

Sosialisasi UMKM Desa Sukamurni melalui Portal Wisata Industri Sarana Promosi Ekonomi dan Pariwisata Kabupaten Bekasi

Socialization of MSMEs in Sukamurni Village through the Industrial Tourism Portal as a Means of Promoting the Economy and Tourism in Bekasi Regency

Abdulloh kafabbih^{1*}, Fajar Prihesnanto², Setyo Supratno³, Rika Sylviana⁴

¹⁻⁴ Universitas Islam 45 Bekasi, Bekasi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: abdullahkaffabi@gmail.com¹

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 12 Agustus, 2025;

Revisi: 28 Agustus, 2025;

Diterima: 29 September, 2025;

Terbit: 02 Oktober, 2025

Keywords: Creative Economy; Industrial Tourism Portal; MSME; Sukamurni Village; Village Tourism.

Abstract: The advancement of digital technology plays a crucial role in fostering regional economic growth and tourism. Bekasi Regency, recognized as Indonesia's largest industrial area, has vast potential to develop its tourism sector and creative economy. However, limited public understanding of digital utilization remains a major challenge, particularly in promoting village potential and local products in Sukamurni. To address this issue, and the socialization of the Industrial Tourism Portal was carried out to improve community skills and awareness of technology as an effective promotional tool. The program adopted a participatory approach through counseling, training, and direct practice, enabling active engagement of participants throughout the process. The residents of Sukamurni Village became the main actors in using the portal to highlight local tourism and broaden the market reach of MSME products. The outcomes indicated that participants not only gained theoretical knowledge but also practical competence in accessing and applying portal features effectively. Moreover, the activity successfully raised awareness of the significance of digitalization in enhancing business competitiveness and long-term sustainability. With this important initiative, and Sukamurni Village is expected to strengthen its position as an innovative, productive, and technology-adaptive tourism village, while also actively supporting sustainable community welfare and inclusive regional development.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi serta pariwisata daerah. Kabupaten Bekasi yang dikenal sebagai kawasan industri terbesar di Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, namun masih menghadapi tantangan berupa rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini membuat promosi potensi desa dan produk lokal di Sukamurni belum berjalan maksimal. Melalui kegiatan sosialisasi portal wisata industri, masyarakat diberikan kesempatan untuk meningkatkan keterampilan digital sekaligus serta memahami manfaat teknologi sebagai sarana promosi yang lebih efektif. Program sosialisasi ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, mencakup penyuluhan, pelatihan, serta praktik langsung sehingga proses pada peserta dapat berjalan dan terlibat aktif dalam setiap tahap kegiatan. Masyarakat Desa Sukamurni menjadi aktor utama yang memanfaatkan portal untuk mengembangkan pariwisata lokal serta memperluas jangkauan produk UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh wawasan baru, tetapi juga mendapatkan keterampilan praktis dalam mengakses fitur-fitur portal wisata industri Kabupaten Bekasi. Lebih jauh, kegiatan ini membangkitkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya digitalisasi untuk mendukung daya saing usaha era modern. Dengan adanya pelatihan ini di Desa Sukamurni memiliki peluang untuk membangun citra sebagai desa wisata yang inovatif, produktif, dan adaptif masyarakat terhadap perkembangan teknologi sekaligus mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Desa Sukamurni; Ekonomi Kreatif; Pariwisata Desa; Portal Wisata Industri; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Bekasi di Provinsi Jawa Barat selama ini identik dengan kawasan industri terbesar di Indonesia (BPS Kabupaten Bekasi, 2023). Namun, di balik dominasi sektor industri, Kabupaten Bekasi juga menyimpan potensi lain yang jarang terekspos, yaitu pariwisata berbasis industri (Kemenparekraf, 2022). Konsep wisata ini menawarkan daya tarik edukatif karena memberikan pengalaman langsung mengenai proses produksi, pengelolaan perusahaan, serta kontribusi industri terhadap perekonomian daerah (Setyawan, 2021). Dengan demikian, wisatawan tidak hanya memperoleh hiburan, tetapi juga wawasan baru yang bermanfaat (Rahman, 2020).

