

PEMBERDAYAAN BRANDING KWT DAN POTENSI WISATA DANAU KAOLIN MELALUI INTEGRASI DIGITAL MENUJU BISNIS LOKAL BERKELANJUTAN

Rizka Ramadina¹, Andini Eka Safitri², Dwi Herliasyah³, Elsa Damayanti⁴, Fivrenodi⁵, Herlinda⁶, Nur Asyifa 'Aini⁷, Puan Maharani⁸, Aji Kurbiyanto⁹, Siti Sarah¹⁰, Eka Altiarika¹¹

¹PGSD, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

²Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Bogor Raya, Indonesia

³Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

⁴Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Pontianak, Indonesia

⁵Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁶Teknik Elektro, Universitas Muhammadiyah Palembang, Indonesia

⁷Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

⁸PGSD, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁹KSDA, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

¹⁰Pendidikan Agama Islam, Universitas Prof. Dr. Hamka, Indonesia

rizkaramadina1000@gmail.com; andiens.eka@gmail.com; herlinasyahd974@gmail.com; 201220090@unmuhpnk.ac.id; nodhi178@gmail.com; hrlndao106@gmail.com; nur.asyifa.ainio1@gmail.com; puanmaharani764@gmail.com; aji.kurbiyanto@unmuhbabel.ac.id; sitisaro210@gmail.com; eka.altiarika@unmuhbabel.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Dalam Konteks ekonomi desa di era digital, identitas dan berkelanjutan bisnis menjadi unsur krusial. Artikel pengabdian ini mengeksplorasi dualisme pemberdayaan branding Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Nibung dan potensi wisata yang dimiliki oleh Danau Kaolin. Melalui penerapan teknologi dan strategi digital, branding KWT di revitalisasi untuk mencapai audiens yang lebih luas, sementara danau kaolin ditempatkan sebagai destinasi wisata premium yang mendukung keberlanjutan bisnis lokal. Integrasi digital yang dipaparkan dalam artikel ini meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan website, dan strategi pemasaran digital lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk memaksimalkan penjangkauan dan retensi pelanggan. Metode Kualitatif deskriptif digunakan untuk menjawab pengabdian ini. Dengan kerjasama yang erat antara KWT dan stake holder wisata, serta pemerintah setempat, upaya ini diharapkan dapat mengubah paradigma bisnis tradisional menuju model bisnis yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat identitas dan warisan budaya serta ciri khas wisata Desa Nibung.

Kata Kunci: *Ekonomi, Teknologi, Digital, KWT, Wisata*

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan potensi wisata menjadi lebih penting dari sebelumnya (Dahlan, 2017). Upaya untuk memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya lokal secara berkelanjutan menjadi kunci dalam membangun ekonomi yang kuat dan masyarakat yang sejahtera. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) (Hadining et al., 2023) dan potensi wisata Danau Kaolin merupakan contoh konkret dari inisiatif tersebut.

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan wadah pemberdayaan perempuan di bidang pertanian dan usaha skala kecil (Hadining et al., 2023). Melalui KWT, para perempuan dapat bersatu, berkolaborasi, dan meningkatkan kualitas produk pertanian atau kerajinan lokal (Sari & Altiarika, 2023). Namun, untuk mencapai pasar yang lebih luas, diperlukan strategi branding yang kuat agar produk-produk KWT dikenal dan dihargai baik di tingkat lokal maupun nasional (Zahreni & Handoyo, 2021). Pemanfaatan TIK dalam hal ini internet memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga peluang menembus ekspor sangat mungkin (Basry & Sari, 2018).

Disisi lain, potensi wisata Danau Kaolin juga merupakan aset berharga yang dapat mendukung pengembangan ekonomi local (Muizu et al., 2019). Namun, dalam mengembangkan dan mempromosikan wisata, diperlukan pendekatan yang berkelanjutan untuk melindungi lingkungan dan budaya lokal, serta memastikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat setempat (Safitri et al., 2021).

