



## **Pengembangan Keterampilan SDM Melalui Kewirausahaan Digital: Optimalisasi Gastrowisata Tape Singkong Desa Wargamekar**

**Taufiq Rahmat\*<sup>1</sup>, Dini Faujiyyah<sup>2</sup>, Asep Raida Fasha<sup>3</sup>, Hadidawati<sup>4</sup>,  
Dadang Yusuf<sup>5</sup>, Haris Sena Anareksa<sup>6</sup>**

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [taufiqrahmat@unfari.ac.id](mailto:taufiqrahmat@unfari.ac.id)<sup>1</sup>

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [dinifjyah@unfari.ac.id](mailto:dinifjyah@unfari.ac.id)<sup>2</sup>

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [aseprdfasha@unfari.ac.id](mailto:aseprdfasha@unfari.ac.id)<sup>3</sup>

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [hadidawati@unfari.ac.id](mailto:hadidawati@unfari.ac.id)<sup>4</sup>

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [dadangyus@unfari.ac.id](mailto:dadangyus@unfari.ac.id)<sup>5</sup>

Universitas Al-Ghifari, Bandung | [hseena@unfari.ac.id](mailto:hseena@unfari.ac.id)<sup>6</sup>

Correspondence Author\*

### **Abstract**

*The digital entrepreneurship-based human resource development program has been implemented in Wargamekar Village with the aim of enhancing the potential of cassava tape gastronomic tourism. This article addresses the challenges faced by cassava tape entrepreneurs regarding their limited understanding of the importance of digital technology adoption and branding in business development. The implementation method encompasses activities such as introducing the concepts of gastronomic tourism, digital entrepreneurship, social media marketing, as well as field mentoring. Consultation sessions and coaching provide personal guidance in developing digital skills and branding strategies. The program evaluation results indicate a high level of participant satisfaction. Participants have gained an understanding of gastronomic tourism concepts and the utilization of digital technology to optimize cassava tape businesses. Field mentoring enriches the history of cassava tape and enhances participants' comprehension of local cultural values. Consultation sessions and coaching have successfully developed a stronger brand identity and branding strategy. Recommendations for further activities include expanding field mentoring and broadening the topics covered in consultation and coaching. This program is expected to continue benefiting cassava tape entrepreneurs in Wargamekar Village and enhancing the potential of cassava tape businesses in the digital era.*

**Keywords:** *Digital Entrepreneurship, Human Resource Competence, Gastronomic Tourism, SMEs, Branding.*

### **Abstrak**

Program pengembangan kompetensi SDM berbasis kewirausahaan digital telah diimplementasikan di Desa Wargamekar dengan tujuan meningkatkan potensi gastrowisata

tape singkong. Artikel ini membahas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha tape singkong terkait dengan kurangnya pemahaman tentang pentingnya penerapan teknologi digital dan branding dalam mengembangkan bisnis. Metode pelaksanaan mencakup kegiatan pengenalan konsep gastrowisata, kewirausahaan digital, pemasaran melalui media sosial, serta pendampingan lapangan. Sesi konsultasi dan coaching memberikan bimbingan personal dalam pengembangan keterampilan digital dan strategi branding. Hasil evaluasi program menunjukkan tingkat kepuasan peserta yang tinggi. Peserta memahami konsep gastrowisata dan penggunaan teknologi digital untuk mengoptimalkan bisnis tape singkong. Pendampingan lapangan memperkaya sejarah tape singkong dan meningkatkan pemahaman peserta tentang nilai-nilai budaya lokal. Sesi konsultasi dan Coaching berhasil mengembangkan identitas merek dan strategi branding yang lebih kuat. Rekomendasi untuk kegiatan lanjutan mencakup perluasan pendampingan lapangan, dan pengembangan topik konsultasi dan Coaching yang lebih luas. Program ini diharapkan dapat terus memberikan manfaat bagi pelaku usaha tape singkong di Desa Wargamekar dan meningkatkan potensi bisnis tape singkong dalam era digital.