Potensi besar tersebut mendorong Pemerintah Kabupaten Bekasi melalui Dinas Pariwisata bersama Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfoantik) meluncurkan Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi (Diskominfoantik, 2023). Portal ini merupakan inovasi digital untuk mendukung promosi pariwisata sekaligus memperluas akses informasi bagi masyarakat dan wisatawan (Hidayat, 2023). Berbagai fitur tersedia di dalamnya, antara lain informasi destinasi wisata industri, rekomendasi kuliner melalui kanal makan dimana, layanan akomodasi pada kanal nginep dimana, pilihan agen perjalanan melalui fitur cari travel agent, serta kanal komunikasi publik hubungi kami yang memungkinkan interaksi langsung antara pengguna dan pengelola (Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi, 2023).

Meskipun fasilitas digital ini sudah diluncurkan, pemanfaatannya oleh masyarakat, khususnya di Desa Sukamurni, masih tergolong rendah (Sari, 2023). Sebagian besar warga belum mengetahui keberadaan portal, sehingga promosi masih dilakukan secara manual dengan jangkauan terbatas (Putri, 2023). Pelaku UMKM desa pun belum memanfaatkan portal ini untuk memperluas pasar produk lokal (Astuti, 2022). Permasalahan utama dapat dirangkum dalam beberapa aspek, yaitu rendahnya literasi digital masyarakat, keterbatasan strategi pemasaran berbasis daring, belum adanya integrasi UMKM dengan ekosistem pariwisata modern, serta minimnya pendampingan terkait pemanfaatan portal secara optimal (Yusuf, 2021). Padahal, peluang ekonomi melalui digitalisasi pariwisata sangat besar (*World Tourism Organization*, 2021). Portal wisata yang disediakan pemerintah bersifat gratis, resmi, dan aman digunakan oleh masyarakat desa (Diskominfoantik, 2023). Jika dioptimalkan, portal ini dapat menjadi sarana promosi digital yang efektif, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kunjungan wisatawan (Hidayat, 2023). Dampaknya tidak hanya terbatas pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga pada berkembangnya sektor kuliner, meningkatnya kebutuhan akomodasi, hingga bertambahnya daya saing produk lokal (Rahman, 2020).

Selain itu, digitalisasi pariwisata sejalan dengan tren global yang menuntut promosi berbasis teknologi informasi (UNWTO, 2022). Melalui keterhubungan digital, Desa Sukamurni berpeluang dikenal lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional (Astuti, 2022). Produk lokal yang sebelumnya hanya beredar terbatas kini berpotensi menjangkau konsumen yang lebih beragam (Putri, 2023). Sinergi antara UMKM, masyarakat, dan pemerintah melalui portal wisata diharapkan dapat mendorong lahirnya ekosistem pariwisata modern, inklusif, dan berkelanjutan (Yusuf, 2021). Untuk mewujudkan hal tersebut, sosialisasi dan pelatihan menjadi langkah awal yang penting (Kemenparekraf, 2022). Sosialisasi ditujukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai fungsi portal, sedangkan pelatihan berfokus pada keterampilan praktis seperti pembuatan konten digital, pemanfaatan fitur portal, dan strategi pemasaran daring (Sari, 2023). Pendampingan yang berkesinambungan akan membantu masyarakat mengatasi hambatan teknis sekaligus menumbuhkan rasa percaya diri dalam menggunakan teknologi (World Bank, 2021).

