

Akurasi

Akselerasi Kelembagaan dan Usaha Ekonomi Masyarakat Nagari Melalui Kolaborasi Mendorong Pembentukan Nagari Creative Hub di Sumatera Barat

Wadah Nagari

Pelatihan Kepemimpinan Nasional

Kolaborasi dengan Gagasan strategis

Pihak ketiga
(Market Place Nasional)

Terbentuknya Nagari Creative Hub di Sumatera Barat,

Oleh :

vera

Irawati, ST, MM

DPMD Prov - Sumbar

KEPALA BIDANG
KPKP



Vasko
Ruseimy S T



Dr. Herita
Dewi, MM

Special!

inovasi

HUB

"Kolaborasi"
EKONOMI
masyarakat

PKN II ANGGKATAN XX
LAN RI 2005



Project
LEADER

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025158575, 20 Oktober 2025

Pencipta

Nama : Vera Irawati, ST, MM
Alamat : Jl. Teknik Geodesi No.F 26, Nanggalo, Kota Padang, Sumatera Barat
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : Vera Irawati, ST, MM
Alamat : Jl. Teknik Geodesi No.F 26, Nanggalo, Kota Padang, Sumatera Barat
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Karya Tulis
Judul Ciptaan : Akselerasi Kelembagaan dan Usaha Ekonomi Masyarakat Nagari Melalui Kolaboratif (Akurasi) Dalam Mendorong Pembentukan Nagari Creative Hub di Sumatera Barat

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 22 Agustus 2025, di Kota Padang

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan : 000998835

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko,SH,MH.
NIP. 196912261994031001





LAPORAN IMLPLEMENTASI PROYEK PERUBAHAN

**AKSELERASI KELEMBAGAAN DAN USAHA EKONOMI
MASYARAKAT NAGARI MELALUI KOLABORATIF DALAM
MENDORONG PEMBENTUKAN NAGARI *CREATIVE HUB*
DI SUMATERA BARAT**

"AKURASI"

**(AKselerasi kelembagaan dan Usaha ekonomi mAsyarakat Nagari
melalui kolaboRASI)**

Disusun oleh:

VERA IRAWATI,ST.MM
NIP. 19800918 200604 2006

Coach:

Dr. HERITA DEWI, M.M.
NIP. 19690427 200501 2 004

**PELATIHAN KEPEMIMPINAN TINGKAT II (PKN II)
ANGKATAN XX
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2025**



LEMBAR PERSETUJUAN

**LAPORAN IMPELEMENTASI PROYEK PERUBAHAN KEPEMIMPINAN
STRATEGIS PELATIHAN KEPEMIMPINAN NASIONAL TINGKAT II
ANGKATAN XX**

**KERJA SAMA LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA REPUBLIK INDONESIA
DENGAN PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT TAHUN 2025**

JUDUL : AKSELERASI KELEMBAGAAN DAN USAHA
EKONOMI MASYARAKAT NAGARI MELALUI
KOLABORATIF (AKURASI) DALAM MENDORONG
PEMBENTUKAN NAGARI *CREATIVE HUB* DI
SUMATERA BARAT

DISUSUN OLEH :
NAMA : VERA IRAWATI,ST.MM
NIP : 19800918200604 2 006
NDH : 028

**DIPAPARKAN DI BPSDM PROVINSI SUMATERA BARAT
PADA SEMINAR LAPORAN IMPLEMENTASI PROYEK PERUBAHAN**

OKTOBER 2025

**MENTOR
WAKIL GUBERNUR SUMATERA BARAT**

VASKO RUSEIMY,ST

**COACH
WIDYASWARA AHLI MADYA**

**Dr.HERITA DEWI,M.M
Nip.196904272005012004**



LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN IMPELEMENTASI PROYEK PERUBAHAN KEPEMIMPINAN
STRATEGIS PELATIHAN KEPEMIMPINAN NASIONAL TINGKAT II
ANGKATAN XX**

**KERJA SAMA LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA REPUBLIK
INDONESIA DENGAN PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA BARAT
TAHUN 2025**

JUDUL : AKSELERASI KELEMBAGAAN DAN USAHA
EKONOMI MASYARAKAT NAGARI MELALUI
KOLABORATIF (AKURASI) DALAM MENDORONG
PEMBENTUKAN NAGARI *CREATIVE HUB* DI
SUMATERA BARAT

DISUSUN OLEH :
NAMA : VERA IRAWATI,ST.MM
NIP : 19800918200604 2 006
NDH : 028

**TELAH DISEMINARKAN DAN DISEMPURNAKAN SESUAI DENGAN
MASUKAN, SARAN, PADA SEMINAR LAPORAN IMPLEMENTASI
PROYEK PERUBAHAN**

OKTOBER 2025

**MENTOR
WAKIL GUBERNUR SUMATERA BARAT**

**COACH
WIDYASWARA AHLI MADYA**

VASKO RUSEIMY,ST

**DR.HERITA DEWI,MM
Nip.196904272005012004**

**NARASUMBER
KEPALA DINAS PERHUBUNGAN
PROVINSI SUMATERA BARAT**

**DEDY DIANTOLANI,S.Sos.MM
Nip.19721222 199403 1 002**



KOMITMEN MELANJUTKAN PROYEK PERUBAHAN

Kami yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vasko Ruseimy,ST
Nip : -
Jabatan : Wakil Gubernur Sumatera Barat

Nama : Vera Irawati,ST.MM
Nip : 19800918 200604 2 006
Jabatan : Kepala Bidang Kerjasama dan Pembangunan
Kawasan Perdesaan

Berkomitmen terus melanjutkan Proyek Perubahan dengan tema “Akselerasi Kelembagaan Dan Usaha Ekonomi Masyarakat Nagari Melalui Kolaboratif (AKURASI) dalam Mendorong Pembentukan Nagari *Creative Hub* di Sumatera Barat” Sesuai dengan tahapan yang telah di tetapkan.

MENTOR


VASKO RUSEIMY,ST

PESERTA


VERA IRAWATI,ST.MM
Nip.19800918 200604 2 006

PRAKATA

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena dengan izin dan petunjuk-Nya sehingga kami dapat mengikuti rangkaian proses tahapan pembelajaran pada Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat II Angkatan XX Provinsi Sumatera Barat Tahun 2025. Laporan Implementasi Proyek Perubahan ini disusun sebagai tugas akhir dan syarat kelulusan pada proses pembelajaran Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat II, yang diselenggarakan oleh Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia melalui Badan Pengembangan sumber Daya Manusia Provinsi Sumatera Barat.

Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, bimbingan, motivasi, dan kerja sama dalam penyusunan **Laporan Implementasi Proyek Perubahan Akselerasi Kelembagaan dan Usaha Ekonomi Masyarakat Nagari Melalui Kolaboratif (AKURASI) Dalam Mendorong Pembentukan Nagari *Creative Hub* Di Sumatera Barat** kepada :

1. **Bapak Mahyeldi, Gubernur Sumatera Barat, dan Bapak Vasko Ruseimy, Wakil Gubernur Sumatera Barat, sekaligus Mentor** yang telah memberikan kesempatan, petunjuk dan dukungannya dalam mengikuti Pelatihan serta membimbing *Project Leader* dalam menyelesaikan Proyek Perubahan ini;
2. **Bapak Yozarwardi Usama Putra, S.Hut.M.Si, selaku atasan Langsung**, yang telah memberikan dukungan, masukan dan saran terhadap Proyek Perubahan ini serta memberikan Dispensasi kepada *Project Leader* dalam mengikuti Diklat PKN II XX Tahun 2025;
3. **Ibu DR. Herita Dewi, MM**, selaku *Coach* yang dengan sepenuh hati senantiasa memberikan bimbingan, dan memotivasi kami pada setiap tahapan penyusunan Laporan Implementasi Proyek Perubahan ini;
4. **Bapak Drs.Barlius,MM**. Kepala BPSDM Provinsi Sumatera Barat **beserta seluruh jajaran** sebagai penyelenggara Diklat Pelatihan Kepemimpinan Nasional Tingkat II;
5. **Kepala OPD terkait (Kadis Kop, UKM, Kadis Perindag, Kadis Kominfortik, Kabiro Pemerintahan)** yang telah memberikan dukungannya terhadap penyelesaian Proyek Perubahan ini;

6. **Bapak Romi Hendrawan,S.Sos.M.Si, Kadis DPMN Kabupaten Solok beserta Walinagari** Lokus Proyek Perubahan yang telah memberikan dukungan dan aksesnya untuk kelancaran Proyek Perubahan ini;
7. **Segenap Widyaiswara dari LAN RI dan BPSDM Provinsi Sumatera Barat**, yang telah memberikan tambahan wawasan dan pemahaman.
8. **Rekan – rekan pada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat** yang telah memberikan dukungan, berkolaborasi, dan berbagi ide dan gagasan dalam mewujudkan sebuah perubahan;
9. **Keluarga tercinta** yang telah memberikan dukungan, dan do'a dalam pengabdian dan pelaksanaan tugas.

