

Optimalisasi dan Pemanfaatan Website Desa dalam Akselerasi Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Potensi Desa Mario

Andi Sumangelipu¹, Muzakkir², Syahida³, Zaenatul Afiat S⁴, Sinaria⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng

Abstrak

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sekitar 70% desa di Indonesia masih memiliki keterbatasan dalam akses informasi yang memadai. Dengan adanya website, informasi mengenai peluang usaha, produk unggulan, dan layanan publik dapat diakses dengan lebih mudah oleh masyarakat. Desa Mario, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo telah memiliki website sendiri melalui dukungan pemerintah, akan tetapi akses dan pemanfaatan website desa oleh masyarakat dalam peningkatan ekonomi terhitung belum optimal. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan agar meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya optimalisasi dan pemanfaatan website desa dalam akselerasi peningkatan ekonomi dan potensi desa. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi dengan metode penyuluhan kepada warga setempat dan pengelola website desa. Sosialisasi ini memberikan peningkatan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya pemanfaatan website desa dalam peningkatan ekonomi mereka serta memberikan peningkatan wawasan pengelolaan website desa bagi pengelola website.

Kata Kunci: *sosialisasi, website desa, peningkatan ekonomi, potensi desa*

Abstract

According to 2022 data from the Central Statistics Agency (BPS), approximately 70% of villages in Indonesia still have limited access to adequate information. A website makes information about business opportunities, superior products, and public services more easily accessible to the public. Mario Village, Tanasitolo District, Wajo Regency, already has its own website through government support, but community access and utilization of the village website for economic development are still suboptimal. This community service program aims to raise public awareness of the importance of optimizing and utilizing village websites to accelerate economic growth and village potential. This community service activity takes the form of outreach and counseling for local residents and village website managers. This outreach program increases community understanding of the importance of utilizing village websites for economic development and provides insight into village website management for website managers.

Keywords: *socialization, village website, economic development, village potential*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan ekonomi di tingkat desa. Website desa tidak hanya berfungsi

sebagai media informasi, tetapi juga sebagai platform untuk mempromosikan produk lokal, menarik investasi, dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, terdapat sekitar 74% desa di Indonesia yang telah memiliki akses internet, namun hanya 30% dari desa-desa tersebut yang memanfaatkan website sebagai sarana untuk pengembangan ekonomi (BPS, 2021). Hal ini menunjukkan adanya potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal.

Website desa merupakan alat yang sangat penting dalam memfasilitasi komunikasi antara pemerintah desa dan masyarakat. Dalam konteks pembangunan ekonomi lokal, website desa dapat menjadi sarana untuk menyebarluaskan informasi mengenai potensi ekonomi yang ada di desa tersebut. Website dapat menjadi alat pengembangan UMKM berbasis bisnis digital (Agus Purwanto, dkk., 2023; 2024). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sekitar 70% desa di Indonesia masih memiliki keterbatasan dalam akses informasi yang memadai. Dengan adanya website, informasi mengenai peluang usaha, produk unggulan, dan layanan publik dapat diakses dengan lebih mudah oleh masyarakat.

Selain itu, website desa juga dapat berfungsi sebagai platform pemasaran bagi produk lokal. Sebuah studi oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (2019) menunjukkan bahwa desa yang memiliki website mengalami peningkatan penjualan produk lokal hingga 30% dalam satu tahun. Contoh nyata dapat dilihat dari Desa Selo, yang memanfaatkan website untuk mempromosikan produk pertanian organik mereka. Hasilnya, produk tersebut tidak hanya laku di pasar lokal, tetapi juga berhasil menembus pasar nasional.

Website desa juga berperan dalam menarik investasi. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan transparan mengenai potensi desa, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi. Data dari Lembaga Penelitian Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia menunjukkan bahwa desa-desa yang aktif mengelola website dan media sosial mengalami peningkatan investasi sebesar 25% dibandingkan dengan desa yang tidak memiliki platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa optimasi website desa tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan.