Integrasi teknologi digital menjadi salah satu kunci dalam pemberdayaan baik KWT maupun potensi wisata Danau Kaolin. Teknologi digital dapat membantu meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan pemasaran produk KWT melalui platform online (Anggraini et al., 2022). Di sisi lain, promosi wisata Danau Kaolin melalui media digital juga dapat menjangkau lebih banyak wisatawan potensial dengan cara yang efisien dan berdampak positif terhadap lingkungan (Anthony & Elsiana, 2022).

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk menjelajahi bagaimana pemberdayaan branding KWT dan potensi wisata Danau Kaolin melalui integrasi digital dapat berkontribusi pada pembangunan bisnis lokal yang berkelanjutan (Priowuntato et al., 2021). Dengan menerapkan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat teknologi digital untuk keberlanjutan bisnis lokal serta pelestarian lingkungan dan budaya setempat (Yafie et al., 2023).

Pemberdayaan UMKM Berbasis Potensi Alam dalam Menunjang Pengembangan Desa Wisata Taro Menuju Pariwisata Berkelanjutan. Oleh L.K. Herindiyah Kartika Yuni, Ni Nyoman Ardani, Maria Yati Bili, Teodesia Ika Kurnia. Artikel ini membahas tentang Desa Wisata Taro dikenal sebagai destinasi wisata dengan nuansa eco-spiritual yang menampilkan keindahan alam dan budaya. Meskipun populer, desa ini belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan wisatawan, terutama dalam hal belanja produk lokal. Pendekatan yang digunakan adalah *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, yang menekankan partisipasi masyarakat. Selama empat bulan, program pendampingan berkolaborasi dengan Indonesia *Chef Association*, mencakup pelatihan kewirausahaan, bahasa Inggris, CHSE, produksi, kemasan, dan pemasaran. Hasil dari program ini meliputi perubahan perilaku masyarakat, pengembangan produk KWT, pembentukan kemitraan, dan sinergi antara Bumdes dan KWT. Harapannya, program pemberdayaan ini akan berkelanjutan dan mendukung pembangunan desa wisata yang berkelanjutan (Yuni et al., 2023).

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital untuk Desa Wisata oleh Azmi Ali Yafie, Muhammad Ihsan Aulia Rahman. Artikel ini membahas Pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang mandiri dan berdaya dalam berbagai aspek kehidupan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan cara pemberdayaan masyarakat desa melalui pendekatan digital di beberapa desa di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif. Data utama dalam penelitian ini berasal dari artikel jurnal yang membahas pemberdayaan masyarakat desa melalui digital. Proses analisis data meliputi seleksi data, pengorganisasian data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat desa melalui digital adalah melalui digital marketing. Pendekatan ini dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pariwisata desa dan memasarkan produk desa ke audiens yang lebih luas (Yafie et al., 2023).

Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Berbasis Urban Farming di Kelurahan Malaka Sari dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga oleh Woro Harkandi Kencana, Meisyanti, Yunita Sari. Artikel ini membahas tentang upaya peningkatan sektor pertanian melalui dengan memaksimalkan pada pengolahan hasil panen dan bisnis catering. Beberapa tantangan yang dihadapi oleh KWT ini meliputi: jumlah anggota yang terbatas, belum optimalnya pemanfaatan lahan urban farming, keterbatasan pengetahuan anggota dalam manajemen bisnis, sistem pencatatan yang masih konvensional, serta kurangnya pemahaman tentang strategi komunikasi pemasaran. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan sosialisasi tentang keberadaan KWT dan manfaat urban farming. Selain itu, instalasi hidroponik diterapkan untuk meningkatkan potensi lahan urban farming. Pelatihan

manajemen bisnis juga diberikan untuk meningkatkan nilai ekonomis dari hasil panen dan produk olahan. Sistem pencatatan ditingkatkan dengan menggunakan aplikasi berbasis web, seperti Google Site, yang lebih efisien (Kencana et al., 2022).