Padang, Oktober 2025
Project Leader

Vera Irawati,ST.MM

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Komitmen	iv
Prakata	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	
I. EXECUTIVE SUMMERY	1
II. RANCANGAN PROYEK PERUBAHAN	4
A. Latar Belakang	4
B. Tujuan Proyek Perubahan	5
C. Manfaat Proyek Perubahan	7
D. Analisis Masalah	8
• Profil Organisasi	8
• Identifikasi Masalah	9
• Hasil Diagnosa	11
E. Rencana Strategi Pemecahan Masalah	14
• Terobosan Inovatif	14
• Pentahapan Rencana Proyek Perubahan (Milestone)	16
• Manajemen Risiko (Potensi Risiko dan Mitigasi)	19
• Rencana Strategi Marketing	20
• Strategi Komunikasi yang digunakan <i>Stakeholder</i>	21
• Pemanfaatan sumber daya organisasi	22
Rencana Mata Pelatihan yang Mendukung	25
F. Rencana Strategi Pengembangan Kompetensi Dalam	25
G. Adopsi Proper	
Pemetaan Sikap dan Strategi Pengembangan Potensi	26
H. Diri	
• Hasil Pemetaan Sikap Prilaku Kepemimpinan	26
• Rencana Strategi Pengembangan Potensi	27
III. PELAKSANAAN PROYEK PERUBAHAN	28
A. Capaian Perubahan Terhadap Rencana Perubahan dan Manfaat Proyek Perubahan	28
a. Capaian Perubahan terhadap rencana Perubahan (Pelaksanaan Proper)	28
b. Manfaat Proyek Perubahan Jangka Pendek	48
B. Kepemimpinan Strategis	47
• Pengelolaan resiko	47

• Pemanfaatan Peluang	48
• Pengelolaan Sumber Daya Terbatas	48
C. Implementasi Strategi Marketing	49
• Peta <i>Stakeholder</i>	49
• Strategi Komunikasi	50
• <i>Marketing</i> Sektor Publik	50
D. Keberlanjutan Proyek Perubahan	55
• Dukungan Mentor dan <i>Stakeholder</i>	56
• Keberlanjutan Proyek Perubahan	56
• Jaminan Keberlanjutan dalam Sasaran Kinerja Pegawai (SKP)	57
• Dukungan Program dan Sumber Daya dari Pihak Lain	58
E. Pemberdayaan organisasi pembelajar: pelaksanaan strategi pengembangan kompetensi dalam proyek perubahan	58
F. Keterkaitan mata pelatihan pilihan dengan proyek Perubahan	59
IV. CAPAIAN PELAKSANAAN DAN PENGEMBANGAN POTENSI DIRI	60
V. PENUTUP	62
1. <i>Lesson Learn</i>	62
2. Kesimpulan	62
3. Rekomendasi	63
DAFTAR PUSTAKA	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	66
LAMPIRAN	67
INFOGRAFIS	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Isu Berdasarkan Kriteria APKL	11
Tabel 2.2.	<i>USG (Urgently, Seriously, Growth)</i>	12
Tabel 2.3.	Kerangka Pikir	14
Tabel 2.4.	Hubungan Kriteria Inovasi dengan Proyek Perubahan	15
Tabel 2.5.	<i>Milestone</i> dan Kegiatan Jangka Pendek, Jangka Menengah dan Jangka Panjang	16
Tabel 2.6.	Strategi Penanganan Risiko	19
Tabel 2.7.	<i>Identifikasi Stakeholder</i>	20
Tabel 2.8.	Tabel Strategi Komunikasi	21
Tabel 2.9.	Struktur Pelaksanaan Proyek Perubahan	23
Tabel 2.10.	Pemanfaatan Teknologi Informasi	24
Tabel 2.11.	Keterkaitan Masalah dengan 3 Mata Pelatihan Pilihan	25
Tabel 2.12.	<i>Strategi Pengembangan Kompetensi Proyek Perubahan</i>	26
Tabel 2.13	Rekap Nilai Akhir Sikap Perilaku Peserta	26
Tabel 3.1.	Capaian Pelaksanaan Proyek Perubahan	28
Tabel 3.1.	Nagari Terpilih Berdasarkan Kuisener	32
Tabel 3.2.	Manfaat Proyek Perubahan Jangka Pendek	46
Tabel 3.3.	Pelaksanaan Strategi Pengembangan Kompetensi Proyek Perubahan	59
Tabel 3.4.	Keterkaitan mata pelatihan pilihan dengan proyek Perubahan	59
Tabel 4.1.	Rekap Nilai Akhir Sikap Perilaku Peserta	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Matrik Analisis Resiko	19
Gambar 2.2.	Identifikasi Stekeholder Internal Dan Ekternal	20
Gambar 2.3.	Struktur Pelaksanaan Proyek Perubahan	22
Gambar 3.1	SK Tim efektif	31
Gambar 3.2	Verifikasi Lapangan	33
Gambar 3.3	Surat Sekda Penetapan Lokasi	35
Gambar 3.4	Pertemuan dengan Bupati Solok	36
Gambar 3.5	Penandatanganan Dokumen	37
Gambar 3.6	Dokumen yang ditanda tangani	37
Gambar 3.7	Rapat Persiapan sosialisasi	38
Gambar 3.8	Sosialisasi awal Program	39
Gambar 3.9	Surat Sekda untuk kementerian KomDigi RI	39
Gambar 3.10	Koordinasi dengan Biro Pemerintahan	40
Gambar 3.11	Surat Kadis PMD Fasilitasi Kerjasama Biro Pemerintahan	40
Gambar 3.12	Link Zoom dan Surat Undangan	41
Gambar 3.13	Rapat Pembahasan MoU dan PKS	41
Gambar 3.14	<i>Draft</i> yg telah dikoreksi	42
Gambar 3.15	Koordinasi dengan Kementerian KomDigi RI	44
Gambar 3.16	Koordinasi dengan Kemendes PDDT RI	45
Gambar 3.17	Peta Perubahan Kuadran <i>Stakeholder</i>	49

I. EXECUTIVE SUMMARY

A. Main Achievements

Proyek perubahan ini capaian strategis yang berdampak nyata bagi penguatan ekonomi Nagari di Sumatera Barat, kerja sama resmi antara Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan *marketplace* terwujud melalui penandatanganan *Memorandum of Understanding* atau Perjanjina Kerja Sama (*MoU/PKS*) yang menjadi landasan bagi transformasi digital di tingkat lokal, lebih dari 500 pelaku usaha Nagari ter *onboard* ke *platform* digital dengan etalase khusus “Produk Nagari Sumatera Barat”, memperluas jangkauan pasar. Nagari *Creative Hub* dibentuk sebagai pusat edukasi, promosi, dan kolaborasi ekonomi digital, dilengkapi infrastruktur fisik dan sumber daya manusia (SDM) pengelola. Integrasi program ke dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) dan Rencana Strategis (Renstra) Organisasi Perangkat Daerah (OPD, Dampaknya terlihat dari peningkatan omzet Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Nagari rata-rata $\geq 30\%$ tahun pertama pelaksanaan.

B. Benefit

- Pemerintah; Mendukung pencapaian target RPJMD 2025–2029, khususnya peningkatan Nagari Mandiri dari 7,83% (2025) menjadi 8,7% pada akhir tahun pertama pelaksanaan program. Replikasi model ditargetkan mencapai 10 Nagari *Creative Hub* per tahun hingga 2030.
- Dinas PMD; Terjadi peningkatan kinerja indikator Renstra, termasuk penambahan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) maju dari 85 (delapan puluh lima) unit menjadi 97 (sembilan puluh tujuh) unit pada fase awal 2025–2029 dan penguatan 100% komunitas pengelola NCH.
- Bagi Masyarakat Nagari; 500+ (lebih lima ratus) pelaku usaha berhasil *onboarding* ke Tokopedia dengan etalase “Produk Nagari Sumatera Barat” dan rata-rata peningkatan omzet

≥30% dalam tahun pertama terbentuknya 5 (lima) Nagari *Creative Hub* pilot yang menjadi pusat promosi, edukasi.


- Bagi *Marketplace*; *Basis seller* lokal bertambah >500 (lebih dari lima ratus) akun aktif, dengan kontribusi transaksi produk Nagari mencapai nilai estimasi Rp.2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) selama tahun pertama.

C. **Strategic Leadership**

Kepemimpinan strategis menjadi penggerak utama keberhasilan proyek ini. *Project Leader* berperan sebagai jembatan kepentingan antara pemerintah, masyarakat, dan mitra swasta, memastikan setiap langkah selaras dengan arah kebijakan dan berbasis data. Pendekatan kolaboratif lintas OPD, *marketplace*, dan komunitas lokal diterapkan secara konsisten, membangun kepercayaan dan mengoptimalkan peran setiap pemangku kepentingan. Kepemimpinan adaptif memungkinkan respons cepat terhadap dinamika lapangan, sementara orientasi pada hasil menjaga fokus pada pencapaian target yang terukur.

D. **Sustainability**

Keberlanjutan program ini pada jangka menengah (1–3 tahun) ditopang oleh penguatan operasional Nagari *Creative Hub* (NCH) dan ekspansi kapasitas kelembagaan lokal. Setelah penandatanganan MoU/PKS dengan *marketplace*, NCH berfungsi sebagai pusat edukasi, promosi, dan pendampingan teknis bagi pelaku usaha Nagari. Komunitas Pemuda Kreatif (KPK) yang terbentuk akan menginisiasi konten promosi digital, memperkuat keterlibatan generasi muda, dan memastikan transfer pengetahuan literasi digital. Peningkatan *onboarding* pelaku usaha ke *platform* digital dilengkapi pelatihan lanjutan dan kampanye Bangga Produk Nagari menjaga visibilitas produk di pasar nasional. Jangka panjang hingga 2030, strategi diarahkan pada replikasi model NCH ke seluruh Nagari di Sumatera Barat dengan target minimal 10 (sepuluh) *hub* baru per tahun.