Kegiatan ini juga mendukung program pemerintah Kabupaten Bekasi yang menekankan pengembangan sektor pariwisata berbasis ekonomi kreatif (Diskominfosantik, 2023). Upaya digitalisasi sejalan dengan visi daerah menjadikan desa sebagai pusat pertumbuhan ekonomi baru (BPS Kabupaten Bekasi, 2023). Dengan pemanfaatan teknologi, Desa Sukamurni tidak hanya diposisikan sebagai objek wisata, tetapi juga sebagai subjek aktif dalam membangun citra pariwisata Kabupaten Bekasi (Hidayat, 2023). Jika dimaksimalkan, pemanfaatan portal akan memberi dampak ganda. Dari sisi sosial, masyarakat memperoleh kesempatan meningkatkan literasi digital (Yusuf, 2021). Dari sisi ekonomi, UMKM desa dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan (Astuti, 2022). Dari sisi pemerintah, keberhasilan program ini dapat dijadikan model percontohan bagi desa-desa lain (Kemenparekraf, 2022).

Dengan demikian, keberadaan Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi bukan hanya sarana informasi, melainkan instrumen strategis dalam pembangunan ekonomi desa (Diskominfosantik, 2023). Keberhasilan program sangat bergantung pada kolaborasi pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha lokal (Putri, 2023). Apabila kerja sama ini dijalankan secara konsisten, Desa Sukamurni berpotensi menjadi contoh sukses penerapan digitalisasi pariwisata yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat citra Kabupaten Bekasi sebagai kawasan industri dengan daya tarik wisata berbasis edukasi dan teknologi (Kemenparekraf, 2022).

2. METODE

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memadukan teori dan praktik sehingga memberikan manfaat ganda, yaitu peningkatan pengetahuan sekaligus keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh masyarakat. Tahap awal program dimulai dengan kegiatan observasi untuk memetakan kondisi lapangan, mengenali hambatan yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang sesuai dengan kebutuhan warga desa.

Setelah proses pemetaan, dilakukan penyusunan rencana kerja yang melibatkan perangkat desa dengan cakupan koordinasi mengenai materi yang akan disampaikan, penyiapan media sosialisasi, serta penentuan peserta agar kegiatan berjalan efektif dan terarah. Selanjutnya dilaksanakan kunjungan langsung ke Desa Sukamurni dengan tujuan menggali potensi lokal, mengidentifikasi usaha mikro kecil yang berkembang, serta menilai kesiapan masyarakat dalam menerima inovasi berbasis digital. Hasil temuan lapangan menjadi dasar pelaksanaan kegiatan inti berupa sosialisasi Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi melalui aplikasi Bebungge yang dapat diakses secara resmi di <https://bebungge.bekasikab.go.id>.

Pada sesi sosialisasi ini, masyarakat diperkenalkan pada berbagai fitur yang tersedia, mulai dari informasi destinasi wisata, rekomendasi kuliner, pilihan akomodasi, hingga kanal komunikasi publik. Proses pembelajaran dikemas dalam bentuk pemaparan materi, diskusi interaktif, dan praktik langsung, sehingga peserta tidak hanya memahami manfaat portal tetapi juga terampil dalam penggunaannya.

Tahap berikutnya adalah pengolahan data hasil kegiatan, yang diperoleh melalui pengamatan, interaksi, dan praktik peserta selama sosialisasi. Data tersebut dianalisis secara deskriptif untuk menilai tingkat pemahaman, perubahan perilaku digital, serta efektivitas program dalam mendukung promosi produk lokal. Hasil analisis kemudian disusun dalam bentuk laporan ilmiah yang sekaligus menjadi dokumentasi kegiatan dalam bentuk jurnal.

Tabel 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

NO	Kegiatan	Pelaksanaan	Lokasi
1.	Observasi	13-17 Agustus 2025	UNISMA
2.	Perencanaan Program	18-20 Agustus 2025	Desa Sukamurni
3.	Survei kedesas Sukamurni	21 Agustus 2025	Desa Sukamurni
4.	Sosialisasi tentang portal wisata industri Kabupaten Bekasi	7 September 2025	Desa Sukamurni
5.	Penyusunan data hasil sosialisasi	8-13 September 2025	Desa Sukamurni
6.	Penyerahan Hasil Sosialisasi dalam bentuk jurnal	15 September 2025	Desa Sukamurni