Peningkatan Kapasitas Kelompok Wanita Tani Melalui Digital Marketing Dalam Memaksimalkan Hasil Tani Yang Berkelanjutan Pasca Pandemi oleh Muhammad Anzarach Pratama, Putri Irianti Sintaman, & Verawati. Artikel ini membahas Program Lumbung pangan dalam rangka membantu Kelompok Wanita Tani yang menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil pertaniannya. Pendampingan yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia mereka agar dapat memasarkan hasil tani dengan cara yang efektif, efisien, dan mandiri melalui Digital Marketing, terutama pasca pandemi (Pratama & Sintaman, 2022).

Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Di Tanggulangin Sidoarjo. Oleh Nanik Hariyana, G. Oka Warmana. Artikel ini membahas tentang program yang dirancang untuk memudahkan transfer pengetahuan tentang pengembangan produk, diversifikasi, dan desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik serta memperkuat branding. Tujuannya adalah untuk menarik konsumen lebih banyak dan memperluas pasar di luar. Metode yang digunakan meliputi: Focus Group Discussion (FGD), demonstrasi, dan pelatihan praktik. Hasil yang diharapkan dari program ini antara lain: 1) Peningkatan kualitas dan kuantitas produk, 2) Penerapan pemasaran online, 3) Peningkatan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, dan 4) Peningkatan manajemen usaha dengan pencatatan keuangan yang lebih baik (Hariyana & Warmana, 2023).

B. Metode Pelaksanaan

1. Profil Mitra

KWT Mentari merupakan Kelompok Wanita Tani yang bergerak dibidang pangan, hortikultura, peternakan dan perikanan yang memanfaatkan lahan “tidur” di areal pekarangan. KWT Mentari berada dibawah naungan Gapoktan Nibung Paku Bumi dan telah terdadar di SIMLUH Kementerian Pertanian RI. Yang mana berlokasi di Jl. Raya Toboali, Nibung, Kec. Koba, Kabupaten Bangka Tengah, Kepulauan Bangka Belitung. Dengan jumlah anggota sebanyak 60 orang yang diketuai oleh ibu Nurwati dan ketua PPL KWT Mentari yaitu bapak Heri. Sedangkan Danau Kaolin yang dikenal dengan nama Kulong Biru terletak di Desa Nibung Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah, berjarak ±60 Km dari Bandara Depati Amir dan sekitar ±15 Km dari Koba, Ibukota Kabupaten Bangka Tengah. Melalui jalur darat dapat ditempuh dalam ±60 Menit perjalanan dari Kota Pangkal Pinang. Sejak tahun 2016 lahan ini sudah jadi milik desa yang dikelola oleh BUMDes Nibung Jaya Abadi. Desa mengajukan permohonan untuk memperoleh lahan seluas 7,5 hektar. Penanggungjawab tempat pariwisata Danau Kaolin ini adalah bapak Ahoy.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan dalam penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif deskriptif yaitu mengumpulkan data-data dengan mewawancarai pihak yang terkait.

3. Periode Program

Periode program yang pelaksanaan program ini yaitu untuk KWT Mentari dilakukan pada tanggal 11 Agustus-14 Agustus 2023. Sedangkan untuk Danau Kaolin dilakukan pada tanggal 21 Agustus-24 Agustus 2023.

4. Langkah-langkah Pelaksanaan

a. Pra Kegiatan

Sebelum pengabdian berlangsung ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan. Untuk di KWT Mentari persiapan yang dilakukan yaitu berkordinasi dengan pihak KWT Mentari,

mendesain logo brand dan mendesain spanduk KWT Mentari serta mempersiapkan bahan keperluan untuk membuat gapura KWT Mentari. Sedangkan untuk di Danau Kaolin persiapan yang dilakukan yaitu berkordinasi dengan pihak Danau Kaolin, mendesain kerangka untuk spot foto yang akan dibuat, serta mempersiapkan bahan keperluan untuk pembuatan spot foto.