Ekosistem digital Nagari diperluas melalui kolaborasi dengan beragam *marketplace*, integrasi Teras Nagari sebagai sistem pendataan dan promosi berbasis digital, serta penguatan rantai pasok dan logistik. Produk-produk unggulan Nagari didorong untuk memperoleh sertifikasi (halal, PIRT, HKI) dan *branding* yang memenuhi standar nasional bahkan ekspor terbatas. Agenda tahunan seperti Nagari *Creative Expo* menjadi ajang konsolidasi pasar, jejaring lintas sektor, dan promosi ekonomi kreatif berskala luas. Dengan integrasi ke dalam kebijakan RPJMD, penganggaran rutin OPD, dan dukungan kelembagaan BUMNag/koperasi. program ini dirancang sebagai inovasi yang tidak hanya bertahan, tetapi terus tumbuh dan beradaptasi menghadapi perubahan pasar dan teknologi.

E. Lesson Learned

Pelaksanaan proyek perubahan ini memberikan pembelajaran penting bahwa percepatan transformasi digital di tingkat Nagari tidak sekadar persoalan teknologi, tetapi menuntut pendekatan yang mengakar pada pemberdayaan masyarakat. Sejalan dengan Asta Cita ke-6 (enam) yang menekankan pemerataan pembangunan, terbukti bahwa akses pasar digital yang merata hanya dapat tercapai bila kelembagaan ekonomi lokal diperkuat lebih dulu. Pendampingan intensif, pelibatan generasi muda, dan penguatan kapasitas SDM Nagari menjadi kunci memastikan setiap Nagari baik yang berada di pusat pertumbuhan maupun wilayah tertinggal memiliki peluang yang sama untuk berkembang. Sinergi lintas pihak antara Pemerintah, swasta, dan komunitas membuktikan bahwa model kolaborasi ini dapat menutup kesenjangan ekonomi antar wilayah, sekaligus menumbuhkan rasa percaya diri pelaku usaha lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

II. RANCANGAN PROYEK PERUBAHAN

A. Latar Belakang

Pembangunan Nasional Indonesia menempatkan desa sebagai ujung tombak pemerataan kesejahteraan. Melalui pendekatan *building from villages* yang tertuang dalam RPJMN 2025–2029 serta Undang - Undang No.06 Tahun 2014 tentang Desa, dan sejalan dengan asta cita ke 6 (enam) Bapak Presiden dan Wakil Presiden “membangun dari Desa dan dari bawah untuk Pemerataane konomi dan Pemberantasan Kemiskinan”, pemerintah menekankan pentingnya pemberdayaan ekonomi lokal berbasis potensi desa, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital. Sejalan dengan itu, UU No.20 Tahun 2023 tentang ASN memperkuat peran aparatur sebagai pelayan publik yang profesional, adaptif, dan berorientasi hasil, sehingga mampu memimpin transformasi pembangunan desa secara efektif.

Pemerintah Provinsi Sumatera Barat pada RPJMD tahun 2025-2029 memiliki visi “Mewujudkan Sumatera Barat Madani, Maju dan Berkeadilan”, Pemberdayaan Masyarakat berada pada misi ketiga yang menempatkan Nagari/Desa sebagai basis kemajuan. Untuk mewujudkannya, lahir lah program unggulan Nagari *Creative Hub* (NCH), sebuah ruang kolaborasi yang mendorong kreativitas, inovasi, dan pengembangan ekonomi lokal. Kehadiran NCH diharapkan mampu menjawab tantangan Nagari/Desa, mulai dari keterbatasan Sumber Daya Manusia, modal, hingga akses pasar, sekaligus memperkuat peran generasi muda dan pelaku usaha ekonomi masyarakat Nagari.

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat sebagai Dinas yang menggawangi tentang Pemberdayaan Masyarakat ditunjuk sebagai Koordinator pada program unggulan dimaksud, dengan tujuan mendorong kemandirian Nagari/Desa di Provinsi Sumatera Barat, pada data Indeks Desa Tahun 2024 masih terdapat 10 (sepuluh) Nagari/Desa tertinggal dan mandiri

baru 365 (tiga ratus enam puluh lima) Nagari/Desa dari 1035 (seribu tiga puluh lima) Nagari/Desa di Provinsi Sumatera Barat, data dikeluarkan oleh Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI artinya hal ini menjadi tugas berat bagi Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan status Nagarnya. Target peningkatan Nagari/Desa mandiri dalam RPJMD menuntut strategi inovatif, salah satunya melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal yang dipadukan dengan teknologi digital. Dalam konteks ini, kolaborasi pemerintah, swasta, masyarakat, dan akademisi menjadi kunci. *Marketplace* digital dapat menjadi mitra strategis Nagari *Creative Hub* dalam memperluas akses pasar produk Nagari hingga tingkat Nasional dan Internasional.

Sebagaimana pesan Bung Hatta bahwa “Indonesia tidak akan besar karena obor di Jakarta, tetapi karena lilin-lilin yang menyala di Desa”, pembangunan sejati harus berakar dari Desa. Oleh karena itu, melalui Proyek Perubahan ini sinergi antara Nagari *Creative Hub* dan *marketplace* bukan hanya solusi atas keterbatasan Nagari/Desa, tetapi juga langkah nyata menuju kemandirian ekonomi, pemerataan pembangunan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Nagari/Desa.

B. Tujuan Proyek Perubahan

1. Jangka Pendek

- a. Melakukan pemetaan kelembagaan ekonomi nagari dan identifikasi Nagari *pilot project* untuk 5 (lima) Nagari.
- b. Pembuatan komitmen dengan PMD Kabupaten Solok dan 5 (Nagari) Lokus.
- c. Melakukan sosialisasi program kepada Pemerintah Kabupaten dan masyarakat Nagari lokus di Kabupaten Solok.
- d. Mempersiapkan draft MOU antara Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dengan tokopedia tentang Sinergi Pengembangan Ekonomi Digital Nagari melalui Nagari

Creative Hub dan Platform *Marketplace* Nasional, PKS dengan *Marketplace* Nasional tentang Program *Onboarding* Produk Nagari ke *Marketplace* Nasional dan Pengembangan Nagari *Creative Hub*.

2. Jangka Menengah

- a) Menandatangani MoU/PKS antar Pemprov Sumbar dan *Marketplace* Nasional sebagai dasar kemitraan resmi.
- b) Pembentukan Komunitas Pemuda *Creative*
- c) Mengoperasikan Nagari *Creative Hub* sebagai pusat edukasi dan promosi produk lokal.
- d) Mendorong *onboarding* pelaku usaha Nagari ke *Marketplace* Nasional dan meningkatkan transaksi digital.

3. Jangka Panjang

- a) Mereplikasi model Nagari *Creative Hub* ke Nagari lain di seluruh Sumatera Barat, sesuai dengan target RPJMD Pemerintah Provinsi Sumatera Barat 2025 – 2029 harus sudah terbentuk 10 (sepuluh) NCH pertahun sampai Tahun 2030.
- b) Mengembangkan ekosistem digital nagari melalui kolaborasi dengan berbagai *platform e-commerce*. sejalan dengan indikator pembentukan NCH yaitu Teras Nagari (menggunakan *Platform* Digital untuk pendataan yang lebih muda, transparan dan dapat di akses oleh berbagai pihak terkait)
- c) Meningkatkan daya saing produk nagari melalui sertifikasi, *branding*, dan promosi nasional , juga menjadi bagian dari indikator pembentukan Nagari *Creative Hub* yaitu Lapau Nagari (Nagari sebagai pusat *display* produk lokal).

C. Manfaat Proyek Perubahan

1. Manfaat bagi Pemerintah

- Penguatan tata kelola pemerintahan adaptif melalui integrasi program dengan RPJMD Sumbar 2025–2029 dan Renstra DPMD.
- Replikasi model ke daerah lain sebagai *best practice* Nasional dalam pengembangan ekonomi Nagari.
- Peningkatan indikator kinerja sesuai target Renstra Dinas PMD sampai tahun 2030 adalah peningkatan Nagari Mandiri dari 7,83% (2025) ke 11,83% (2030), peningkatan BUMNag Maju dari 85 ke 135 unit.

2. Manfaat bagi Masyarakat

- Akses pasar yang lebih luas melalui platform digital
- Peningkatan pendapatan dan daya saing produk lokal melalui promosi dan transaksi online.
- Pemberdayaan kelembagaan lokal seperti BUMNag dan koperasi sebagai penggerak ekonomi. Target Renstra adalah sebanyak 135 (seratus tiga puluh lima) BUMNag Maju pada 2030
- Penguatan identitas budaya lokal melalui branding produk khas nagari yang berbasis kearifan lokal.

3. Manfaat bagi *Project Leader*

- Kepemimpinan Strategis & Visioner.
Project Leader mengasah kemampuan menyusun visi yang terukur, menyelaraskannya dengan RPJMD/Renstra, serta menerjemahkannya ke dalam milestone yang realistis melalui perancangan, pengelolaan, dan evaluasi proyek perubahan.
- Kemampuan Membangun Kolaborasi & Aliansi Strategis.
Terbangunnya jejaring lintas sektor dengan OPD, mitra digital, *marketplace* Nasional, dan komunitas pemuda

kreatif Nagari menunjukkan kapasitas kepemimpinan dalam membangun kolaborasi dan aliansi strategis

- Akuntabilitas & Kepemimpinan Berbasis Bukti;
Dokumentasi lengkap berupa SK, MoU/PKS, laporan pelatihan, data seller, dan indikator capaian RPJMD menjadi bukti nyata akuntabilitas sekaligus legitimasi kepemimpinan yang dapat dipertanggungjawabkan.