Namun, untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan pemahaman yang baik mengenai pengelolaan website. Pelatihan bagi pengelola website desa perlu dilakukan agar mereka dapat mengelola konten dengan baik, serta memahami teknik *SEO (Search Engine Optimization)* untuk meningkatkan visibilitas website. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Universitas Gadjah Mada (2020), desa yang memiliki pengelola website yang terlatih mampu meningkatkan pengunjung website hingga 50% dalam waktu enam bulan. Ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pengembangan kapasitas sangat penting dalam optimalisasi website desa.

Secara keseluruhan, website desa memiliki potensi besar dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dan mempromosikan potensi desa. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, desa dapat mempercepat proses pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Andi Sumangelipu, dkk., 2023). Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah dan berbagai pihak terkait sangat diperlukan untuk mengoptimalkan pemanfaatan website desa.

Sosialisasi pemanfaatan website desa menjadi sangat penting agar masyarakat memahami manfaat dan cara menggunakan platform ini. Melalui sosialisasi yang efektif, masyarakat dapat belajar bagaimana cara memasarkan produk mereka secara online, mengelola informasi, dan berinteraksi dengan konsumen di luar daerah mereka.

Sebagai contoh, Desa Cibuntu di Jawa Barat telah berhasil meningkatkan pendapatan petani lokal melalui pemasaran online produk pertanian mereka, yang sebelumnya hanya dijual di pasar lokal (Kompas, 2022).

Namun, tantangan yang dihadapi dalam sosialisasi ini cukup besar. Banyak masyarakat desa yang masih minim pengetahuan tentang teknologi, serta kurangnya sumber daya manusia yang terampil dalam pengelolaan website. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan sektor swasta untuk memberikan pelatihan dan pendampingan. Menurut penelitian oleh Universitas Gadjah Mada, desa yang mendapatkan pelatihan digitalisasi dapat meningkatkan pendapatan masyarakat hingga 50% dalam waktu satu tahun (UGM, 2023).

Melihat pentingnya sosialisasi ini, pemerintah harus lebih proaktif dalam menyediakan program-program yang mendukung pengembangan website desa. Program ini tidak hanya harus fokus pada pembuatan website, tetapi juga mencakup pelatihan penggunaan, pengelolaan konten, dan strategi pemasaran digital. Dengan demikian, diharapkan masyarakat desa dapat lebih mandiri dan berdaya saing di pasar global.

Di samping itu, keberadaan website desa juga dapat menjadi sarana untuk mengumpulkan data dan informasi tentang potensi ekonomi lokal. Data ini sangat penting bagi perencanaan pembangunan desa yang lebih baik. Dengan memanfaatkan website, desa dapat melakukan survei secara online untuk mengetahui kebutuhan dan harapan masyarakat, sehingga program-program yang dijalankan lebih tepat sasaran. Ini adalah langkah awal yang krusial menuju peningkatan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat desa.

METODE

Artikel penelitian ini disusun dengan metode penulisan kualitatif yang terdiri dari sumber primer yang dinarasikan dari data dan dokumentasi dalam kegiatan sosialisasi Optimalisasi dan Pemanfaatan Website Desa dalam Akselerasi Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Potensi Desa Mario yang dilaksanakan pada Rabu, 27 Agustus 2025 di Desa Mario, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo yang bertempat di rumah salah satu warga yang menjadi posko KKN Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng. Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh warga masyarakat setempat dan pengelola website desa yang berjumlah 25 orang.

Metode sosialisasi melalui penyuluhan ini dilakukan untuk menyampaikan materi 1) Manfaat Website Desa dalam Pemasaran Produk Lokal, 2) Strategi Pengembangan Website Desa yang Efektif, 3) Peran Pemerintah dalam Mendukung Website Desa, 4) Tantangan dan Solusi dalam Pemanfaatan Website Desa.

PEMBAHASAN

Dalam kegiatan penelitian pengabdian masyarakat ini, sosialisasi dalam bentuk penyuluhan dengan mengangkat tema "*Optimalisasi dan Pemanfaatan Website Desa dalam Akselerasi Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Potensi Desa Mario*" yang dilaksanakan pada Rabu, 27 Agustus 2025 di Desa Mario, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo yang bertempat di rumah salah satu warga yang menjadi posko KKN Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng. Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh warga masyarakat setempat dan pengelola website desa yang berjumlah 25 orang.

