sumber daya alam masyarakat pedesaan dan perkotaan (Srirejeki, Faturahman, Warsidi, Ulfah, & Herwiyanti, 2020). Seperti yang dilakukan oleh agen perubahan berikut ini yang melakukan identifikasi potensi desa.

“untuk mengembangkan desa ini perlu diawali dengan identifikasi aset sebagai modal awal untuk meningkatkan value yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan aset yang ada ini, perlu dilakukan kerjasama antar

pihak untuk saling memberi informasi, ide dan gagasannya dalam mengelola potensi desa. Aset yang kami identifikasi meliputi aspek fisik, non fisik dan sumber daya manusia. Segala sektor juga kami petakan untuk memenuhi informasi agar lebih lengkap. (w/PDB/1/8/22)

Keterangan tersebut merupakan proses yang dilakukan dalam identifikasi aset. Salah satu sumber pendapatan desa adalah dari hasil aset. Aset adalah barang yang dalam pengertian hukum disebut benda, yang terdiri dari benda tidak bergerak dan benda bergerak. Barang yang dimaksud meliputi barang tidak bergerak (tanah dan atau bangunan) dan barang bergerak, baik yang berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*), yang tercakup dalam ativa/kekayaan atau harta kekayaan dari suatu perusahaan, badan usaha, institusi atau individu perorangan (Noviawati & Galih, 2019). Keterangan ini didukung oleh pernyataan informan berikut ini.

“pemberdayaan masyarakat yang kami lakukan dimulai dengan identifikasi potensi lokal yang diperkirakan bisa untuk dikembangkan dan berdampak pada keberdayaan masyarakat dengan kolaborasi antara pengusaha lokal, pemerintah desa dan pihak yang berkepentingan lainnya. Di desa ini tidak hanya sumber daya alam saja yang diutamakan, namun ada beberapa aspek lain seperti sumberdaya manusia dan modal sosial.” (w/PDC/4/8/22)

Dalam identifikasi aset yang digunakan oleh agen perubahan dapat menggunakan tiga cara. Yang pertama menggunakan pendekatan aset secara utuh (*whole asset approach*) memperhitungkan semua aset yang menjadi potensi di suatu daerah untuk memprediksi prospek kedepan Walker in (Okoko, Tunison, & Walker, 2023). Ini adalah sistematis dan seimbang cara untuk menilai semua aset dari alam, sosial, ekonomi, dan layanan komponen sistem masyarakat (Office for Coastal Management, 2018). Seluruh pemetaan aset adalah komprehensif dan, meskipun membutuhkan waktu lebih lama, dapat memberikan peta yang lengkap masyarakat dan sistem pendukungnya. Peserta mulai dengan mendaftarkan aset berdasarkan kategori dan kemudian diskusikan pentingnya aset ini, ancaman terhadapnya, dan bagaimana mempertahankan dan membangun nilai kolektif mereka.

Kedua, dengan pendekatan berbasis cerita (*Storytelling approach*) menghasilkan potongan-potongan sejarah sosial yang mengungkap aset-aset di dalam masyarakat Walker in (Okoko et al., 2023). Ini mengidentifikasi bagaimana aset yang sering disembunyikan atau tidak aktif dapat digabungkan dengan aset lain untuk menghasilkan aset tambahan. Untuk pendekatan ini, fasilitator bertanya kepada masing-masing anggota komunitas untuk berbagi cerita tentang proyek sukses yang menggambarkan bagaimana dan mengapa orang berkumpul untuk mengembangkan komunitas mereka (Lowery, Dagevos, Chuenpagdee, & Vodden, 2020). Tujuannya adalah untuk menyoroti cerita di mana dua atau lebih aset bersatu.