D. Analisis Masalah

1. Profil Organisasi

Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (PMD) Provinsi Sumatera Barat merupakan perangkat daerah yang dibentuk berdasarkan Perda Provinsi Sumatera Barat Nomor 2 Tahun 2021. Dinas ini memiliki tugas pokok membantu Gubernur dalam mengoordinasikan, merumuskan, serta mengevaluasi penyelenggaraan pemberdayaan masyarakat dan pemerintahan desa/nagari di tingkat Provinsi. Dalam RPJMD Provinsi Sumatera Barat 2025–2029, Dinas PMD berada pada Misi ke-3: “Mewujudkan Nagari dan Desa sebagai Basis Kemajuan”. Dinas PMD ditunjuk sebagai OPD pengampu program unggulan Nagari *Creative Hub* untuk dalam rangka mewujudkan kemandirian Nagari/Desa.

Target strategis hingga Tahun 2030 antara lain:

- Meningkatkan kemandirian Nagari/desa sebesar 11,83%.
- Mewujudkan Nagari *Creative Hub* sebanyak 10 nagari/desa per tahun mulai 2025.
- Membentuk 135 BumDes/BumNag maju hingga 2030.
- Meningkatkan jumlah Nagari/Desa cepat berkembang dari 716 menjadi 1.035.
- Mengaktifkan kelembagaan masyarakat dari 9.244 menjadi 10.000 kelompok. (sumber data Renstra Dinas PMD 2025 - 2029)

Untuk mencapai sasaran tersebut, Dinas PMD didukung oleh empat bidang utama:

1. Bidang Pemerintahan Desa/Nagari
2. Bidang Kelembagaan Masyarakat dan Adat
3. Bidang Usaha Ekonomi Masyarakat, SDA & Teknologi Tepat Guna
4. Bidang Kerja Sama dan Pembangunan Kawasan Perdesaan

Dalam struktur organisasi, *Project Leader* ditempatkan pada Bidang Kerja Sama dan Pembangunan Kawasan Perdesaan, yang berperan penting dalam mengoordinasikan program lintas sektor dan memperkuat pembangunan kawasan perdesaan secara terpadu.

2. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan isu strategis yang saat ini dihadapi dalam melaksanakan fungsi Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat, *project leader* melakukan identifikasi permasalahan yang terkait langsung dengan capaian kinerja Dinas Berdasarkan kondisi aktual dan tuntutan perubahan:

1. Belum Optimalnya Penyelenggaraan Pemerintah Desa/Nagari.

- Evaluasi perkembangan Nagari belum menunjukkan peningkatan signifikan.
- Perlu penguatan kapasitas aparatur dan sistem perencanaan partisipatif.

Terdapat sebanyak 324 Desa Jumlah Nagari/Desa/Kelurahan cepat berkembang berdasarkan Rekapitulasi Evaluasi Perkembangan Desa/Nagari Dan Kelurahan Provinsi Sumatera Barat Menurut Permendagri Nomor 81 Tahun 2015 (sumber renstra DPMD 2025-2029)

2. Masih Rendahnya Peran Lembaga Kemasyarakatan dan Lembaga Adat dalam Pemberdayaan Masyarakat

Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM)

- Sudah terbentuk di seluruh Nagari/desa/kelurahan, termasuk asosiasi di kabupaten/kota dan provinsi. Jumlah LPM yang terbentuk berdasarkan data rekapitulasi jumlah LPM se-Sumatera Barat tahun 2020 adalah sebanyak 1356 LPM (sumber Renstra DPMD Prov 2025-2029)
- Masalah: efektivitas bervariasi, kapasitas kelembagaan masih perlu diperkuat agar benar-benar menjadi mitra strategis pemerintah desa/kelurahan.

Kerapatan Adat Nagari (KAN)

- Kelembagaan: banyak belum punya kantor sendiri, hanya menumpang di kantor nagari/desa. Jumlah KAN se-Sumatera Barat berdasarkan rekapitulasi data kelembagaan KAN tahun 2020 adalah sebanyak 544 KAN (Sumber Renstra DPMD 2025-2029)
- SDM: pengurus minim keterampilan manajemen, administrasi, dan teknologi.
- Tupoksi: tidak jelas, menimbulkan tumpang tindih kewenangan dan benturan antar lembaga.
- Aset: status aset tidak jelas (milik KAN atau Pemerintah Nagari).
- Regulasi: belum ada aturan khusus tata kelola KAN, meski diakui dalam Perda No. 2/2007.

3. Masih Kurang Optimalnya Peran Lembaga Ekonomi dan Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat Desa/Nagari.

- Kelembagaan Nagari (BumNag/BumDes) belum Optimal baru 4 % BumNag Maju, dari data rekapitulasi perkembangan BumDes/BumNag berdasarkan Klasifikasi Tahun 2024 dari 1035 Nagari/Desa di Sumatera Barat jumlah BumNag/BumDes yang berdiri baru sebanyak 713 dari jumlah tersebut yang

masuk klasifikasi maju baru 53 BumNag/BumDes (Sumber data Renstra DPMD Prov.Sumbar 2025-2029)

- Sumber daya manusia di Nagari yang masih terbatas.
- Rendahnya Literasi Digital dan Akses Pasar, akses pasar masih banyak mengandalkan secara tradisional belum memanfaatkan Digital
- Alokasi Dana Nagari yang masih terbatas, pengalokasian dana Desa sudah diatur peruntukannya melalui Permendes PD TT RI
- Persaingan produk lokal dengan barang industri luar daerah, Produk lokal kalah saing dengan produk luar.

4. Belum Optimalnya Kerjasama antar Desa/Nagari dan Pembentukan Kawasan Perdesaan dalam Peningkatan Ekonomi Desa

- Masih terdapat 10 Nagari/Desa tertinggal di Sumatera Barat (sumber data Rekapitulasi data IDM Tahun 2024)
- Degradasi sumber daya alam dan lingkungan menghambat pemanfaatan potensi lokal.
- Belum optimalnya pembentukan dan pengelolaan kawasan perdesaan, baru 8 Kawasan Perdesaan yang terbentuk di Sumatera Barat (sumber Renstra DPMD Prov 2025-2029)

3. Hasil Diagnosa

a. Teknik APKL (Aktual, Problematik, Kekhalayakan dan Kelayakan)

Tabel 2.1
Isu Berdasarkan Kriteria APKL

No	Isu	Faktor				Jumlah	Ket
		A	P	K	L		
1	Belum Optimalnya Penyelenggaraan Pemerintah Desa/Nagari	4	4	4	4	16	III
2	Masih Rendahnya Peran Lembaga Kemasyarakatan dan Lembaga Adat dalam Pemberdayaan Masyarakat	4	4	3	3	14	IV
3	Masih Kurang Optimalnya Peran Lembaga Ekonomi dan Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat Desa/Nagari	5	5	5	5	20	I

4	Kurang Optimalnya Kerjasama antar Desa/Nagari dan Pembentukan Kawasan Perdesaan dalam Peningkatan Ekonomi Desa	4	4	5	5	18	II
---	--	---	---	---	---	----	----

Sumber: Data Olahan,2025

Keterangan Nilai:

- 5 : Sangat Aktual/Problematic/Kekhalayakan/Kelayakan
- 4 : Aktual/Problematic/Kekhalayakan/Kelayakan
- 3 : Cukup Aktual/Problematic/Kekhalayakan/Kelayakan
- 2 : Kurang Aktual/Problematic/Kekhalayakan/Kelayakan
- 1 : Tidak Aktual/Problematic/Kekhalayakan/Kelayakan

dari analisis diatas terpilih satu isu aktual yaitu **masih kurang optimalnya peran lembaga ekonomi dan pengembangan usaha ekonomi masyarakat Desa/Nagari.** untuk menentukan masalah yang akan menjadi prioritas utama maka *Project leader* menggunakan metode *Urgently, Seriously, Growth* (USG) melakukan analisis. USG adalah salah satu alat untuk menyusun urutan prioritas isu yang harus diselesaikan.

b. Tabel USG (Urgently, Seriously, Growth)

Tabel 2.2
USG (Urgently, Seriously, Growth)

MASALAH	U	S	G	Total
a. Sumber daya manusia di nagari yang masih terbatas.	5	4	4	13
b. Rendahnya Literasi Digital dan Akses Pasar	5	5	5	15
c. Alokasi Dana Nagari yang masih terbatas	5	5	4	14
d. Persaingan produk lokal dengan barang industri luar daerah	5	4	4	13