3. HASIL PELAKSANAAN PROGRAM

Awal kegiatan sosialisasi diawali dengan koordinasi bersama Kepala Desa Sukamurni untuk memperkenalkan tujuan program serta menjelaskan rencana pelaksanaan secara menyeluruh. Pertemuan berlangsung dalam suasana hangat, dimana dijelaskan bahwa kegiatan ini bersifat individu dan berfokus pada upaya memperkenalkan serta memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai Bebunge, yaitu aplikasi resmi dari Pemerintah Kabupaten Bekasi yang telah terintegrasi dengan Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi. Dalam pertemuan tersebut, Kepala Desa menyampaikan bahwa sebagian besar pelaku UMKM maupun masyarakat belum mengetahui keberadaan aplikasi Bebunge, baik dalam bentuk aplikasi seluler maupun portal website resmi. Padahal, aplikasi ini dirancang sebagai salah satu inovasi digital untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi desa, layanan publik, hingga promosi produk UMKM.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 1. Koordinasi awal dengan Kepala Desa Sukamurni

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa metode pemasaran yang digunakan pelaku UMKM selama ini masih bersifat konvensional. Beberapa hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, mengikuti bazar desa, atau menggunakan media sosial sederhana seperti WhatsApp dan Facebook. Pola pemasaran ini tentu memiliki keterbatasan karena jangkauan pasar menjadi sangat terbatas dan tidak mampu menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Kondisi ini sejalan dengan pendapat (Setyawan et al. 2022) yang menegaskan bahwa rendahnya literasi digital di kalangan UMKM pedesaan menjadi kendala utama dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk. Tahapan berikutnya berupa sosialisasi langsung kepada pelaku UMKM.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 2. Diskusi dengan Masyarakat Desa Sukamurni

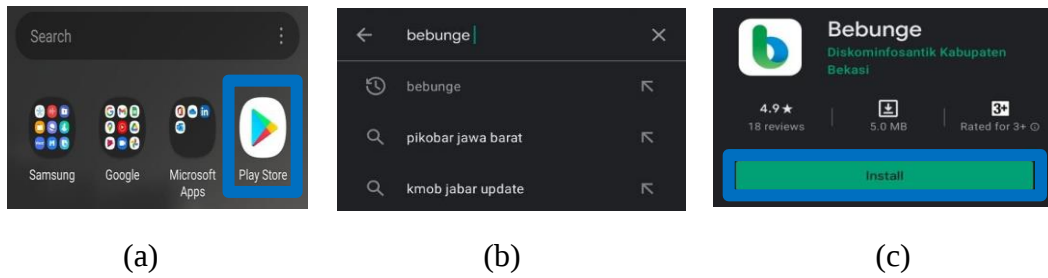
Pada tahap ini, dilakukan wawancara singkat untuk menggali pemahaman masyarakat mengenai portal wisata maupun aplikasi digital daerah. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami fungsi, tujuan, dan manfaat aplikasi tersebut. Beberapa tanggapan yang muncul antara lain: “Belum pernah mendengar aplikasi Bebunge, biasanya hanya menjual secara langsung di sekitar rumah atau bazar desa.” serta “Kurang paham, biasanya hanya memanfaatkan WhatsApp untuk menawarkan barang.” Temuan ini mempertegas pendapat yang menyatakan bahwa keterbatasan pengetahuan digital merupakan hambatan serius bagi UMKM untuk mengembangkan usaha secara lebih luas, bahkan ketika pemerintah daerah sudah menyediakan sarana pendukung (Rahmawati dan Nugroho.,2023).