b. Kegiatan

Tabel 1. Tabel Kegiatan Pengabdian

No.	Tempat Pelaksanaan	Tanggal Pelaksanaan	Nama Kegiatan
1.	KWT Mentari	Jum'at, 11 Agustus 2023	- Penataan ulang mini greenhouse - Mengisi tanah ke polybag - Persiapan pembuatan gapura
2.		Senin, 14 Agustus 2023	- Penyelesaian pembuatan gapura
3.		Senin, 21 Agustus 2023	- Membersihkan sampah disekitar Danau Kaolin - Pembuatan kerangka untuk spot foto
4.	Danau Kaolin	Selasa, 22 Agustus 2023	- Melanjutkan pembuatan kerangka untuk spot foto
5.		Rabu, 23 Agustus 2023	- Melanjutkan pembuatan kerangka untuk spot foto - Membersihkan sampah disekitar Danau Kaolin

c. Monitoring dan Evaluasi

Dalam pengabdian ni kami melakukan monitoring kegiatan dengan mengobservasi ke lapangan secara langsung dan melakukan wawancara kepada pihak terkait. Kemudian kami juga melakukan evaluasi pada saat kegiatan berlangsung maupun pasca kegiatan. Pada saat kegiatan berlangsung kami mengevaluasi mengenai kondisi terkait yang ada di lapangan yaitu di KWT sendiri belum terdapat adanya gapura dan petunjuk arah menuju ke KWT Mentari yang menyebabkan orang dari luar daerah Desa Nibung yang akan datang kesulitan dalam mencari lokasi KWT Mentari. Sedangkan di Danau Kaolin kami mengevaluasi mengenai kurangnya spot foto yang menjadi daya Tarik wisatawan disana dan kurangnya kesadaran dalam membuang sampah pada tempatnya. Sehingga evaluasi pasca kegiatan yang kami lakukan di KWT Mentari sendiri dengan adanya program kerja yang kami laksanakan disana, dari pihak KWT sangat mendukung dan mengapresiasi. Sehingga program kerja dapat berjalan dengan lancar sebagaimana yang diharapkan. Dengan adanya pembuatan logo, gapura, dan instagram dapat membantu mempermudah dalam pengenalan brand KWT Mentari Desa Nibung. Kemudian evaluasi pasca kegiatan yang kami lakukan di Danau Kaolin, dari pihak Danau Kaolin sendiri juga sangat mendukung dan mengapresiasi adanya program kerja yang kami laksanakan disana. Dengan adanya pembuatan spot foto dapat menambah daya tarik dan keindahan wisata di Danau Kaolin.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kegiatan upgrading dan inovatif KWT Mentari Desa Nibung ini diadakan dengan tujuan untuk membantu mempekenalkan Branding KWT serta membentuk persepsi Masyarakat dan membangun rasa percaya, rasa cinta Masyarakat kepada brand yang dihasilkan oleh KWT (Kelompok Wanita Tani). Pada awal persiapan kegiatan ini dilakukan koordinasi

Bersama pihak KWT Mentari, serta dilanjutkan dengan mendesain logo brand dan mendesain spanduk KWT Mentari dan mempersiapkan bahan untuk membuat gapura KWT Mentari. Lalu setelah persiapan dilanjutkan dengan melakukan kegiatan ini yaitu Tim KKN MAs melakukan penataan ulang greenhouse, konsolidasi, dan lanjut membuat gapura sampai selesai. Adapun hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan Upgrading dan Inovatif KWT Mentari Desa Nibung tersebut disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan KWT

Waktu Kegiatan	Kegiatan	Monitoring dan Evaluasi	Dokumentasi
Jum'at, 11 Agustus 2023 Senin, 14 Agustus 2023	Upgrading dan inovatif		<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>1. Kondisi awal mini greenhouse</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>2. Konsolidasi</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>3. Konsolidasi Bersama Tim KKN Mas</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>4. Pembuatan gapura</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>5. Penataan Ulang polybag</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>6. Mengecat gapura</p> </div> </div>



7. Foto Bersama gapura selesai.



8. Proses pembuatan logo dan media sosial KWT Mentari.



9. Logo KWT Mentari.



10. media sosial Instagram KWT Mentari.