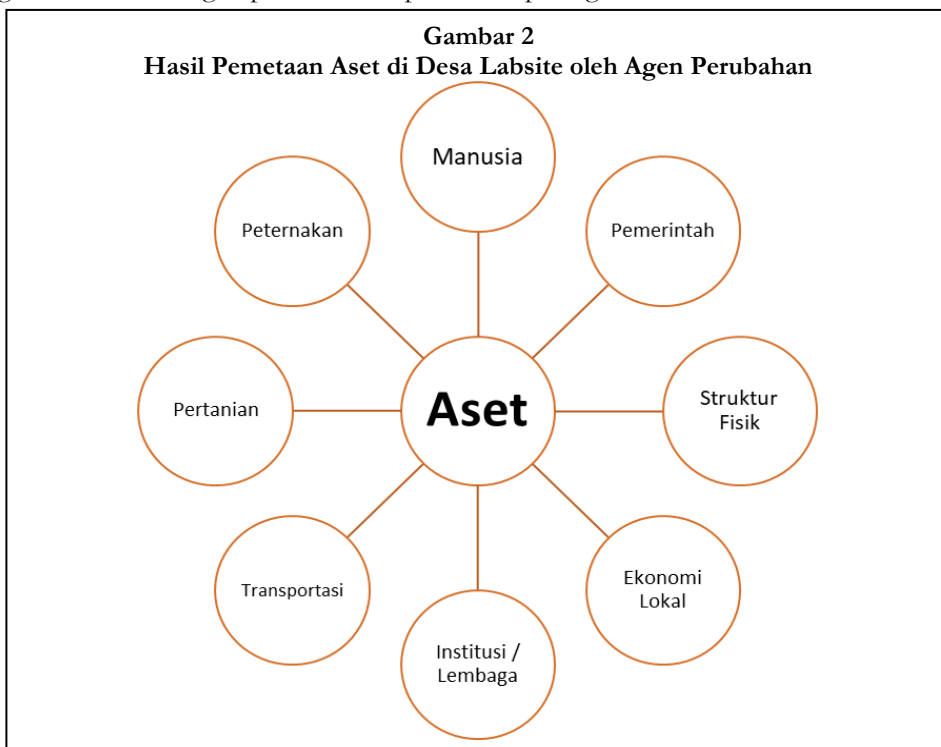
Ketiga, melakukan pendekatan berbasis warisan (*Heritage approach*) menghasilkan gambaran (peta atau daftar) dari ciri-ciri fisik tersebut, alami atau buatan, yang membuat komunitas menjadi tempat khusus (McClelland, 2018). Aset termasuk warisan alam (misalnya, sungai, taman), serta fitur yang dibangun. Hampir semua hal di lanskap bisa bagian dari warisan masyarakat jika orang yang tinggal dan bekerja di sana merasa itu penting ke mereka. Peserta rapat diminta untuk menggambar fitur terpenting mereka komunitas pada kartu yang kemudian dibagikan. Setelah informasi dikumpulkan, peserta mendiskusikan dan menyepakati aset utama (Hu et al., 2022).

Berdasarkan keterangan di atas identifikasi aset merupakan proses awal dalam pemberdayaan masyarakat. Proses identifikasi dapat dilakukan dengan kolaborasi antar pihak yang memiliki kepentingan. Perangkat pemerintahan, ketua adat, agen perubahan dan masyarakat itu sendiri saling memberikan informasi secara aktual dan terbuka agar diperoleh kebenaran dan kelengkapan data. Kunci utama dalam pemberdayaan adalah kesadaran masyarakat untuk berubah kearah yang lebih baik.

### ***Inventarisasi aset***

Inventarisasi aset merupakan proses pemetaan potensi yang ada di wilayah tersebut. Secara keseluruhan, peta aset memberikan penyedia layanan, pembuat kebijakan, peneliti, tokoh masyarakat, dan warga sebuah metode unik untuk membantu menilai bidang yang terkait dengan isu yang relevan dan mengidentifikasi kekuatan yang sering diabaikan oleh pendekatan lain (Turin, Shahid, & Vaska, 2019). Peta aset juga dapat mengarah pada pengurangan ketergantungan dan penggunaan bantuan eksternal yang lebih efisien, seiring dengan menyoroti peluang untuk menciptakan kemitraan masyarakat dengan aset komunitas yang baru ditemukan (Mattali & Indratno, 2022).