**Kata kunci:** Kewirausahaan Digital, Kompetensi SDM, Gastrowisata, UMKM, Branding

## **Pendahuluan**

Kampung Kawungsari adalah kampung yang berada dalam lingkup Desa Kawungsari, Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung. Masyarakatnya sebagian besar merupakan penduduk Kawungsari yang berada di Baleendah. Sebenarnya banyak sekali potensi desa yang dapat dikembangkan, namun hal tersebut tidak ditunjang dengan ketersediaan pengembangan keterampilan yang memadai (Rahmat, 2022). Kampung Kawungsari dapat menjadi sebuah sarana yang cocok jika warga menambah sektor pariwisata ini dengan hal yang dapat memberikan sebuah ciri khas dari Kampung Kawungsari ini. Salah satunya dengan budidaya Tape yang dalam bahasa sunda disebut Peyeum. Mengacu pada kegiatan yang akan kami angkat dan setelah meninjau langsung ke lokasi kami mendapati sebuah tempat yang dulunya merupakan tempat budidaya Singkong. Keunggulan Tape singkong yang di produksi oleh ibu Iis ini adalah cita rasa Tape yang sangat manis dari tape yang lain. Pemasaran yang dilakukan oleh ibu Iis adalah dengan menjual produknya kepada supplier, dari mulut ke mulut dan para pelanggan setianya.

UMKM yang terletak di Dusun Kawungsari, memproduksi olahan singkong menjadi tape singkong. Pemilik rumah produksi dari Tape singkong itu sendiri adalah Ibu Iis. Beliau menggeluti usaha Tape singkong ini sudah sekitar 1 tahun berjalan. Tape singkong yang diproduksi oleh Ibu dijual dengan harga Rp 6.000,00/pcs dengan berat 4 ons, jika pembelian 1 kg Tape singkong dipatok dengan harga Rp 15.000,00. Meskipun penjual Tape singkong sudah menjamur saat ini ibu Iis terus berinovasi agar dapat bersaing dengan para pesaing lain dengan cara meningkatkan kualitas, rasa, kepercayaan terhadap customer dan ke higienisan produk (Rahmat, 2022). Produk yang dipasarkan melalui penjualan keliling.

Tape singkong merupakan produk makanan tradisional Indonesia yang memiliki karakteristik unik dan cita rasa khas. Desa Wargamekar, dengan kekayaan sumber daya alamnya, memiliki potensi besar dalam produksi tape singkong yang dapat menjadi daya tarik

wisata gastronomi. Dalam konteks tersebut, gastrowisata tape singkong muncul sebagai salah satu potensi bisnis yang menarik untuk dikembangkan. Gastronomi melibatkan penggabungan antara kuliner dan pariwisata (Franco et al., 2021). Gastrowisata tape singkong menghadirkan pengalaman kuliner yang unik bagi wisatawan, di mana dapat menikmati berbagai hidangan tape singkong yang lezat dan mengenal lebih dalam tentang proses pembuatan serta sejarah (Kesgin et al., 2022) tape singkong di Desa Wargamekar.

Namun, di era digital yang terus berkembang, kompetensi kewirausahaan digital menjadi hal yang penting untuk dipelajari dan dikembangkan. Kewirausahaan digital merujuk pada kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis di dunia digital, menciptakan dan mengelola bisnis yang berbasis teknologi, serta memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk dan layanan (Nambisan, 2017; Zaheer et al., 2019).

Tantangan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Wargamekar yang terlibat dalam bisnis gastrowisata tape singkong adalah keterbatasan dalam memanfaatkan potensi digital dan mengembangkan kompetensi kewirausahaan digital. Tantangan ini terkait dengan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran online, manajemen media sosial, dan penggunaan teknologi digital (Ngoasong, 2018) yang diperlukan untuk mengoptimalkan potensi bisnis tape singkong.

Selain itu, branding juga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Pelaku UMKM di Desa Wargamekar perlu memiliki kemampuan untuk membangun identitas merek yang kuat dan menarik bagi konsumen. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya branding dan bagaimana membedakan diri dari pesaing dapat menghambat pertumbuhan bisnis (Nambisan, 2017) gastrowisata tape singkong. Selanjutnya, akses pasar menjadi kendala bagi pelaku UMKM di Desa Wargamekar. Keterbatasan dalam menjual produk hanya di tingkat lokal atau regional membatasi potensi pertumbuhan bisnis dan peluang untuk meningkatkan penjualan.