2. Kegiatan Kaolin Baru ini diadakan dengan tujuan untuk menambah spot foto yang ada di Danau Kaolin Desa Nibung serta memperkenalkan Danau Kaolin kepada masyarakat luas agar tertarik untuk berkunjung dan berwisata ke Danau Kaolin Desa Nibung. Awal persiapan kegiatan ini Tim KKN MAs melakukan koordinasi terkait kondisi yang ada di Danau Kaolin, lalu berdiskusi dan dilanjutkan dengan mulai membersihkan lingkungan sekitar Danau Kaolin lalu membuat spot foto yang ada di Danau Kaolin sampai selesai. Adapun hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan Kaolin Baru tersebut disajikan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Pelaksanaan Kegiatan Pembuatan Spot Foto Danau Kaolin

Waktu Kegiatan	Kegiatan	Monitoring dan Evaluasi	Dokumentasi
Senin, 21 Agustus 2023 Selasa, 22 Agustus 2023 Rabu, 23 Agustus 2023	Penambahan Spot Foto Danau Kaolin		
		1. Perancangan Spot Foto	2. Persiapan Spot Foto



3. Fiksasi lokasi spot foto yang akan dibuat



4. Proses Merancang Keangka Spot Foto



5. Proses pembuatan Plang KKNMas



6. Kegiatan Menjaga Kebersihan Lingkungan Area Danau Kaolin

3. Kegiatan Pengembangan Aplikasi Mobile Khusus Untuk Branding Dan Potensi Wisata sebagai bagian dari inisiatif "Pemberdayaan Branding KWT dan Potensi Wisata Danau Kaolin Melalui Integrasi Digital Menuju Bisnis Lokal yang Berkelanjutan", tim pengabdian memutuskan untuk mengembangkan sebuah aplikasi mobile yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan branding dan promosi dari KWT dan Danau Kaolin dengan alur berikut: 1). Konseptualisasi dan Perencanaan: Sebelum memulai pengembangan, tim melakukan serangkaian diskusi dengan stakeholder, termasuk anggota KWT dan pihak pengelola wisata Danau Kaolin, untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka. Hal ini membantu dalam merancang fitur-fitur utama aplikasi dan menentukan fungsionalitas yang paling penting; 2). Desain dan Prototipe: Berdasarkan masukan dari stakeholder, tim desain merancang antarmuka pengguna yang intuitif dan menarik. Prototipe awal aplikasi dibuat untuk memberikan gambaran visual dan fungsional dari aplikasi sebelum memulai pengembangan penuh; 3). Pengembangan: Dengan menggunakan platform pengembangan mobile yang sesuai, tim pengembang mulai membangun aplikasi dengan memastikan bahwa semua fitur berfungsi dengan baik dan sesuai dengan spesifikasi. Aplikasi ini dirancang untuk menjadi responsif, sehingga dapat digunakan dengan nyaman di berbagai ukuran layar perangkat mobile; 4). Pengujian: Sebelum peluncuran resmi, aplikasi diuji coba untuk memastikan tidak ada bug atau masalah teknis. Pengujian ini melibatkan beberapa anggota KWT dan pengunjung potensial Danau Kaolin

untuk mendapatkan masukan dari pengguna aktual; 5). Peluncuran dan Promosi: Setelah memastikan bahwa aplikasi berfungsi dengan sempurna, tim meluncurkannya di toko aplikasi utama. Selanjutnya, dilakukan serangkaian promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang aplikasi baru ini, termasuk melalui media sosial, seminar, dan workshop; 6). Pemeliharaan dan Peningkatan: Setelah peluncuran, tim terus memantau kinerja aplikasi dan menerima masukan dari pengguna untuk melakukan peningkatan dan pembaruan sesuai kebutuhan.