Sumber: Data Olahan,2025

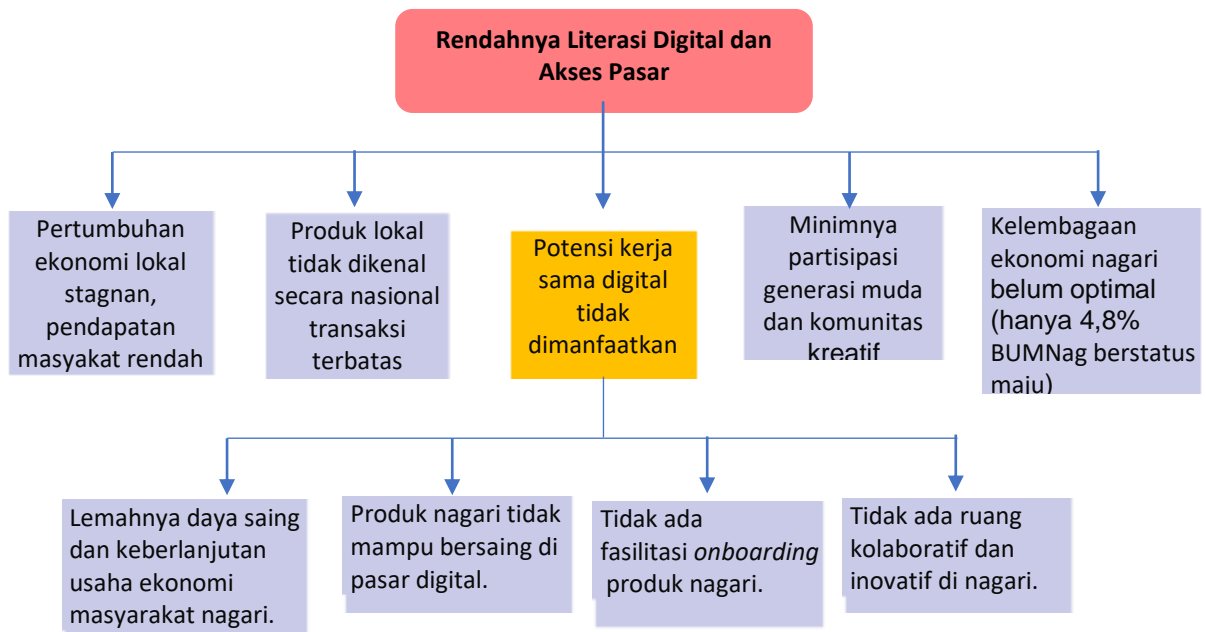
Keterangan Nilai:

- 5 : Sangat *Urgency/Seriousness/Growth*
- 4 : *Urgency/Seriousness/Growth*
- 3 : Cukup *Urgency/Seriousness/Growth*
- 2 : Kurang *Urgency/Seriousness/Growth*
- 1 : Tidak *Urgency/Seriousness/Growth*

Dari hasil analisis USG di atas diperoleh permasalahan yang memiliki skor tertinggi yaitu: **Rendahnya Literasi Digital dan Akses Pasar**, permasalahan ini merupakan permasalahan krusial dan penting untuk ditindaklanjuti. Maka fokus area perubahan yang akan *Project Leader* lakukan terkait dengan delapan area perubahan Reformasi birokrasi adalah tata laksana **Digitalisasi Ekonomi Nagari dan Akses Pasar”**

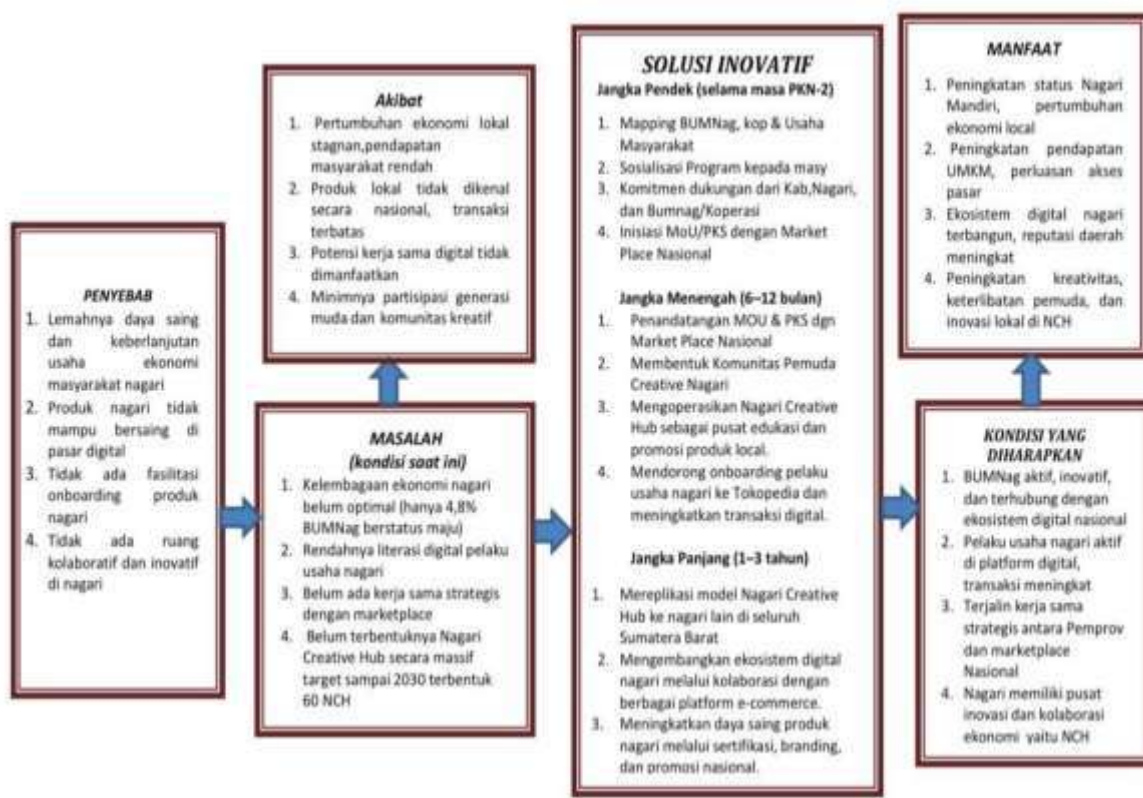
c. Pohon Masalah

Gambar 2.1.Pohon Masalah



d. Kerangka Pikir

Tabel 2.3
Kerangka Pikir



Sumber data : data olahan,2025

E. Rencana Strategi Penyelesaian Masalah

a. Terobosan Inovatif

Proyek perubahan ini menghadirkan terobosan dengan mengintegrasikan kelembagaan ekonomi Nagari(BUMNag), Koperasi, dan kelompok usaha ke dalam ekosistem Digital Nasional melalui pembentukan Nagari *Creative Hub* dan kerja sama strategis dengan *marketplace* Nasional. Langkah inovatif dimulai dari pemetaan kelembagaan di Nagari pilot, dilanjutkan dengan sosialisasi, penandatanganan MoU/PKS, pelatihan literasi digital dan manajemen usaha, hingga *onboarding* produk ke etalase “Produk Nagari Sumatera Barat.” Nagari *Creative Hub* kemudian berfungsi sebagai pusat edukasi, promosi, dan kolaborasi. Hasilnya, lebih dari 500 pelaku usaha terintegrasi ke *marketplace*, omzet UMKM meningkat rata-rata 30% pada tahun pertama,

kelembagaan lokal semakin kokoh, serta terbangun infrastruktur fisik dan digital yang memperkuat pemasaran produk nagari. Sumatera Barat pun tampil sebagai provinsi inovatif dan adaptif di era ekonomi digital.

Tabel 2.4
Hubungan Kriteria Inovasi dengan Proyek Perubahan

No	Kriteria Inovasi	Hubungan Kriteria Inovasi Dengan Proper
1	Memberikan Nilai Tambah bagi Organisasi dan Stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> • Bagi Pemerintah Daerah: Mendukung pencapaian RPJMD, meningkatkan indikator kinerja OPD, dan memperkuat tata kelola ekonomi lokal. • Bagi Dinas PMD: Menjawab tuntutan Renstra terkait inovasi, kolaborasi lintas sektor, dan pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. • Bagi Masyarakat Nagari: Meningkatkan pendapatan, akses pasar, dan keterlibatan generasi muda dalam pembangunan ekonomi.
2	Unsur Kebaruan	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi role model pemberdayaan Pertama di Sumatera Barat yang mengintegrasikan kelembagaan ekonomi nagari dengan marketplace nasional secara sistematis. • Menggabungkan pendekatan digital, budaya lokal, dan kelembagaan ekonomi dalam satu ekosistem inovatif.
3	Bisa Direplikasi	<ul style="list-style-type: none"> • Model Nagari Creative Hub dapat diterapkan di seluruh nagari di Sumatera Barat. • Proses onboarding seller dan kerja sama dengan marketplace dapat diadaptasi oleh OPD lain atau provinsi lain.
4	Dapat diterapkan secara berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai organisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Sejalan dengan semangat pemberdayaan masyarakat, gotong royong, dan kemandirian nagari. • Mendukung visi Dinas PMD: "Terwujudnya masyarakat desa/nagari yang mandiri, sejahtera, dan berdaya saing." • Mendorong inovasi, kolaborasi, dan transformasi digital sebagai nilai strategis organisasi.

Sumber: Data Olahan,2025

b. Pentahapan Rencana Proyek Perubahan (*Milestone*)

Berikut adalah tabel **Pentahapan Proyek Perubahan** untuk inisiatif Digitalisasi Ekonomi Nagari melalui Nagari *Creative Hub* dan Kemitraan marketplace, disusun berdasarkan jangka waktu pendek, menengah, dan panjang.