Penyuluhan terkait tema tersebut, menyampaikan materi yang terkait dengan 1)

Manfaat Website Desa dalam Pemasaran Produk Lokal, 2) Strategi Pengembangan Website Desa yang Efektif, 3) Peran Pemerintah dalam Mendukung Website Desa, 4) Tantangan dan Solusi dalam Pemanfaatan Website Desa.



Gambar 1. Pemaparan Materi Sosialisasi Website Desa

Manfaat Website Desa dalam Pemasaran Produk Lokal

Sosialisasi situs web desa berperan penting dalam meningkatkan perekonomian desa dengan mempromosikan potensi pariwisata, seni, dan budaya lokal kepada khalayak yang lebih luas. Pendekatan digital ini tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan tetapi juga memperkuat kesadaran masyarakat akan strategi promosi digital, yang penting bagi pembangunan desa. Pengenalan dan pengelolaan situs web desa dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian daerah pedesaan dengan menyediakan platform untuk penyebaran informasi dan keterlibatan masyarakat. Berikut adalah aspek-aspek kunci bagaimana situs web desa dapat meningkatkan perekonomian desa.

1 Promosi Pariwisata dan Budaya Lokal

Situs web desa berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan pariwisata dan warisan budaya lokal, menarik lebih banyak pengunjung, dan mendorong perekonomian lokal. Misalnya, peluncuran situs web desa di Kalibaru berhasil meningkatkan kesadaran dan kunjungan wisatawan dengan menampilkan potensi pariwisata desa (Wijonarko dkk., 2024).

Di Desa Pardinggaran, upaya sosialisasi yang bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan situs web telah dimulai untuk meningkatkan promosi pariwisata dan produk lokal, mengatasi kurangnya eksposur yang menghambat pengembangan pariwisata (Simbolon dkk., t.t.).

2 Pengembangan Ekonomi melalui BUMdes

Pengembangan situs web desa, seperti yang terlihat di Desa Cipta Karya, memfasilitasi pengelolaan dan promosi Badan Usaha Milik Desa (BUMdes), yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian desa. Situs web ini menyediakan platform untuk berbagi informasi tentang kegiatan desa dan potensi objek wisata (Yuliana dkk., 2022).

3 Peningkatan Ekonomi Kreatif

Di Desa Genengan, pemanfaatan situs web sebagai salah satu bentuk ekonomi kreatif telah ditekankan, yang menyoroti pentingnya platform digital dalam

meningkatkan potensi dan kegiatan ekonomi desa (Rohman dkk., 2023).

4 Partisipasi dan Keterlibatan Masyarakat

Situs web desa juga berperan penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Di Desa Batur, ditemukan korelasi positif antara penggunaan situs web dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan desa, yang menunjukkan bahwa situs web dapat meningkatkan transparansi dan keterlibatan dalam program pembangunan (Susano & Rachmawati, 2024).

Website desa memiliki peran penting dalam pemasaran produk lokal. Dengan adanya website, produk-produk unggulan desa seperti kerajinan tangan, makanan khas, dan hasil pertanian dapat dipromosikan secara luas. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, desa yang memiliki website mampu menjangkau konsumen hingga 3 kali lipat lebih banyak dibandingkan desa yang tidak memiliki website (Kemenkop UKM, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran online dapat membuka peluang pasar yang lebih besar bagi produk lokal.



Gambar 1. Pemaparan Materi Sosilisasi Website Desa

Selain itu, website desa dapat menjadi platform untuk berbagi informasi tentang acara-acara lokal, festival, dan kegiatan komunitas lainnya. Dengan menginformasikan masyarakat dan pengunjung tentang kegiatan tersebut, desa dapat menarik lebih banyak wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan perekonomian lokal. Data dari Asosiasi Pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa desa yang aktif mempromosikan acara lokal melalui website dapat meningkatkan kunjungan wisatawan hingga 40% (APINDO, 2023).

Namun, untuk memaksimalkan manfaat ini, penting bagi desa untuk memiliki konten yang menarik dan informatif di website mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan melibatkan masyarakat dalam pembuatan konten, seperti cerita tentang produk, proses produksi, dan testimoni dari konsumen. Dengan cara ini, website tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi bagi pengunjung.