Aplikasi *mobile* ini tidak hanya memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi tentang produk KWT dan wisata Danau Kaolin, tetapi juga memberikan platform digital bagi KWT untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efektif. Dengan integrasi fitur seperti pemesanan online, ulasan pengguna, dan peta lokasi, aplikasi ini memastikan bahwa KWT dan Danau Kaolin dapat memaksimalkan potensi mereka dalam era digital saat ini.

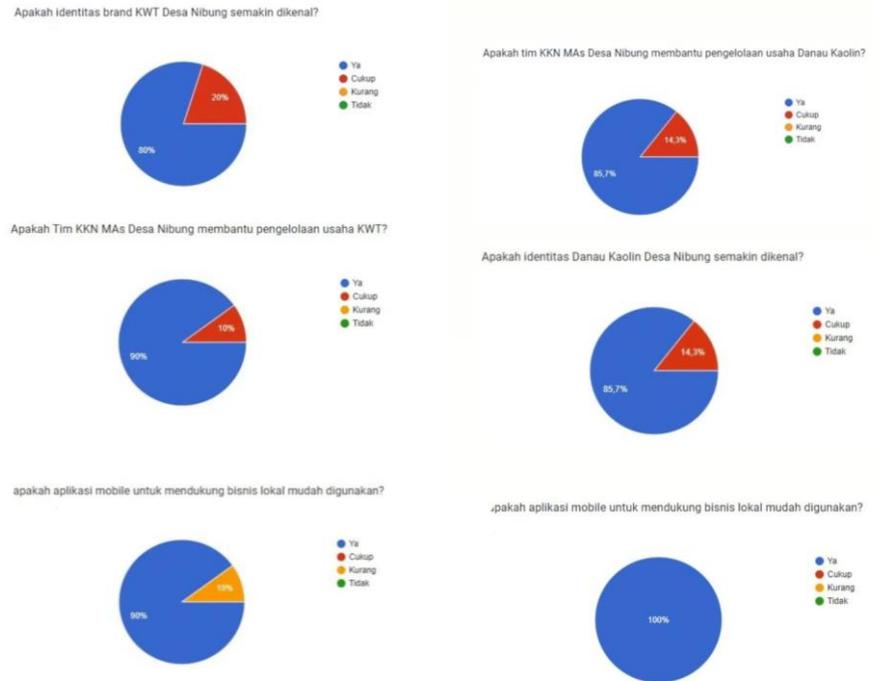


Gambar 1. Platform Digital Berbasis Aplikasi *Mobile*

2. Monitoring dan Evaluasi

Dalam upaya memastikan efektivitas dan dampak dari program "Pemberdayaan Branding KWT dan Potensi Wisata Danau Kaolin Melalui Integrasi Digital Menuju Bisnis Lokal yang Berkelanjutan", tim pengabdian telah menerapkan proses monitoring dan evaluasi yang ketat. Salah satu instrumen yang digunakan adalah angket, yang disebarakan kepada para peserta dan stakeholder terkait untuk mengukur respons dan persepsi mereka terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Hasil dari angket menunjukkan respons yang sangat positif, di mana 90% responden memberikan jawaban "Ya" pada sebagian besar pertanyaan, menandakan tingkat kepuasan dan penerimaan yang tinggi terhadap program yang dijalankan. Angka ini bukan hanya menunjukkan keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan, tetapi juga menegaskan bahwa pendekatan integrasi digital dalam pemberdayaan branding KWT dan promosi wisata Danau Kaolin telah sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat. Evaluasi ini menjadi

bukti konkret bahwa strategi yang diterapkan dalam program ini efektif dan relevan, serta memberikan landasan kuat untuk perencanaan dan penyempurnaan program serupa di masa mendatang.



Gambar 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

3. Kendala yang dihadapi

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Nibung, yang berfokus pada "Pemberdayaan Branding KWT dan Potensi Wisata Danau Kaolin Melalui Integrasi Digital Menuju Bisnis Lokal yang Berkelanjutan", masyarakat setempat telah memberikan dukungan dan antusiasme yang luar biasa.