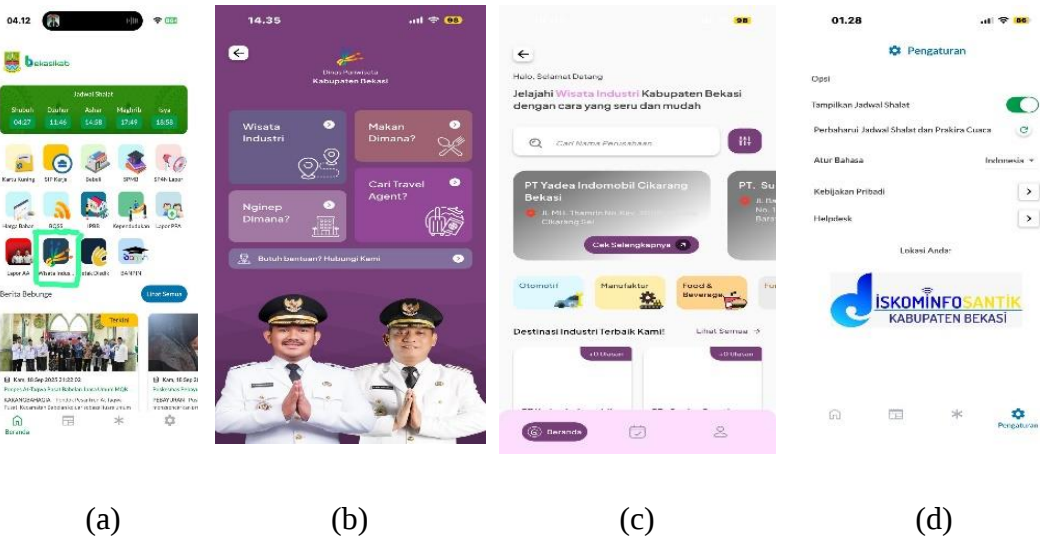
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 3. Diskusi dengan pelaku UMKM Desa Sukamurni: (a) dan (b)

Selanjutnya, masyarakat diperkenalkan cara mengakses aplikasi Bebunge. Dijelaskan bahwa aplikasi ini dapat digunakan dengan dua cara, yaitu melalui website <https://bebunge.bekasikab.go.id/login> maupun dengan mengunduh aplikasi di perangkat seluler. Untuk perangkat Android, aplikasi dapat ditemukan di Google Play Store, sedangkan untuk perangkat iOS tersedia di App Store dengan mengetik kata kunci “Bebunge Kabupaten Bekasi”. Setelah aplikasi berhasil dipasang, pengguna dapat melakukan registrasi dengan mengisi data diri dan informasi usaha. Sosialisasi tidak hanya dilakukan secara teoritis, tetapi juga berbasis praktik, dimana pelaku UMKM langsung dipandu untuk melakukan instalasi aplikasi, registrasi akun, serta mulai mengenal fitur-fitur utama yang tersedia.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 4. Tutorial mengunduh aplikasi Bebunge di Play Store: (a),(b), dan (c)

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 5. Fitur Tampilan Menu Wisata Industri dari Portal Aplikasi Bebunge: (a), (b), (c), dan (d)

Materi utama yang disampaikan dalam sosialisasi ini meliputi langkah-langkah praktis dalam memanfaatkan aplikasi, seperti cara mengunggah foto produk, menuliskan deskripsi barang secara menarik, menentukan harga jual yang kompetitif, serta menghubungkannya dengan Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi agar produk dapat dipromosikan kepada konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan lokal maupun luar daerah. Menurut Nursyamsiah et al. (2021), penggunaan aplikasi digital yang terintegrasi dengan sistem pemerintah daerah terbukti mampu meningkatkan peluang pemasaran sekaligus memperkuat eksistensi UMKM lokal agar lebih siap menghadapi persaingan global. Pada sesi praktik, para pelaku UMKM mulai mencoba mengunggah produk mereka secara langsung. Produk yang ditampilkan beragam, mulai dari makanan olahan, kerajinan tangan, hingga hasil pertanian lokal. Sebagian besar peserta dapat mengikuti instruksi dengan baik, meskipun terdapat beberapa yang masih memerlukan pendampingan lebih lanjut. Fakta ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan digital masyarakat

secara bertahap. bahwa digitalisasi UMKM melalui platform resmi pemerintah daerah merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era globalisasi (Fauziah dan Handayani, 2024).