Pemetaan aset di Desa Labsite merupakan cara yang dilakukan oleh agen perubahan untuk menentukan program-program pengembangan desa agar lebih tepat sasaran. Pemetaan aset merupakan modal awal yang bisa digunakan oleh pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan desa (Haanurat, Jaya, & Nurlina, 2022). Yang dilakukan oleh agen perubahan dalam memetakan potensi desa adalah, (1) Mendata potensi yang ada dan menentukan objek yang dapat dikembangkan, baik berdasarkan potensi fisik maupun non fisik; (2) Mengumpulkan data yang dapat digunakan sebagai bahan dalam pemetaan potensi desa, serta permasalahan dan fasilitas yang dapat diimplementasikan; (3) Membuat desain berbasis pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan desa mandiri berdasarkan kondisi nyata; dan (4) Menerapkan desain dan rencana strategis. Hasil pemetaan potensi aset desa yang dilakukan oleh agen perubahan dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.



Hasil pemetaan potensi desa labsite secara keseluruhan meliputi potensi sumberdaya manusia, pemerintah, struktur fisik, ekonomi lokal, institusi/lembaga lokal desa, transportasi, pertanian, peternakan. Seluruh potensi tersebut memiliki urgensifitas masing-masing untuk dikembangkan. Di Desa Labsite, yang menjadi prioritas pengembangan awal adalah ekonomi lokal yang meliputi keseluruhan penggerak ekonomi di lingkup wilayah desa. Pengembangan ekonomi lokal bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di Desa Labsite.

### ***Pengelolaan dan pengembangan aset***

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor bisnis memiliki orientasi utama pada pencapaian margin laba setinggi mungkin (*profit oriented*). Big data dapat menghasilkan berbagai data penting yang dapat membantu para pemimpin bisnis dalam mengambil keputusan, antara lain sebagai berikut: a) Memahami reaksi masyarakat terhadap produk melalui analisis sentimen di media sosial; b) membantu dunia usaha dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat dan akurat berdasarkan data; c) membantu bisnis dalam meningkatkan citra mereka di antara pelanggan; d) Perencanaan bisnis dengan memahami perilaku pelanggan, seperti di industri perbankan dan telekomunikasi; dan e) Memahami tren pasar dan preferensi konsumen (Kominfo, 2015).

### **Membangun ekosistem bisnis berbasis digital yang berkelanjutan**

Strategi untuk membangun ekosistem bisnis dapat dilakukan melalui proses strategi pemasaran. Proses menempatkan ide, produk, atau layanan di depan audiens yang membeli dikenal sebagai pemasaran. Pemasaran berfokus pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan sehingga bisnis dapat membuat strategi dan mencari tahu siapa yang kemungkinan akan membeli produk mereka untuk menarik pelanggan tersebut. Strategi pemasaran bisnis adalah serangkaian tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan penjualan, membangun merek, atau menekankan nilai produk, atau proposisi nilai.

### ***Membangun Jaringan Bisnis yang Solid***

Dalam perekonomian Indonesia, usaha kecil memainkan peran penting sebagai kegiatan ekonomi individu skala kecil. Ternyata, meski krisis ekonomi telah menghancurkan kehidupan usaha besar dan menengah, usaha kecil masih tumbuh subur di lapisan bawah kehidupan ekonomi. Agar tetap berkelanjutan, usaha kecil harus berkontribusi pada pengembangan jaringan bisnis.