4. Simpulan dan Saran

Kesimpulan:

Dalam era digital saat ini, pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan potensi wisata memegang peranan penting. Melalui integrasi digital, branding KWT di Desa Nibung dan potensi wisata Danau Kaolin dapat ditingkatkan untuk mendukung keberlanjutan bisnis lokal. Dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan, teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan pemasaran produk KWT serta promosi wisata Danau Kaolin. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan kerjasama yang erat antara KWT, stakeholder wisata, dan pemerintah setempat, bisnis lokal dapat berkembang dengan cara yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

Saran:

Saran dari pelaksanaan kegiatan ini adalah diharapkan 1) masyarakat dapat meningkatkan pelatihan dan edukasi bagi anggota KWT mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk; 2) Pemerintah setempat dapat memberikan dukungan lebih dalam bentuk fasilitas atau insentif bagi pengembangan wisata Danau Kaolin; 3) Peningkatan kesadaran masyarakat lokal mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, khususnya di area wisata; 4) Kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki jangkauan luas untuk mempromosikan Danau Kaolin dan produk KWT; dan 5) Mengembangkan program kerjasama dengan universitas atau lembaga penelitian untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengembangan potensi desa.

Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terma kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

- Anggraini, W. F., Susanto, T., & Ahmad, I. (2022). Sistem Informasi Pemasaran Hasil Kelompok Wanita Tani Desa Sungai Langka Menggunakan Metode Design Sprint. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTSI)*, 3(1), 34–40. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>.
- Anthony, B., & Elsiana, F. (2022). Ekowisata Danau Biru Bangka Tengah. *JURNAL EDIMENSI ARSITEKTUR*, X(1), 145–152. <https://www.mongabay.co.id/2016/04/03/yuk-belajar->
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81–86. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- Fashanah Hadining, A., Rukmayuninda Ririh, K., Latifa, U., & Rahmadewi, R. (2023). *Strategi E-Branding Dalam Rangka Penguatan Pemasaran Pada Kelompok Wanita Tani Tegal Sejahtera*. 7(2), 1049–1053.
- Hariyana, N., & Warmana, G. O. (2023). *Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM Di Tanggulangin Sidoarjo*.
- Kencana, W. H., Meisyanti, M., & Sari, Y. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Berbasis Urban Farming di Kelurahan Malaka Sari dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga. *Warta LPM*, 25(4), 433–443. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i4.1134>
- Muizu, W. O. Z., Sari, P. Y., & Handani, W. L. (2019). Peranan Kelompok Wanita Tani (KWT) Tali Wargi dalam Pemberdayaan Masyarakat di Desa Citali, Kabupaten Sumedang. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 151–164. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3593>.
- Pratama, M. A., & Sintaman, P. I. (2022). Peningkatan Kapasitas Kelompok Wanita Tani Melalui Digital Marketing Dalam Memaksimalkan Hasil Tani Yang Berkelanjutan Pasca Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Khatulistiwa*, 5(2), 105–109.
- Prijowuntato, S. W., Krissandi, A. D. S., & Nugroho, R. A. (2021). Pembuatan website sebagai Pengenalan Wisata Budaya di Desa Giring. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 33. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i01.p04>.

- Safitri, B. V., Maulida, N., & Miharja, D. L. (2021). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Organik pada Kelompok Sadar Wisata Desa Muncan-Lombok Tengah. *Journal of Community Development & Empowerment*, 2(3), 51–61. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v2i3.19>.
- Sari, W. P., & Altiarika, E. (2023). Pelatihan Pengolahan Limbah Botol menjadi Water Filtration dalam Mengatasi Kelangkaan Air Bersih. *Jurnal Pengabdian Kepada ...*, 4(1), 78–87. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/778><http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/778/602>.
- Yafie, A. A., I, M., & Rahman, hsan A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Digital untuk Desa Wisata. 6(2), 153–160.
- 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*, 9(1), 16–25. <https://doi.org/10.31940/bp.v9i1.16-25>
- Zahreni, S., & Handoyo, S. (2021). Pengembangan pola pikir kewirausahaan pada ibu-ibu ikbi ptpn xiv. 312–316.