(a)

(b)

(c)

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar 6. Foto bersama pelaku UMKM Desa Sukamurni Pengenalan Penggunaan Aplikasi Bebung: (a),(b), dan (c)

Menariknya, dalam sesi tanya jawab, sebagian peserta menyampaikan bahwa pada awalnya mereka sama sekali tidak mengetahui apa itu aplikasi Bebung. Namun setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan praktik, mereka menyadari bahwa aplikasi ini relatif mudah digunakan dan memiliki potensi besar dalam membantu promosi usaha mereka. Seorang peserta bahkan menyampaikan kesan: “Awalnya tidak tahu, tetapi setelah dijelaskan dan dipandu ternyata sangat bermanfaat. Dengan aplikasi ini usaha kecil kami bisa lebih dikenal luas.” Hal ini menjadi indikator bahwa literasi digital masyarakat desa dapat ditingkatkan melalui pendekatan langsung, bertahap, dan aplikatif. Secara keseluruhan, sosialisasi individu mengenai aplikasi Bebung di Desa Sukamurni memberikan dampak yang positif. Masyarakat tidak hanya memperoleh wawasan baru mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha, tetapi juga memperoleh keterampilan dasar dalam penggunaan aplikasi resmi pemerintah daerah. Dengan adanya kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat beralih secara bertahap dari pola pemasaran konvensional menuju sistem digital yang lebih modern, efektif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, Desa Sukamurni memiliki peluang untuk memperkuat potensi lokalnya, meningkatkan daya saing UMKM, serta mendukung program digitalisasi yang tengah digalakkan oleh pemerintah Kabupaten Bekasi.

4. KESIMPULAN

Program Sosialisasi UMKM Desa Sukamurni melalui Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi berhasil memberikan pemahaman baru kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam promosi produk lokal, sekaligus memperkenalkan konsep wisata industri

yang mampu memperluas jangkauan pemasaran. Meskipun sebagian peserta UMKM Desa Sukamurni masih menghadapi kendala seperti keterbatasan literasi digital dan akses teknologi, kegiatan ini menunjukkan dampak positif melalui meningkatnya antusiasme peserta serta adanya pelaku usaha Desa Sukamurni yang langsung memanfaatkan portal sebagai sarana promosi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan, peningkatan fasilitas penunjang, serta kolaborasi strategis agar UMKM Desa Sukamurni semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi, mampu bersaing secara berkelanjutan, dan menjadi contoh desa yang berhasil mengintegrasikan potensi lokal dengan pengembangan pariwisata modern.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dengan penuh rasa syukur, kegiatan Sosialisasi Instalasi dan Cara Penggunaan Aplikasi Bebunge Portal untuk Pengembangan Pariwisata Desa Sukamurni telah terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Program ini menjadi langkah penting dalam memperkenalkan teknologi digital yang berfungsi sebagai sarana promosi wisata sekaligus meningkatkan literasi digital masyarakat desa.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Sukamurni yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam kegiatan ini. Apresiasi juga ditujukan kepada pemerintah desa, pihak penyelenggara, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik berupa tenaga, pikiran, maupun fasilitas, sehingga kegiatan sosialisasi dapat berjalan dengan lancar.

Kegiatan Sosialisasi Aplikasi Bebunge Portal ini merupakan upaya strategis dalam memperkenalkan teknologi digital sebagai sarana pemberdayaan masyarakat desa. Aplikasi ini tidak hanya membantu masyarakat memahami cara instalasi dan penggunaannya, tetapi juga membuka peluang lebih luas dalam mempromosikan potensi wisata, produk lokal, dan budaya desa secara digital. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih mudah memperkenalkan kekayaan alam dan kearifan lokal kepada wisatawan, sekaligus meningkatkan daya tarik Desa Sukamurni sebagai destinasi wisata.

Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari dukungan masyarakat Desa Sukamurni yang antusias, serta kerja sama erat antara pihak penyelenggara, perangkat desa, dan berbagai pihak terkait. Dengan adanya sosialisasi ini, kontribusi nyata terlihat dalam peningkatan literasi digital, kesadaran pariwisata, serta terciptanya lingkungan desa yang lebih kreatif, inovatif, dan harmonis.