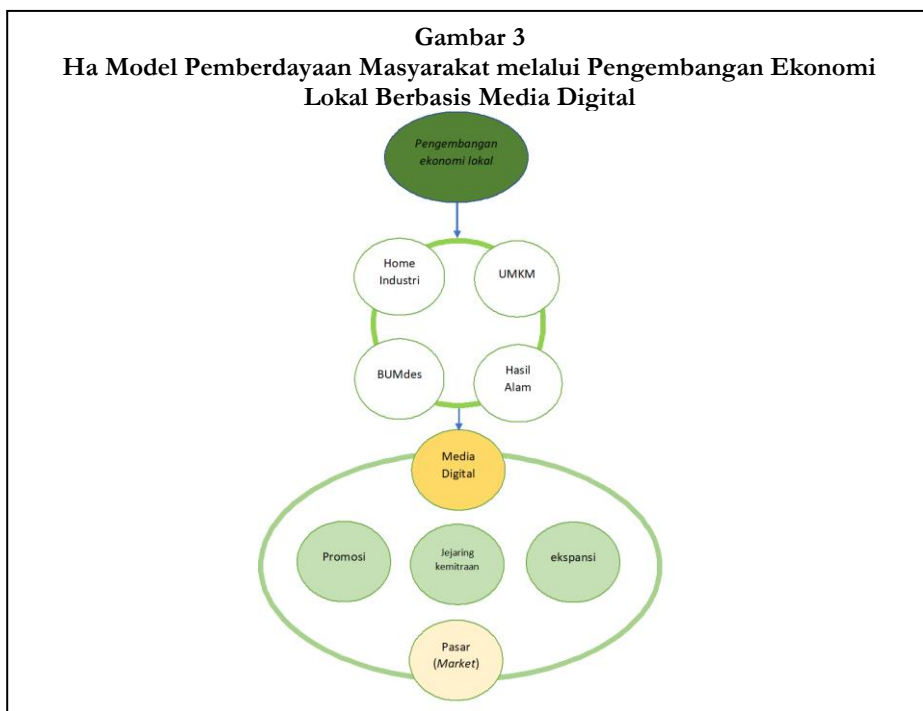
Menurut Endaryono & Djuhartono (2018) peran pokok usaha kecil ini adalah: (1) sebagai wadah penerima tenaga kerja, (2) sebagai penghasil barang dan jasa dengan harga yang dapat memenuhi kebutuhan banyak orang berpendapatan rendah, dan (3) sebagai sumber devisa negara yang potensial karena keberhasilan dalam memproduksi komoditas ekspor selain minyak dan gas. Pemerintah menawarkan solusi dengan meluncurkan program yang dikenal dengan Program Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP). Program ini memberikan dana Bantuan Langsung Masyarakat (BLM) kepada petani sebagai modal usaha tani. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan dan memperkuat kelembagaan ekonomi di pedesaan, yang pada akhirnya mengarah pada pembentukan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKM-A) di pedesaan.

Pesatnya perkembangan lembaga perbankan (bank) di berbagai wilayah Indonesia, baik di kota maupun di kabupaten, menunjukkan bahwa perbankan sebagai lembaga keuangan telah menunjukkan kemajuan yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan daerah selama ini. Akibatnya, tidak heran jika industri perbankan semakin mendominasi jalannya bisnis jasa keuangan di Indonesia hingga saat ini.

### ***Melakukan promosi dan ekspansi berbasis digital untuk meraih target pasar***

Pemasaran dan teknologi terhubung dengan pola yang menguntungkan kedua belah pihak. Di sisi lain, jika teknologi untuk media promosi tidak berkembang pesat, konsumen akan menganggap pemasaran itu membosankan. Akibatnya, para pelaku UMKM harus bisa mengikuti kemajuan teknologi terkini dalam media promosi. Pelanggan cenderung meninggalkan UMKM yang tidak bisa atau terlambat beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini. Menurut Yumna, Herman, & Qodariah (2021) UMKM perlu melakukan penyesuaian terhadap kemajuan teknologi dan hal-hal yang dapat menarik pelanggan. Akibatnya, memahami fungsi dan konsekuensi dari kemajuan teknologi dalam pemasaran sangat penting. Internet tidak akan pernah lepas dari alat promosi digital. Menggunakan internet untuk pemasaran digital sangat membantu bisnis menjangkau pelanggan yang selalu mencari informasi tentang produk dan layanan. Akibatnya, pemasaran digital memainkan peran penting dalam promosi merek atau merek dengan mengikuti perkembangannya melalui media digital. Mayoritas pemasar di seluruh dunia menggunakan pemasaran digital, yang saat ini merupakan strategi yang sangat disukai.