Dalam era digital yang terhubung secara global, memanfaatkan platform digital dapat membantu pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar dan menjangkau konsumen potensial di berbagai wilayah. Maka dari itu, untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, dilaksanakan pengabdian masyarakat pengembangan kompetensi SDM berbasis kewirausahaan digital dalam meningkatkan potensi gastrowisata (Rahmat, 2022) tape singkong di Desa Wargamekar.

Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan kompetensi kewirausahaan digital para pelaku UMKM di Desa Wargamekar, khususnya yang terlibat dalam bisnis gastrowisata tape singkong. Melalui pelatihan dan pendampingan, diharapkan para pelaku UMKM dapat memanfaatkan potensi digital untuk memasarkan produk secara lebih efektif dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membantu pelaku UMKM membangun identitas merek yang kuat dan membedakan diri dari pesaing. Dengan demikian, diharapkan bisnis gastrowisata tape singkong dapat tumbuh dan berkembang, memberikan dampak positif terhadap perekonomian desa dan kesejahteraan masyarakat setempat.

### **Metode Pelaksanaan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pemberdayaan ini mencakup Workshop, *Coaching*, dan Consulting (Fiandra et al., 2022; Rahmat, 2022; Nambisan, 2017). Workshop digunakan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada peserta terkait konsep gastrowisata, kewirausahaan digital, dan strategi branding (Fiandra et al., 2022;

Rahmat & Undang, 2021). *Coaching* difokuskan pada pengembangan keterampilan individual peserta dalam menggunakan alat-alat digital, serta merancang identitas merek dan desain kemasan (Fiandra et al., 2022; Rahmat & Apriliani, 2022). Sementara itu, Konsultasi memberikan pendampingan dan saran kepada peserta dalam mengembangkan strategi branding yang sesuai dengan karakteristik bisnis tape singkong (Fiandra et al., 2022; Rahmat & Apriliani, 2022).

Dengan menggunakan metode yang terstruktur dan berbasis bukti, program ini memastikan bahwa setiap tahapan dari pelatihan hingga pendampingan dilakukan dengan cermat dan memenuhi standar keilmuan dalam mengembangkan kompetensi SDM di bidang kewirausahaan digital (Zaheer et al., 2019; Franco et al., 2021; Ngoasong, 2018).

. Hal ini diharapkan akan memberikan dampak positif yang signifikan pada kemajuan bisnis gastrowisata tape singkong di Desa Wargamekar. Kegiatan dilaksanakan dengan tahapan:

**Tabel 1**  
**Tahapan Pelaksanaan Pengembangan Keterampilan SDM**

<b>Tahapan</b>	<b>Uraian dan Kegiatan</b>
<b>Perencanaan</b>	Tahap perencanaan merupakan fondasi utama dalam penyelenggaraan program. Diawali dengan pembentukan tim pelaksana yang terdiri dari ahli di bidang kewirausahaan digital, branding, serta gastrowisata. Tim ini bertanggung jawab atas penyusunan rencana program, penjadwalan kegiatan, serta penugasan tugas masing-masing anggota.
<b>Pelaksanaan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) <b>Pelatihan Kewirausahaan Digital (Workshop).</b> Workshop ini dimulai dengan memperkenalkan konsep gastrowisata sebagai integrasi antara kuliner dan pariwisata. Selain itu, peserta diajarkan mengenai strategi pemanfaatan teknologi digital dalam memajukan usaha tape singkong.</li> <li>2) <b>Workshop Media Sosial.</b> Workshop ini mencakup analisis mendalam terhadap berbagai platform media sosial, teknik-teknik promosi yang efektif, serta strategi konten yang menarik untuk menjangkau target pasar.</li> <li>3) <b>Pendampingan Lapangan.</b> Pendampingan lapangan dilakukan dengan pendekatan ilmiah untuk memetakan lokasi-lokasi yang memiliki nilai sejarah tinggi terkait tape singkong di Desa Wargamekar. Data historis ini akan menjadi landasan penting dalam merancang strategi branding.</li> <li>4) <b>Konsultasi dan Pendampingan (Coaching).</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Peningkatan kemampuan menggunakan alat-alat digital: Pada tahap ini, peserta akan mendapatkan bimbingan mendalam dalam menggunakan alat-alat digital seperti analitik web, manajemen media sosial, dan perangkat lunak desain untuk mendukung pemasaran tape singkong.</li> </ol> </li> </ol>