Dalam konteks pemasaran, analisis data pengunjung website juga sangat penting. Dengan memahami siapa yang mengunjungi website, produk apa yang paling diminati, dan dari mana asal pengunjung, desa dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa produk lokal dapat

bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Strategi Pengembangan Website Desa yang Efektif

Pengembangan website desa yang efektif memerlukan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Salah satu langkah awal yang perlu dilakukan adalah melakukan analisis kebutuhan masyarakat. Menurut penelitian oleh Center for Digital Society (2021), 65% masyarakat desa tidak mengetahui informasi yang mereka butuhkan terkait pengembangan ekonomi. Oleh karena itu, pengelola website perlu melakukan survei untuk memahami apa yang menjadi kebutuhan masyarakat, serta informasi apa yang paling relevan untuk disajikan di website.



Gambar 3. Website Desa Mario

Setelah analisis kebutuhan dilakukan, langkah selanjutnya adalah merancang konten yang informatif dan menarik. Konten yang baik adalah konten yang dapat menjawab pertanyaan dan kebutuhan masyarakat. Misalnya, website desa dapat menyajikan artikel tentang cara memulai usaha kecil, tips pertanian yang efisien, atau informasi tentang program bantuan pemerintah. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa website dengan konten yang berkualitas tinggi mampu menarik pengunjung lebih banyak, sehingga meningkatkan peluang interaksi dan partisipasi masyarakat.

Selain itu, penting untuk mengintegrasikan website dengan media sosial. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu platform utama untuk menyebarkan informasi. Menurut laporan We Are Social (2022), lebih dari 50% pengguna internet di Indonesia aktif di media sosial. Dengan menghubungkan website desa dengan platform media sosial, informasi dapat disebarluaskan dengan lebih cepat dan luas. Contohnya, Desa Cibiru di Bandung yang berhasil meningkatkan kunjungan ke website mereka melalui kampanye media sosial yang terencana.

Pengelolaan website juga perlu dilakukan secara rutin. Pembaruan konten secara berkala sangat penting untuk menjaga relevansi informasi yang disajikan. Sebuah studi oleh Universitas Diponegoro (2020) menunjukkan bahwa website yang diperbarui secara rutin memiliki tingkat kunjungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak diperbarui. Oleh karena itu, pengelola website desa harus memiliki jadwal dan rencana kerja yang jelas untuk melakukan pembaruan konten.

Terakhir, evaluasi dan *feedback* dari masyarakat juga merupakan bagian penting dalam pengembangan website desa. Dengan meminta masukan dari pengguna, pengelola dapat mengetahui apa yang perlu diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut. Data dari World Bank (2021) menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam evaluasi program dapat meningkatkan efektivitas program tersebut hingga 40%. Oleh karena itu, penting bagi pengelola website untuk membangun saluran komunikasi yang baik dengan masyarakat agar pengembangan website dapat berjalan sesuai harapan.

Peran Pemerintah dalam Mendukung Website Desa

Pemerintah memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung pengembangan website desa. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menyediakan anggaran khusus untuk pengembangan infrastruktur digital di desa. Menurut laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, investasi dalam infrastruktur digital di desa dapat meningkatkan akses internet hingga 80% dalam waktu lima tahun (Kominfo, 2022). Ini akan memudahkan desa dalam mengembangkan website mereka.



Gambar 4. Keterlibatan Pemerintah dalam Sosialisasi Website Desa

Pemerintah juga perlu memberikan pelatihan dan edukasi kepada masyarakat desa tentang cara mengelola website. Program pelatihan ini harus mencakup berbagai aspek, mulai dari pembuatan konten, pemasaran digital, hingga analisis data. Dengan adanya pelatihan yang memadai, masyarakat desa akan lebih siap untuk memanfaatkan website sebagai alat untuk meningkatkan ekonomi mereka.

Selain itu, pemerintah juga dapat menjalin kemitraan dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan untuk mendukung pengembangan website desa. Misalnya, kolaborasi dengan universitas untuk melakukan penelitian dan pengembangan aplikasi yang dapat digunakan oleh desa untuk meningkatkan pemasaran produk lokal. Hal ini tidak hanya akan memberikan solusi praktis, tetapi juga membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat dalam pengabdian masyarakat.