Media sosial menjadi media pemasaran yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk UMKM kepada target pasar yang luas karena penggunaan media sosial yang meningkat pesat dari tahun ke tahun. Merencanakan konten yang menarik dan konsisten untuk postingan media sosial dan menyisipkan pesan promosi untuk mempromosikan produk UMKM adalah salah satu cara untuk menggunakan media sosial (Agustina & Wibawa, 2021). Dengan menggunakan media sosial dalam pemasarannya, UMKM Di Desa Labsite bisa lebih memperluas area pemasarannya.





## CONCLUSION

Tahapan dalam pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan ekonomi lokal berbasis digital di era society 5.0 dilakukan dengan dua cara, dimulai dengan penguatan ekosistem produksi yang solid melalui empat tahapan yaitu; (1) identifikasi aset, (2) inventarisasi aset, dan (3) pengelolaan dan pengembangan aset. Pengkajian ulang terhadap bentuk pemanfaatan yang telah dilakukan di masa lalu perlu dilakukan kembali agar benar-benar tepat sasaran. Selanjutnya membangun ekosistem bisnis berbasis digital yang berkelanjutan dengan tiga tahap yaitu, (1) Merawat dan Menciptakan Pasar, (2) Membentuk Jaringan yang Solid, dan (3) Ekspansi Produk menggunakan Media Digital. Tahapan tersebut perlu dilakukan dengan kolaborasi antar pihak secara bersama-sama sesuai dengan perannya masing-masing.

## REFERENCES

- Agustina, D., & Wibawa, D. P. (2021). Hilirisasi Produk melalui Pemanfaatan Potensi Lokal Desa Balunujuk: "Spinach Crackers". *Warta LPM*, 24(4). Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/index.php/warta/article/view/13997>
- Ariefianto, L., & Hilmi, M. I. (2019). The Contribution Nonformal Education in Tourism Development Through Empowerment and Training of Street Vendors. *Journal of Nonformal Education*, 5(1). Retrieved from <https://doi.org/10.15294/jne.v5i1.18332>
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2). Retrieved from <https://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/178>
- Endaryono, B. T., & Djuhartono, T. (2018). Membangun Jaringan Pasar untuk Mengembangkan Usaha Produk Lokal dalam Menumbuh Kembangkan Usaha Berbasis Sumber Daya Lokal melalui Usaha Mikro dan Keuangan Mikro. *Sosio E-Kons*, 10(3). Retrieved from <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2793>
- Fuyukama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society. *JAPAN Spotlight*. Retrieved from [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf)
- Haanurat, A., Jaya, A., & Nurlina, N. (2022). Pemetaan Potensi Desa melalui Business Model Canvas untuk Pengelolaan Bumdes. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(2). Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/475379-pemetaan-potensi-desa-melalui-business-m-191bf00f.pdf>
- Haidar, M., Zulkarnain, Z., & Hardika, H. (2021). Self-Determined Learning Process of Freelancer Graphic Designer at Fivver.com Digital Platform. *Proceedings of the International Conference on Information Technology and Education (ICITE 2021)*. Retrieved from <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211210.030>
- Handayani Lisna, N. N., & Muliastri, N. K. E. (2020). Pembelajaran Era Disruptif Menuju Era Society 5.0 (Telaah Perspektif Pendidikan Dasar). *Prosiding Webinar Nasional LAHN-TP Palangkaraya*. <https://prosiding.iahntp.ac.id>.
- Hu, S., Yang, Y., Zheng, H., Mi, C., Ma, T., & Shi, R. (2022). A framework for Assessing Sustainable Agriculture and Rural Development: A case Study of the Beijing-Tianjin-Hebei region, China. *Environmental Impact Assessment Review*, 97. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195925522001275>