Tahapan	Uraian dan Kegiatan
	b) Pengembangan identitas merek dan desain kemasan: <i>Coaching</i> ini difokuskan pada menciptakan identitas merek yang kuat dan desain kemasan yang menarik untuk produk tape singkong. Pendampingan dilakukan secara personal dengan mempertimbangkan prinsip desain dan strategi branding yang sesuai.
<b>Evaluasi</b>	Evaluasi pertengahan dilakukan dengan menganalisis data bisnis dan mengidentifikasi area perbaikan. Hasilnya digunakan untuk menyesuaikan strategi apabila diperlukan. Evaluasi akhir dilakukan dengan mengukur pencapaian tujuan dari program. Dilakukan dengan menganalisis data kuantitatif dan kualitatif, serta mendengarkan umpan balik dari peserta.

## Hasil dan Pembahasan

### Pelatihan Kewirausahaan Digital

Pelatihan kewirausahaan digital telah sukses dilaksanakan dengan melibatkan berbagai pihak yang relevan. Workshop ini difokuskan pada dua aspek kunci: pengenalan konsep gastrowisata dan penerapan kewirausahaan digital. Peserta terdiri dari pelaku usaha tape singkong dari Kelurahan Wargamekar, Ketua RT dan RW, serta anggota Karang Taruna setempat. Keberagaman peserta memastikan bahwa berbagai perspektif dan pengalaman dapat saling berbagi untuk meningkatkan pemahaman kolektif.

Narasumber utama dalam pelatihan ini adalah Taufiq Rahmat, SE., MM, seorang dosen berpengalaman di Universitas Al-Ghifari yang juga telah tersertifikasi oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) sebagai *SMES Junior Consulting*. Dengan latar belakang ini, narasumber mampu memberikan wawasan mendalam dan solusi praktis dalam pengembangan kewirausahaan digital.

Peserta tidak hanya diperkenalkan pada konsep gastrowisata, tetapi juga memahami betapa pentingnya mengaitkan pengembangan kuliner, seperti tape singkong, dengan sektor pariwisata. juga dilatih dalam strategi penggunaan teknologi digital untuk mengoptimalkan bisnis tape singkong dalam konteks gastrowisata. Workshop ini diarahkan melalui presentasi materi yang informatif dan diskusi interaktif, memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pandangan dan pengalaman.

Selain itu, narasumber juga berbagi pengetahuan dan pengalaman praktis dari dua tahun mendampingi UMKM di Pemerintah Kota Bandung. Hal ini memberikan dimensi tambahan pada pelatihan, mengaitkan teori dengan aplikasi langsung dalam dunia UMKM. Dengan demikian, peserta dapat memahami tidak hanya "apa" yang harus dilakukan, tetapi juga "bagaimana" menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan digital dalam konteks nyata.

Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan bekal berharga untuk mengembangkan dan memperluas usaha tape singkong dengan pendekatan yang lebih terinformasi dan berbasis teknologi. Pelaku UMKM kini memiliki alat dan wawasan untuk memanfaatkan potensi digital dalam memasarkan produk di industri gastrowisata yang kompetitif. Dengan demikian,

pelatihan kewirausahaan digital bukan hanya sekedar pelatihan, tetapi juga merupakan langkah strategis dalam mengangkat potensi bisnis tape singkong di Desa Wargamekar.



**Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Digital**

### **Workshop Media Sosial**

Workshop media sosial telah berhasil dilaksanakan, memberikan peserta keterampilan dalam memanfaatkan platform media sosial untuk memasarkan produk tape singkong secara efektif. Workshop ini dipandu langsung oleh mahasiswa. Peserta telah mengikuti langkah-langkah praktis seperti analisis mendalam terhadap berbagai platform media sosial yang relevan dengan bisnis tape singkong. juga telah mempelajari teknik-teknik promosi yang efektif dan strategi konten yang menarik untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Workshop media sosial tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga melibatkan peserta dalam simulasi praktik. Peserta telah memiliki kesempatan untuk merancang dan menguji strategi pemasaran melalui media sosial, serta berpartisipasi dalam diskusi kelompok untuk berbagi pengalaman dan ide.