Pentingnya dukungan pemerintah juga terlihat dalam regulasi yang mendukung pengembangan ekonomi digital di desa. Dengan adanya regulasi yang jelas, pelaku usaha di desa akan merasa lebih aman untuk berinvestasi dalam pengembangan website dan pemasaran online. Sebagai contoh, pemerintah dapat memberikan insentif pajak bagi usaha kecil yang memanfaatkan teknologi digital dalam operasional mereka.

Terakhir, evaluasi dan monitoring terhadap program-program yang telah dijalankan juga sangat penting. Pemerintah perlu melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui efektivitas dari program sosialisasi dan pengembangan website desa.

Dengan melakukan evaluasi, pemerintah dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian program yang lebih baik di masa depan.

Tantangan dan Solusi dalam Pemanfaatan Website Desa

Meskipun potensi manfaat situs web desa cukup signifikan, tantangan seperti aksesibilitas teknologi dan kesadaran masyarakat perlu diatasi. Tindakan proaktif oleh pejabat desa untuk mendidik dan melibatkan masyarakat dapat lebih meningkatkan efektivitas platform digital ini dalam mempromosikan pembangunan ekonomi (Susano & Rachmawati, 2024).

Rendahnya tingkat literasi digital di kalangan masyarakat desa. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hanya 35% masyarakat desa yang memiliki keterampilan dasar dalam menggunakan internet (APJII, 2021). Hal ini menjadi penghalang besar bagi pemanfaatan website desa.



Gambar 4. Panitia Pelaksana Sosialisasi Website Desa

Untuk mengatasi tantangan ini, sosialisasi dan pelatihan yang berkelanjutan sangat diperlukan. Pemerintah dan LSM harus bekerja sama untuk menyelenggarakan program pelatihan yang tidak hanya fokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga pada pengembangan keterampilan bisnis. Dengan meningkatkan literasi digital, masyarakat desa akan lebih mampu memanfaatkan website untuk kepentingan ekonomi mereka.

Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan akses internet yang masih menjadi masalah di beberapa daerah. Meskipun sudah ada peningkatan akses internet di banyak desa, masih banyak desa yang terisolasi dan sulit dijangkau jaringan. Oleh karena itu, pemerintah perlu berinvestasi lebih banyak dalam infrastruktur internet, termasuk penyediaan jaringan seluler dan akses *Wi-Fi* publik di lokasi strategis.

Selain itu, konten yang relevan dan menarik juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak website desa yang kurang menarik karena tidak memiliki konten yang up-to-date atau tidak sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Untuk mengatasi hal ini, desa perlu melibatkan masyarakat dalam pembuatan konten dan melakukan pembaruan secara berkala. Dengan melibatkan masyarakat, konten yang dihasilkan akan lebih autentik dan menarik bagi pengunjung.

Akhirnya, tantangan dalam hal pemasaran juga perlu diatasi. Masyarakat desa sering kali tidak memiliki pengetahuan tentang strategi pemasaran digital yang efektif. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan tentang pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial, *SEO* (*Search Engine Optimization*), dan iklan online.

Dengan pengetahuan ini, masyarakat desa dapat lebih efektif dalam memasarkan produk mereka secara online.

SIMPULAN

Pemanfaatan website desa memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan ekonomi desa. Melalui sosialisasi yang tepat, dukungan pemerintah, dan peningkatan literasi digital, masyarakat desa dapat memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk lokal dan meningkatkan pendapatan. Namun, tantangan dalam hal akses, konten, dan pemasaran harus diatasi agar pemanfaatan website desa dapat berjalan dengan efektif.

Sosialisasi dalam bentuk penyuluhan tentang *“Optimalisasi dan Pemanfaatan Website Desa dalam Akselerasi Peningkatan Ekonomi Masyarakat dan Potensi Desa Mario”* di Desa Mario, Kecamatan Majauleng, Kabupaten Wajo telah memberikan peningkatan pemahaman pentingnya pemanfaatan website desa bagi ekonomi serta peningkatan wawasan pengelolaan website desa bagi pengelola website.