Tabel 2.5
Milestone dan Kegiatan Jangka Pendek, Jangka Menengah dan Jangka Panjang

No	Milestone	Tahapan	Kegiatan	Rencana Waktu Pelaksanaan	Hasil/Output	Stakeholder yang terlibat
I						
JANGKA PENDEK						
1	Melakukan pemetaan kelembagaan ekonomi nagari dan identifikasi Nagari <i>pilot project</i> untuk 5 (lima) Nagari.				Tersedianya pemetaan kelembagaan ekonomi nagari dalam bentuk dokumen	-Nagari -PMD -Bumnag /Koperasi
		Membentuk tim efektif			Tersedia sk tim efektif	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Melaksanakan Rapat Pembentukan Tim Efektif	Minggu I Sept 2025	- Undangan - Daftar Hadir - Notulen Rapat - Foto	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Membuat Surat Keputusan (SK) Tim Kerja Efektif	Minggu I Sept 2025	SK Tim Efektif	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
		Identifikasi/verifikasi kelembagaan ekonomi Nagari			Tersedianya database	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Koordinasi lintas OPD dan stakeholder	Minggu II Sept 2025	-Foto	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Pengumpulan data awal	Minggu II sept 2025	Database BumNag, Kodes dan kelompok usaha	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - OPD terkait
			Verifikasi lapangan	Minggu III Sept 2025	Form verifikasi foto, dan catatan temuan	- PL - Tim kerja - PMD kab - Nagari
			Penetapan Kelembagaan Sasaran	Minggu III Sept 2025	Dokumen penetapan final kelembagaan sasaran	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - PMD - Nagari
2.	Pembuatan komitmen dengan PMD Kabupaten, NCH, Nagari <i>pilot project</i> .				- Dokumen berita acara komitmen/dukungan yang telah ditandatangani	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - PMD - Nagari
		Persiapan & Konsolidasi Internal			Tersedianya <i>Draf</i> kerangka Komitmen	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Menyusun konsep	Minggu IV	- Draft	- <i>Project</i>

			draf	sept 2025	kerangka komitmen,	<i>Leader</i> - Tim Kerja
		Penandatanganan komitmen/dukungan			daftar pihak terlibat	- <i>Project Leader</i> - <i>Tim kerja</i>
			Meminta kesediaan dukungan/komitmen PMD Kabupaten, Nagari	Minggu ke IV Sept 2025	Dokumen Dukungan/Komitmen	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - PMD - Nagari
3	Melakukan sosialisasi program kepada kabupaten lokus .				Terlaksananya Sosialisasi Program ke Kabupaten/kota	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - PMD kab - Nagari - Bumrag - Kopdes
		Persiapan Materi & Agenda			Tersedianya materi dan agenda	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Menyiapkan administrasi sosialisasi	Minggu I okt 2025	-undangan -daftar hadir	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
		Koordinasi Internal & Penetapan Jadwal			Terlaksananya koordinasi internal dan Rundown pelaksanaan	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Rapat koordinasi tim efektif untuk menentukan lokasi, waktu, dan narasumber	Minggu II Okt 2025	Jadwal resmi sosialisasi, daftar narasumber	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
		Pelaksanaan Sosialisasi			Terlaksananya sosialisasi	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
			Pemaparan oleh <i>Project Leader</i> dan narasumber utama	Minggu III Okt 2025	Daftar hadir peserta, foto kegiatan, notulen, dan dokumentasi presentasi.	- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja
4	Mempersiapkan Draft MOU & PKS dengan Market Place Nasional					- <i>Project Leader</i> - Tim Kerja - Biro pemerintahan
		Inisiasi & Koordinasi Awal			Terlaksananya inisiasi dan koordinasi awal	<i>Project Leader, Tim Efektif,</i>
			Rapat internal tim efektif untuk menyamakan persepsi tujuan & ruang lingkup kerja sama.	Minggu III Okt 2025	Notulen rapat, daftar	<i>Project Leader, Tim Efektif,</i>
			Identifikasi regulasi yang menjadi dasar hukum	Minggu III Okt 2025	daftar regulasi acuan	<i>Project Leader, Tim Efektif,</i>
		Identifikasi & Pemetaan Substansi			Teridentifikasi dan terpetakannya substansi kerjasama	<i>Project Leader, Tim Efektif</i>
			Menentukan	Minggu	Matriks peran	<i>Tim</i>

			lingkup kerja sama:	III Okt 2025	& tanggung jawab,	Penyusun, DPMD,
		Penyusunan Draft Awal MoU/PKS				
			erumuskan pasal-pasal MoU sesuai hasil pemetaan	Minggu IV okt 2025	Draft MoU/PKS	Project Leader, Tim Efektif, Biro Pemerintahan
			Pembahasan Draft Mou &PKS	Minggu IV okt 2025	Rapat pembahasan	Project Leader, Tim TKKSD Biro Pem
II	JANGKA MENENGAH					
No	Milestone	Tahapan	Kegiatan	Rencana Pelaksanaan	Hasil/Output	Stakeholder yang terlibat
1	Penandatanganan MoU/PKS antara Pemprov Sumbar dan Market Place Nasional sebagai dasar kemitraan resmi.			Nov – des 2025		Project Leader, Tim Efektif, Biro Pemerintahan Market place
2	Pembentukan Komunitas Pemuda Creative Nagari di NCH			2026		Project Leader, Tim Efektif
3	Mengoperasikan Nagari Creative Hub sebagai pusat edukasi dan promosi produk			2026		Project Leader, Tim Efektif Dinas PMD Nagari
4	Mendorong onboarding pelaku usaha Nagari ke Market Place Nasional dan meningkatkan transaksi digital, berupa pendampingan teknis dan pelatihan dasar literasi Digital dan aktivasi Platform			2026		Project Leader, Tim Efektif Market Place Dinas Kominfo Dinas Kop.UKM Dinas Perindag
III	JANGKA PANJANG					
No	Milestone	Tahapan	Kegiatan	Rencana Pelaksanaan	Hasil/Output	Stakeholder yang terlibat
1	Mereplikasi model Nagari Creative Hub ke nagari lain di seluruh Sumatera Barat			2027-2030		Project Leader, Tim Efektif Dinas PMD Nagari
2	Mengembangkan ekosistem digital nagari melalui kolaborasi dengan berbagai platform e-commerce			2027-2030		Project Leader, Tim Efektif Dinas PMD Nagari
3	Meningkatkan daya saing produk nagari melalui sertifikasi, branding, dan promosi nasional			2027-2030		Project Leader, Tim Efektif Dinas PMD Nagari

Sumber: Data Olahan,2025

c. **Manajemen Risiko (Potensi Risiko dan Mitigasi)**

Gambar 2.1
Matrik Analisis Resiko

		D A M P A K				
		1 – Tidak berarti	2 – Kecil	3 – Sedang	4 – Besar	5 – Luar Biasa
K E M U N G K I N A N	5 – Hampir pasti terjadi	5	10	15	20	25
	4 – Sering terjadi	4	8	12	16	20
	3 – Mungkin terjadi	3	6	9	12	15
	2 – Jarang terjadi	2	4	6	8	10
	1 – Hampir tidak terjadi	1	2	3	4	5

Sumber: Data Olahan,2025

Tabel 2.6
Strategi Penanganan Risiko

No	Potensi Risiko	Kemungkinan Dampak	Dampak	Skor	Prioritas Risiko	Penanganan Risiko
1.	Potensi terjadinya ketidakpahaman dan ketidaksamaan persepsi dari Tim Efektif dan Mentor	2	3	6	sedang	Memberikan pemahaman dan penyamaan persepsi sebelum memulai proyek perubahan dan dukungan serta komitmen dari Mentor
2.	Potensi Resiko terabaikannya pelaksanaan rencana proyek perubahan karena kesibukan Tim Efektif	3	3	9	Sedang	Melakukan pendekatan dan komunikasi yang efektif kepada anggota Tim , serta memberikan contoh dan semangat kerja
	Potensi resiko Tim Efektif tidak melakukan fungsi dan perannya sesuai tanggung jawabnya	3	3	9	Sedang	Melakukan pendekatan, koordinasi dan komunikasi yang efektif kepada Tim serta melakukan evaluasi terus menerus
	Resiko tidak terlaksananya kegiatan sesuai jadwal karena kesibukan Mentor dan Tim Efektif dalam melaksanakan tugas dan fungsinya	3	4	12	Sedang	Melakukan koordinasi intensif dan komunikasi yang efektif terkait jadwal pelaksanaan kepada mentor dan Tim Efektif serta melakukan penyesuaian apabila ada kegiatan lain pada jadwal yang sama
	Potensi terjadinya Ketidak tersediaan data Usaha masy	3	5	15	Tinggi	Komunikasi dengan Dinas Kop,UKM, DPMD Kab & nagari
	Potensi terjadinya ketidak hadiran peserta sosialisasi	3	4	12	Sedang	Melakukan komunikasi dengan DPMD Kab &Nagar