- Huda, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 11(2). Retrieved from <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/1470>
- Le, A. T. P. (2018). The Contributions of Mommunity Learning Centres (CLCs) to Personal and Community Development in Myanmar. *International Review of Education*, 64(5). Retrieved from <https://doi.org/10.1007/S11159-018-9721-2>
- Lowery, B., Dagevos, J., Chuenpagdee, R., & Vodden, K. (2020). Storytelling for Sustainable Development in Rural Communities: An alternative Approach. *Sustainable Development*, 28(2). Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/344071217\\_Storytelling\\_for\\_sustainable\\_development\\_in\\_rural\\_communities\\_An\\_alternative\\_approach](https://www.researchgate.net/publication/344071217_Storytelling_for_sustainable_development_in_rural_communities_An_alternative_approach)
- Mattali, S., & Indratno, I. (2022). Kajian Potensi Desa sebagai Aset dalam Pengembangan Desa Wisata Rawabogo. *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*. Retrieved from <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSURP/article/view/3133/1329>
- Mawasti, W., & Amalia, R. (2022). Integrasi Pendekatan Masalah Sosial dan Aset Komunitas dalam Memberdayakan Masyarakat Desa di Era 4.0. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4. Retrieved from <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.946>
- McClelland, A. G. (2018). Heritage and Value-Based Approach. In *The Encyclopedia of Archaeological Sciences* (pp. 1–5). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781119188230.saseas0291>
- Noviawati, E., & Galih, Y. S. (2019). Identifikasi Potensi Pemanfaatan Aset Desa Melalui Model Build Operate Transfer untuk Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(2). Retrieved from [https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=pNhJf0sAAAJ&citation\\_for\\_view=pNhJf0sAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=pNhJf0sAAAJ&citation_for_view=pNhJf0sAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC)
- Office for Coastal Management. (2018). Community Asset Mapping: Meeting Engagement Tool. *Noaa.Gov*. Retrieved from <https://coast.noaa.gov/data/digitalcoast/pdf/met-activities-community.pdf>
- Okoko, J. M., Tunison, S., & Walker, K. D. (2023). *Varieties of Qualitative Research Methods: Selected Contextual Perspectives*. Springer International Publishing.
- Rosfendik, R. (2022). Peran Artificial Intelligence di Era Society 5.0 dalam Mengelola Bisnis Digital: The Role of Artificial Intelligence in the Era Society 5.0 in Managing Business Digital. Retrieved from stekom.ac.id website: <https://sistem-komputer-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Mengenal-Society-5.0-dan-Penerapannya-dalam-Berbagai-Bidang/b27d827c3bccda45a80ce636911251e84105ce45>
- Srirejeki, K., Faturahman, A., Warsidi, W., Ulfah, P., & Herwiyanti, E. (2020). Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development. *Warta LPM*, 23(1). Retrieved from <https://journals.ums.ac.id/index.php/warta/article/view/8974>
- Turin, T., Shahid, M., & Vaska, M. (2019). Asset Mapping as a Tool for Identifying Resources in Community Health: A Methodological Overview. *Journal of Biomedical*

*Analytics*, 2(1). Retrieved from  
[https://www.researchgate.net/publication/330990084\\_Asset\\_Mapping\\_as\\_a\\_Tool\\_for\\_Identifying\\_Resources\\_in\\_Community\\_Health\\_A\\_Methodological\\_Overview](https://www.researchgate.net/publication/330990084_Asset_Mapping_as_a_Tool_for_Identifying_Resources_in_Community_Health_A_Methodological_Overview)

Yumna, O. R., Herman, M., & Qodariah, L. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pada UMKM yang Terdampak Pandemi Covid-19 di Kampung Purun Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan.*