**Gambar 2 Workshop Manajemen Media Sosial**

### **Pendampingan Lapangan**

Pendampingan lapangan merupakan salah satu pilar utama dari program ini, dan telah berjalan dengan sukses di bawah pengawasan tim pelaksana. Tim telah bekerja keras melakukan pendampingan langsung di berbagai lokasi bersejarah yang terkait erat dengan produksi tape singkong di Desa Wargamekar. Selama proses ini, tim berhasil mengumpulkan data historis yang mengandung informasi berharga terkait tape singkong dan sejarah gastrowisata di daerah tersebut.

Data yang berhasil dikumpulkan selama pendampingan lapangan menjadi fondasi yang kuat untuk merancang strategi branding yang berkesan. Informasi historis ini memungkinkan

pelaku UMKM untuk mengaitkan produk dengan narasi dan konteks sejarah yang kaya. Dengan cara ini, tape singkong tidak lagi hanya dianggap sebagai produk kuliner biasa, melainkan sebuah bagian penting dari warisan budaya lokal yang patut dipromosikan.

Selain itu, pendampingan lapangan juga mencakup pemasangan petunjuk arah ke sentra tape singkong. Hal ini bertujuan untuk mempermudah akses bagi pengunjung dan wisatawan untuk menemukan lokasi produksi tape singkong. Tindakan ini tidak hanya memudahkan pihak UMKM dalam memasarkan produk tetapi juga memberikan pengalaman lebih baik bagi wisatawan yang tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang tape singkong dan gastrowisata di Desa Wargamekar.

Pendampingan lapangan ini tidak hanya merupakan tindakan praktis, tetapi juga merupakan langkah strategis dalam membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan bisnis tape singkong di Desa Wargamekar. Dengan memahami dan menghargai nilai sejarah tape singkong, pelaku UMKM dapat mengembangkan strategi branding yang autentik dan menarik. Selain itu, pemasangan petunjuk arah akan meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik bagi para pengunjung, membuka jalan bagi potensi pertumbuhan yang lebih besar dalam industri gastrowisata tape singkong. Dengan demikian, pendampingan lapangan bukan hanya sekadar aktivitas lapangan, melainkan investasi penting dalam masa depan bisnis lokal.



**Gambar 3. Pendampingan Pemasangan Petunjuk Arah Gastrowisata Tape Peuyeum Cikawung**

### **Konsultasi dan *Coaching***

Pendekatan *Coaching* telah diimplementasikan dengan sukses, memberikan bimbingan personal kepada peserta dalam pengembangan keterampilan individual yang dibutuhkan dalam kewirausahaan digital. Peserta telah mendapatkan bimbingan mendalam dalam menggunakan alat-alat digital seperti, manajemen media sosial untuk membangun kehadiran online yang kuat, dan perangkat lunak desain untuk menciptakan konten visual yang menarik. *Coaching*