Sumber: Data Olahan,2025

e. Rencana Strategi Marketing

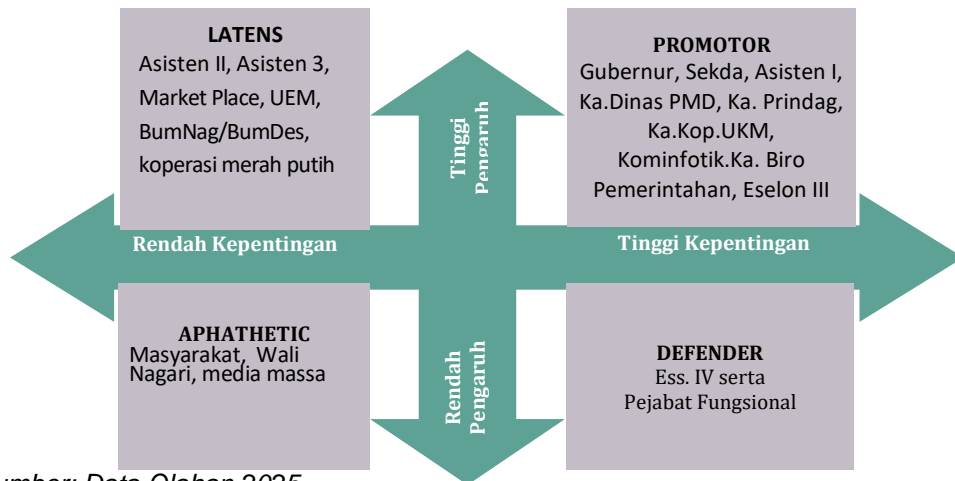
a. Peta Stakeholder

Tabel 2.7
Identifikasi Stakeholder

Stakeholder	Peran	Pengaruh		Kepentingan		Posisi
		Kuat	Lemah	Tinggi	Rendah	
Stakeholder Internal						
Gubernur	Memberikan arahan dan dukungan	v		v		Promotor
Sekretaris Daerah	Memberikan arahan dan dukungan	v		v		Promotor/ Mentor
Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa	Mendukung proper	v		v		Promotor
Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan	Mendukung proper	v		v		Promotor
Kepala Dinas Koperasi & UMKM	Mendukung proper	v		v		Promotor
Kepala Dinas Kominfotik		v		v		Promotor
Kepala biro Pemerintahan	Mendukung proper	v		v		Promotor
Asisten I	Mendukung proper	v		v		Promotor
Asisten II		v			v	Latent
Asisten III		v			v	Latent
Eselon III	Mendukung proper	v		v		Promotor
Eselon IV			v	v		Defender
Fungsional			v	v		Defender
Stakeholder Eksternal						
Market Place		v			v	Latent
Kelompok UEM		v			v	Latent
BumNag/BumDes		v			v	Latent
koperasi		v			v	Latent
Walinagari			v		v	Aphathetic
Masyarakat			v		v	Aphathetic
Media massa			v		v	Aphathetic

Sumber: Data Olahan,2025

Gambar 2.2
Identifikasi Stakeholder Internal Dan Eksternal



Sumber: Data Olahan,2025

Hasil pemetaan stakeholder internal dan eksternal menunjukkan empat klasifikasi utama. **Kuadran I (Promotor)** terdiri dari pimpinan daerah dan kepala OPD strategis yang akan diajak berkomunikasi intensif untuk memastikan sinergi Nagari *Creative Hub* dengan Marketplace berjalan efektif. **Kuadran II (Latents)** meliputi Asisten II, Asisten III, marketplace, UEM, Bumdes/Bumnag, dan koperasi, yang perlu diyakinkan bahwa proyek ini memberi dasar kuat bagi pengambilan keputusan strategis. **Kuadran III (Defender)** mencakup pejabat eselon III, IV, dan fungsional, yang akan dikuatkan pemahamannya agar mampu mendeteksi hambatan serta menyiapkan langkah pengendalian. Sementara itu, **Kuadran IV (Apathetic)** terdiri dari masyarakat, wali nagari, dan media massa, yang perlu disadarkan bahwa proyek ini penting bagi peningkatan ekonomi Nagari.

f. **Strategi Komunikasi Yang Digunakan Dengan Stakeholder**

Tabel 2.8
Tabel Strategi Komunikasi

Pemangku kepentingan	Tujuan Komunikasi	Pesan Utama	Saluran Komunikasi
<i>Project Leader</i>	Mendapatkan dukungan dan partisipasi aktif proyek perubahan	Isu Aktual proyek perubahan Pembentukan Tim	Rapat Diskusi Tatap Muka
Mentor	Mendukung pelaksanaan proper	Menyetujui isu utama proyek perubahan	Tatap muka
Kepala DPMD/Pengarah	Mendukung pelaksanaan proyek perubahan	Mendukung setiap tahap proyek perubahan	WhatsApp Konsultasi langsung
Pokja I (Perumus), Pokja II (Adminstrasi), Pokja III (Kontributor)	Membantu merumuskan dll	Memberikan saran dan masukan Membantu menyiapkan administrasi dan keuangan	WhatsApp Rapat FGD
Stakeholder internal (dis	Mendukung pelaksanaan proyek	Memberikan masukan	Rapat, FGD

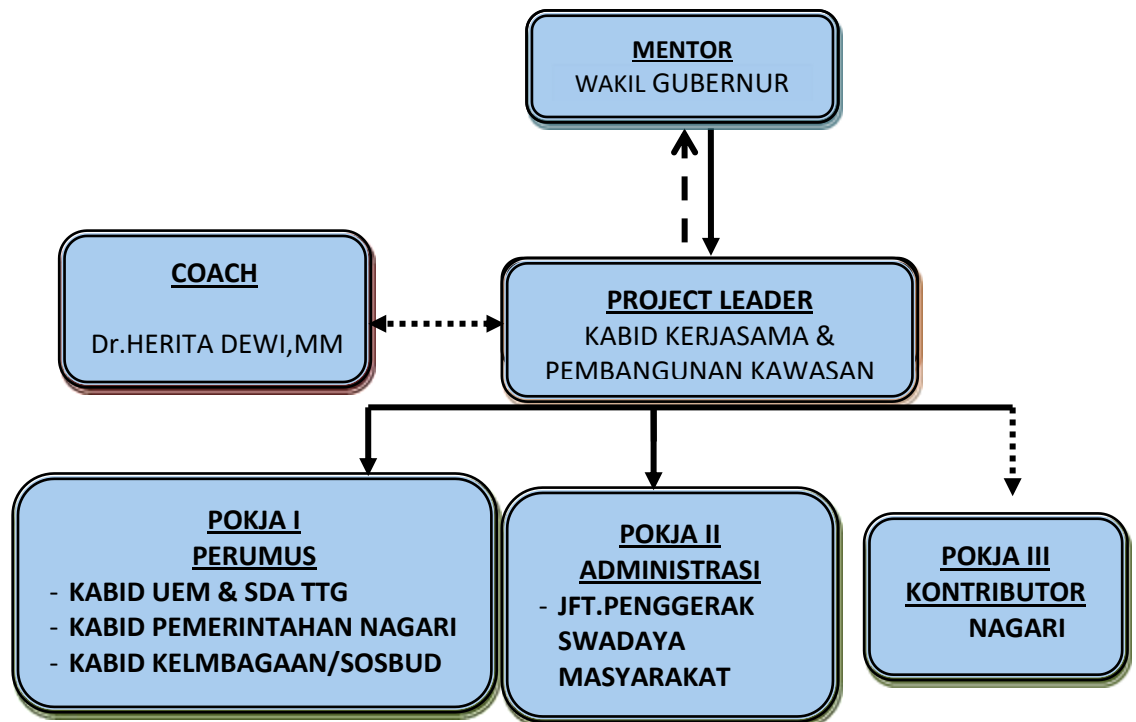
kop,ukm,disperindag, Diskominfotik,Ro Pem)	perubahan		
Stake holder eksternal (market place, kop,ukm,disperindag, Diskominfotik,Ro Pem)	Mendukung pelaksanaan proyek perubahan	Memberikan masukan	Rapat, FGD

Sumber: Data Olahan,2025

g. Pemanfaatan Sumber Daya Organisasi

a. Pengelolaan Tim Efektif

Gambar 2.3
Struktur Pelaksanaan Proyek Perubahan



Sumber: Data Olahan,2025

Tabel 2.9
Struktur Pelaksanaan Proyek Perubahan

DESKRIPSI TUGAS	
<u>Mentor:</u> Vasko Ruseimy (Wakil Gubernur)	Berperan sebagai: 1. Pembimbing internal (memberikan arahan) 2. Pemberi dukungan 3. Membantu menyelesaikan hambatan-hambatan yang tidak dapat terselesaikan oleh <i>Project Leader</i> . 4. Inspirator bagi <i>Project Leader</i> 5. Menerima Laporan atas Perkembangan Proyek Perubahan 6. Mengesahkan Proyek Perubahan
<u>Coach</u> Dr. Herita Dewi, MM	Berperan sebagai; 1. Pembimbing eksternal (memberikan arahan dan bimbingan) 2. Pemberi dukungan 3. Pengawas kegiatan jarak jauh dengan IT/ Memantau Progres Pelaksanaan Proyek Perubahan. 4. Kontributor penyelesaian Proyek Perubahan (memberikan masukan dalam menyusun Proyek perubahan) 5. Koordinator Proyek Perubahan
<u>Project Leader (PL)</u> Vera Irawati, ST, MM	Berperan sebagai; 1. Perancang Proyek Perubahan 2. Pelaksana Proyek Perubahan (Penanggung jawab pelaksanaan kegiatan perubahan, memastikan Proyek berjalan sesuai dengan perencanaan dan jadwal) 3. Pengawas Proyek Perubahan (Memonitor hal-hal yang belum berjalan baik dan mengkoordinasikan dengan pihak terkait) 4. Penyusun laporan Proyek Perubahan
POKJA I (PERUMUS)	
- Kabid UEM & SDATTG - Kabid Pemerintahan Nagari - Kabid Kelembagaan & Sosbud	Berperan sebagai ; 1). Tim Pendukung dan mengkoordinir Pelaksanaan Aksi Perubahan 2). Menyiapkan bahan dan aturan terkait dengan pelaksanaan Aksi Perubahan 3). Mengidentifikasi dan menginventarisasi Kebutuhan Pelaksanaan Aksi Perubahan. 4). Berkoordinasi dengan <i>stakeholders</i> eksternal untuk persiapan dalam pembuatan draft MOU dan Perjanjian Kerjasama 5). Melaksanakan Tugas lain yang diberikan oleh <i>Action Leader</i>
POKJA II (ADMINISTRASI)	
- JFT penggerak Swadaya Masyarakat - JFU	a. Menyiapkan administrasi surat menyurat b. Membantu proses pengetikan dan penyusunan draft MOU dan Perjanjian Kerjasama. c. Mengumpulkan bahan, membuat Notulen d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan <i>Project Leader</i> .
POKJA III (KONTRIBUTOR)	
- Nagari	Berperan sebagai Kontributor Project Perubahan, membantu memberikan Kontribusi saran dan masukan terhadap Proyek Perubahan.