Rekomendasi untuk pemerintah adalah untuk lebih proaktif dalam mendukung pengembangan website desa melalui pelatihan, investasi infrastruktur, dan regulasi yang mendukung. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk terlibat dalam proses pengembangan dan pengelolaan website, sehingga mereka dapat merasakan manfaat langsung dari teknologi ini.

Dengan langkah-langkah yang tepat, diharapkan website desa dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan ekonomi desa, menciptakan lapangan kerja, dan memberdayakan masyarakat. Ini adalah langkah penting menuju pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif di tingkat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto. (2023). Sosialisasi Ekonomi Kreatif dan Pengembangan UMKM Berbasis Bisnis Digital di Mario, Tanasitolo, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 16–21. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/63>.
- Agus Purwanto, Andi Sumangelipu, Suharjum, & Andi Besse Nurul Adha. (2024). Technology-Based MSME Marketing in Sompe Village, Sabbangparu District, Wajo Regency. *Compile Journal of Society Service*, 2(1), 78–83. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/114>.
- Andi Sumangelipu, Sitti Maryam, Andi Bau Salman, Rahmi Rustam, & Agustiani Agusta. (2023). Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Pada Era Digitalisasi di Paria, Majauleng, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 1–9. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/61>.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). *Survei Pengguna Internet*. Jakarta: APJII.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Statistik Desa*. Jakarta: BPS
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Desa*. Jakarta: BPS
- Center for Digital Society. (2021). *Analisis Kebutuhan Masyarakat Desa*. Jakarta: CDS.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2019).

- Laporan Penelitian Peningkatan Ekonomi Desa*. Jakarta: Kementerian DPDTT.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). (2022). *Laporan Infrastruktur Digital*. Jakarta: Kemenkominfo.
- Lembaga Penelitian Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia. (2020). *Pengaruh Website Desa terhadap Investasi*. Jakarta: LPEM.
- Muzakkir, Akbar, & Besse Adhemenna Putri. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Terhadap Pemasaran Produk Melalui Media Sosial di Kelurahan Baru Tancung Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 10–15. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/62>.
- Rohman, M., Fadilah Fadilah, M. I., Rudita, D. D., Malik, A., & Iskandar, M. (2023). Meningkatkan Potensi Desa melalui pemanfaatan Website Desa Sebagai Wujud Ekonomi Kreatif Desa Genengan Kecamatan Doko Kabupaten Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa*, 4(3), 208–216. <https://doi.org/10.58401/jpmd.v4i3.1058>
- Simbolon, I., Dharma, A. S., Sihombing, T. H., Aruan, N. M., Sembiring, A. D. S., Sirait, E. H., Simbolon, W. D. A., & Lestari, E. A. (n.d.). *Socialization of Village Website Management in Pardinggaran Village*. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i2.16509>.
- Susano, A., & Rachmawati, M. (2024). The Role of Village Websites in Increasing Community Participation: A Case Study of Batur Village, Semarang Regency. *Return*, 3(12), 972–979. <https://doi.org/10.57096/return.v3i12.297>.
- Universitas Diponegoro. (2020). *Pengelolaan Konten Website Desa*. Semarang: Undip
- Universitas Gadjah Mada (UGM). (2023). *Penelitian tentang Digitalisasi di Desa*. Yogyakarta: UGM.
- Universitas Gadjah Mada. (2020). *Optimalisasi Website Desa untuk Pembangunan Ekonomi*. Yogyakarta: UGM
- We Are Social. (2022). *Laporan Pengguna Media Sosial di Indonesia*.
- Wijonarko, P., Cahya, R. D., Purnomo, B. A., Iswanto, W., Burhanudin, B., & Akbar, R. (2024). Pengenalan Website sebagai Media Informasi dan Promosi Desa. *Deleted Journal*, 2(4), 198–208. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.865>.
- World Bank. (2021). *Evaluasi Partisipasi Masyarakat dalam Program Pembangunan*.
- Yuliana, Y., Thomas, S., & Priadana, A. (2022). Pengembangan Website Untuk Pengelolaan Bumdes Desa Cipta Karya, Bengkayang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 39–44. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1200>.