Harapannya, hasil dari sosialisasi ini dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh masyarakat, serta menjadi inspirasi dalam membangun Desa Sukamurni sebagai desa wisata yang maju, mandiri, dan berdaya saing.

DAFTAR REFERENSI

- Analisis potensi wisata industri manufaktur: Studi kasus pada PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan Jaguar Land Rover. (2023). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jsht.v6i1.1112>
- Andrian, A., Hiswara, A., & Lestari, T. T. (2021). Sistem informasi geografis wisata industri berbasis web pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi. *Journal of Scientific Research and Community Service*, 2(1). <https://doi.org/10.31599/jsrscs.v2i1.661>
- Astuti, S. (2022). Digitalisasi UMKM dalam pengembangan ekonomi desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 155–163.
- Batubaral, R. P., & Putri, A. (n.d.). Analisis pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ulang wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. *Jurnal Pariwisata*, 4(2). <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v4i2.657>
- Carlo, J., Dolang, M., Claresta, A. C., Suleman, S. S., Lorencius, J., & Setiawan, B. (n.d.). Pembudidayaan lele organik sebagai daya tarik wisata kuliner Kampung Wisata Satupam, Tangerang Selatan. *Jurnal Industri Pariwisata*, 8(1).
- Diskominfosantik Kabupaten Bekasi. (2023). *Portal Wisata Industri Kabupaten Bekasi*. <https://portalwisata.bekasikab.go.id>
- Fauziah, I., & Handayani, S. (2024). Digitalisasi UMKM melalui platform pemerintah daerah sebagai strategi peningkatan daya saing. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi*, 6(1), 11–22. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.8213>
- Hidayat, R. (2023). Inovasi digital pariwisata Kabupaten Bekasi melalui portal wisata industri. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(2), 66–78.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan pariwisata berbasis industri*.
- Keni, L., Daulay, P., Boy, F., Nakaromi, N., Prakoso, P., & Ramadhanty, U. (n.d.). Transformasi digital di ekowisata Bukit Peramun. *Jurnal Pariwisata*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.991>
- Kurniati, R. T., & Aryanti, R. (2023). Rencana pengembangan wisata industri di Kabupaten Bekasi.
- Nursyamsiah, N., Hidayati, I., & Rachmawati, L. (2021). Pemanfaatan aplikasi digital terintegrasi untuk pengembangan UMKM lokal. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 9(2), 89–101.

- Pratiwi, D., & Santoso, B. (2022). Efektivitas media visual sebagai pendukung literasi digital masyarakat desa. *Jurnal Pendidikan Masyarakat*, 4(3), 144–153.
- Putri, I. N., & Fadiarman, F. (2023). Strategi pengelolaan Central Park Meikarta dalam meningkatkan daya tarik wisata di Cikarang Pusat Kabupaten Bekasi. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(2). <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i2.28282>
- Rahman, A. (2020). Edukasi wisata industri sebagai daya tarik baru dalam peningkatan ekonomi lokal. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 5(1), 77–89.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2023). Literasi digital sebagai solusi pemberdayaan UMKM pedesaan. *Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 11(2), 100–112.
- Setyawan, A. (2021). Konsep wisata industri dalam pengembangan ekonomi daerah. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 3(2), 88–97.
- Setyawan, A., Pratama, B., & Lestari, D. (2022). Literasi digital UMKM desa sebagai upaya peningkatan pemasaran produk lokal. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Desa*, 4(1), 25–38. <https://doi.org/10.61461/sjpm.v1i1.6>
- United Nations World Tourism Organization. (2022). *Tourism and digital transformation report*.
- World Bank. (2021). *Digital adoption for rural communities: Challenges and opportunities*. World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1778-6>
- Yusuf, M. (2021). Hambatan literasi digital UMKM dalam ekosistem pariwisata. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2), 120–132.