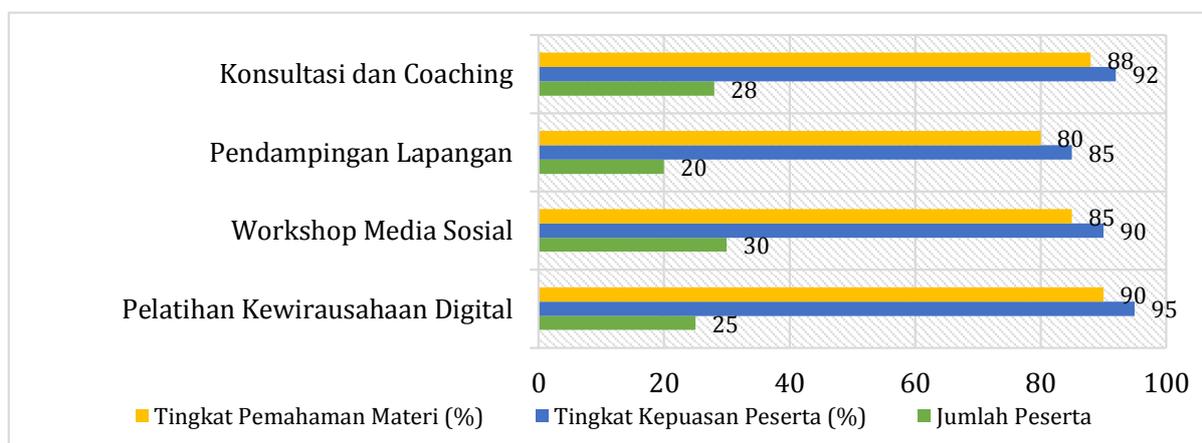
juga telah difokuskan pada pengembangan identitas merek dan desain kemasan produk tape singkong. Pendampingan ini telah berlangsung secara personal, memungkinkan peserta untuk mendapatkan saran yang lebih terpersonalisasi sesuai dengan kebutuhan bisnis. Prinsip desain dan strategi branding yang sesuai dengan karakter produk tape singkong telah menjadi fokus utama dari sesi *Coaching* ini.



**Gambar 4. Kemasan Sebelum dan Sesudah (Pengemasan berbasis *ethnic*)**

### Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui wawancara dan survei tertulis untuk mendapatkan umpan balik lebih mendalam dari peserta sebagai dasar untuk menilai kesuksesan keseluruhan dari program pengembangan kompetensi SDM berbasis kewirausahaan digital dalam meningkatkan potensi gastrowisata tape singkong di Desa Wargamekar. Hasil dari evaluasi kualitatif ini akan digunakan untuk mengidentifikasi area perbaikan dan memperbaiki program di masa mendatang. Berikut adalah gambar yang menunjukkan evaluasi dari masing-masing kegiatan beserta jumlah peserta:



**Gambar 5. Hasil Evaluasi Kegiatan**

Dalam pelatihan kewirausahaan digital, workshop mendapat respon sangat baik dari peserta. mengapresiasi materi yang disajikan dengan tingkat kepuasan mencapai 95%. Selain itu, peserta juga menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konsep gastrowisata dan penerapan kewirausahaan digital dengan tingkat pemahaman mencapai 90%. Workshop media sosial juga berhasil, dengan tingkat kepuasan peserta mencapai 90%. Peserta menilai bahwa

materi yang disampaikan sangat relevan, dan menunjukkan pemahaman yang baik terhadap strategi pemasaran melalui media sosial dengan tingkat pemahaman mencapai 85%. Pendampingan lapangan dinilai efektif oleh peserta dengan tingkat kepuasan mencapai 85%. menganggap pendampingan ini memberikan wawasan yang berharga terkait sejarah tape singkong di Desa Wargamekar. Pemahaman peserta terkait sejarah dan nilai-nilai budaya yang terkait dengan tape singkong juga meningkat dengan baik, dengan tingkat pemahaman mencapai 80%. Sesi konsultasi dan *Coaching* juga mendapat respons positif dari peserta. memberikan tingkat kepuasan sebesar 92% terhadap bimbingan personal yang terima. Peserta menganggap bahwa pembimbingan ini memberikan wawasan mendalam terkait penggunaan alat-alat digital dan pengembangan merek. Pemahaman peserta terhadap identitas merek dan strategi branding juga meningkat dengan baik, mencapai tingkat pemahaman sebesar 88%.

Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan kewirausahaan digital dan workshop media sosial mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta. juga menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang diajarkan. Sementara itu, pendampingan lapangan dan sesi konsultasi dan *Coaching* juga mendapatkan tingkat kepuasan yang baik, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan dengan dua kegiatan sebelumnya. Hasil evaluasi ini memberikan gambaran positif terkait keberhasilan program. Respons positif dari peserta menunjukkan bahwa program pengembangan kompetensi SDM berbasis kewirausahaan digital telah memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Wargamekar. Evaluasi ini juga akan menjadi landasan untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

## **Kesimpulan**

Program pengembangan kompetensi SDM berbasis kewirausahaan digital di Desa Wargamekar telah berhasil dilaksanakan dengan sukses. Melalui berbagai kegiatan, peserta berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang penting dalam mengembangkan usaha tape singkong. Evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan kewirausahaan digital dan workshop media sosial sangat tinggi, dengan tingkat pemahaman materi yang kuat.

Pendampingan lapangan juga memberikan kontribusi penting dalam memperkuat hubungan antara tape singkong dengan sejarah dan nilai-nilai budaya lokal. Selain itu, pemasangan petunjuk arah di lokasi sentra tape singkong diharapkan dapat meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik bagi wisatawan. Sesi konsultasi dan *Coaching* memberikan bimbingan personal kepada peserta dalam pengembangan keterampilan digital yang diperlukan. Hal ini memberikan wawasan mendalam terkait penggunaan alat-alat digital dan pengembangan merek. Pemahaman peserta terhadap identitas merek dan strategi branding juga meningkat dengan baik.

Hasil evaluasi ini memberikan gambaran positif terkait keberhasilan program. Respons positif dari peserta menunjukkan bahwa program ini telah memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Wargamekar. Evaluasi ini akan menjadi landasan untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

Untuk meningkatkan dampak positif pendampingan lapangan dapat diperluas untuk mencakup lebih banyak lokasi bersejarah yang terkait dengan tape singkong, memungkinkan untuk pengumpulan data lebih lanjut yang dapat memperkaya strategi

## Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Al-Ghifari atas dukungan finansial yang memungkinkan terlaksananya kegiatan dan publikasi ilmiah pengabdian masyarakat ini. Kontribusi ini sangat berarti dalam mewujudkan hasil positif bagi masyarakat dan pengembangan potensi desa mitra.

## Referensi

- Çifçi, İ., & Atsız, O. (2022). *Components of gastro-tourists experiences in culinary destinations: evidence from sharing economy platforms*. Handbook on tourism and social media, 395-411.
- Dundon, T., & Wilkinson, A. (2018). *HRM in small and medium-sized enterprises (SMEs)*. In Human resource management (pp. 194-211). Routledge.
- Fiandra, Y. A., Rahim, B., & Yulastri, A. (2022). *Kewirausahaan Digital*. CV Muharika Rumah Ilmiah.
- Franco, M., Godinho, L., & Rodrigues, M. (2021). *Exploring the influence of digital entrepreneurship on SME digitalization and management*. Small Enterprise Research, 28(3), 269-292.
- Kesgin, M., Önal, İ., Kazkondur, I., & Uysal, M. (2022). *Gastro-tourism well-being: the interplays of salient and enduring determinants*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34(9), 3253-3277.
- Nambisan, S. (2017). *Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship*. Entrepreneurship theory and practice, 41(6), 1029-1055.
- Ngoasong, M. Z. (2018). *Digital entrepreneurship in a resource-scarce context: A focus on entrepreneurial digital competencies*. Journal of small business and Enterprise Development, 25(3), 483-500.
- Rahmat, T. (2022). *Gastro Wisata Cascara: Pengolahan Limbah Kulit Kopi Menjadi Teh Herbal Cascara Sebagai Alternatif Wisata Gastronomi*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Babakti, 2(2).
- Rahmat, T., & Undang, G. (2021). *Peranan Branding Promotion Wonderful Indonesia Pada Asean Tourism Forum (ATF) Dalam Meningkatkan Pariwisata Di Indonesia*. KarismaPro, 12(1), 69-79.
- Sumantri, D., & Rahmat, T. (2023). *Increasing Tourist Intention To Visit Of Coastal And Marine Tourism Visits Through Digital Marketing*. Jurnal Manajerial, 10(01), 81-97.
- Williams, H. A., Yuan, J., & Williams Jr, R. L. (2019). *Attributes of memorable gastro-tourists' experiences*. Journal of Hospitality & Tourism Research, 43(3), 327-348.
- Zaheer, H., Breyer, Y., & Dumay, J. (2019). *Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda*. Technological Forecasting and Social Change, 148, 119735.
- Rahmat, T., & Apriliani, D. (2022). *Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Sustainability Tourism Dalam Perspektif Green HRM*. KarismaPro, 13(2), 87-98.