Sumber: Data Olahan, 2025

b. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Tabel 2.10
Pemanfaatan Teknologi Informasi

No	Teknologi Digital yang Digunakan	Manfaat Pemanfaatan IT
1	Aplikasi Srikandi	Untuk surat menyurat, meningkatkan aksesibilitas dan berbagi informasi dengan tim kerja
2	Aplikasi WhatsApp	Melaksanakan koordinasi antar tim kerja
3	Aplikasi LMS Sumbar Cadiak	Untuk menyebarkan informasi ilmu pengetahuan terkait pp
4	Media Sosial lainnya (Instagram, tiktok, web)	untuk penyebarluasan informasi, sosialisasi dll

Sumber: Data Olahan, 2025

c. Rencana Strategi Marketing

1) *Customer*

Sasaran utama sebagai *customer* adalah masyarakat, kelompok usaha ekonomi masyarakat dan Bumdes/Bumnag.

2) *Product*

Produk yang dihasilkan pada proyek perubahan ini adalah komitmen kesepakatan (MoU) antara *Marketplace* dan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan PKS antara Dinas PMD dengan *marketplace* dalam memberikan dukungan terhadap peningkatan dan pengembangan ekonomi masyarakat secara digital.

3) *Price*

Price yang akan dihasilkan adalah kolaborasi anggaran swasta (*marketplace*) dan APBD Provinsi.

4) *Place*

Tempat pelaksanaan proyek perubahan ini adalah Provinsi Sumatera Barat.

5) *Promotion*

Promosi akan dilakukan dengan sosialisasi melalui media *online Instagram, website* ataupun *offline* dan Info grafis.

F. Rencana Mata Pelatihan Yang Mendukung Proyek Perubahan

Tabel 2.11

Keterkaitan Masalah dengan 3 Mata Pelatihan Pilihan

No	Judul Aksi Perubahan	Mata Pelatihan	Jalur Pembelajaran	Hubungan dengan Proyek Perubahan	Sumber Belajar
1	AKSELERASI KELEMBAGAAN & USAHA EKONOMI MASYARAKAT NAGARI MELALUI KOLABORATIF DALAM MENDORONG TERBENTUKNYA NAGARI <i>CREATIVE HUB</i> DI SUMATERA BARAT	<i>Digital Skill</i> dalam penyusunan kebijakan	Pembelajaran tatap muka kelompok	mampu mengembangkan rencana pelayanan publik digital yang sesuai dengan ruang lingkup organisasi yang diindikasikan, kebijakan <i>kepemimpinan digital</i> , mengidentifikasi ragam inovasi <i>model kepemimpinan digital</i> dan mengidentifikasi tantangan kepemimpinan digital untuk pengambilan keputusan.	Modul Digital Skill
2		Diagnosa Organisasi	Self Learning	Melalui materi diagnosa organisasi, peserta mampu menemukan isu strategis organisasi berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal organisasi dan mendiagnosa komponen internal organisasi guna merumuskan gagasan proyek perubahan.	Modul PKN II
3		Kemitraan Swasta dan Pemerintah (<i>Public Private Patnership</i>)	Self Learning E Learning	Strategi Public Private Patnership untuk pengembangan ekonomi Nagari tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan pemerintah Nagari dan Dinas PMD dalam membangun kemitraan strategis dengan sektor swasta	Modul PPP PKN II

Sumber: Data Olahan, 2025

G. Rencana Strategi Pengembangan Kompetensi Dalam Adopsi Proyek Perubahan

Adapun strategi pengembangan kompetensi yang dilakukan terhadap pihak terdampak dalam proyek perubahan ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.12
Strategi Pengembangan Kompetensi Proyek Perubahan

No	Pihak Terdampak	Perubahan Kompetensi yang dibutuhkan	Cara Pengembangan Kompetensi
1	Bumdes/Kopertasi/UMKM	Mendapatkan Kompetensi sesuai kebutuhan dalam pemberdayaan ekonomi Nagari	Pelatihan.Webinar,FGD
2	Pokja I (Perumus)	Mengetahui tata cara perumusan komitmen kerjasama dalam pemberdayaan ekonomi Nagari	Rapat pimpinan, diskusi, FGD, diskusi terbatas
3	Pokja II (Administrasi)	Mampu mengaplikasikan tata cara pengumpulan data yang benar, pembuatan dokumen kerjasama yang benar dengan pihak ketiga	Rapat, diskusi, dan FGD
4	Kontributor	Mendapatkan Kompetensi yang sesuai yang di butuhkan	Rapat, diskusi dan FGD

Sumber: Data Olahan,2025

H. Pemetaan Sikap Prilaku Dan Strategi Pengembangan Potensi Diri

1. Hasil Pemetaan Sikap Prilaku Kepemimpinan

Table 2.13
Rekap Nilai Akhir Sikap Perilaku Peserta

REKAP NILAI AKHIR SIKAP PERILAKU PESERTA					
Nama Peserta	: VERA IRAWATI,ST.MM	Nama Mentor	: VASKO RUSEIMY,ST		
NIP	: 19800918 200604 2 006	NIP:	: -		
Jabatan	: KABID KERJASAMA PEMBANGUNAN KAW.	Jabatan	: WAKIL GUBERNUR		
Instansi	: DINAS PMD PROV.SUMBAR	Instansi	: PEMPROV.SUMBAR		
Program	: PKN II ANGKATAN XX TAHUN 2025				
		Nilai Komponen			
	Sub Komponen Integritas	Sub Komponen Kerjasama	Sub Komponen Mengelola Perubahan	Rata-Rata Total Sub Komponen	Kualifikasi Total Sub
Peserta	9,00	9,00	9,00	9,00	Istimewa
Mentor	9,00	9,00	8,50	8,83	Baik
Nilai Rata-Rata Per Sub Komponen	9,00	9,00	8,65	8,88	Baik
Kualifikasi Per Sub Komponen	Istimewa	Istimewa	Baik	Baik	
Keterangan Kualifikasi			Akhir Sikap Perilaku		
9.00-10	Istimewa		8,88		
7-8.99	Baik				
5-6.99	Cukup		Kualifikasi:		
3-4.99	Kurang		Baik		
1-2.99	Sangat Kurang				
REKOMENDASI PENGEMBANGAN POTENSI DIRI:					
Istimewa	:	Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan pengayaan pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan sebagai bekal pengayaan sikap perilaku untuk menduduki jabatan pimpinan yang lebih tinggi			
Baik	:	Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan pengayaan pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan yang terjadwal sebagai bekal pendalaman sikap perilaku dalam jabatan pimpinan tinggi pratama			
Cukup	:	Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan program pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan yang terjadwal sebagai bekal penguatan sikap perilaku dalam menduduki jabatan pimpinan tinggi pratama			
Kurang	:	Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan program pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan, pendampingan yang sangat ketat dan sebaiknya agar melibatkan unit pengelola kepegawaian instansi asal peserta sebagai bekal penguatan sikap perilaku dalam menduduki jabatan pimpinan tinggi pratama			

Berdasarkan hasil penilaian gabungan *Project Leader* dan Mentor terhadap 3 komponen utama dengan 16 sub komponen, peserta memperoleh nilai rata-rata 8,88 (Baik).

- Integritas: rata-rata 9 (Istimewa), seluruh 6 sub komponen bernilai istimewa.
- Kerjasama: rata-rata 9 (Istimewa), seluruh 5 sub komponen bernilai istimewa.
- Mengelola Perubahan: rata-rata 8,65 (Baik), dengan 5 sub komponen bernilai baik.

Dari capaian tersebut, Mentor merekomendasikan agar peserta mendapatkan pengayaan pengembangan diri melalui kegiatan terukur dengan bimbingan dan pendampingan terjadwal. Selain itu, peserta diharapkan dapat memperkuat strategi komunikasi yang partisipatif dan kolaboratif, sehingga mampu mengajak, memotivasi, dan mendorong keterlibatan aktif baik dari internal maupun eksternal dalam mencapai tujuan bersama.

2. Rencana Strategi Pengembangan Potensi

Berdasarkan hasil pemetaan sikap perilaku, strategi pengembangan potensi diri dalam implementasi proyek perubahan diarahkan pada upaya mempertahankan sub komponen dengan kualifikasi Istimewa serta meningkatkan sub komponen dengan kualifikasi Baik.

1. Integritas difokuskan pada penguatan tanggung jawab melalui keterlibatan dalam kerja tim, pendalaman konsep Total Quality Management (TQM), pemahaman tujuan organisasi, serta latihan penyampaian argumentasi berbasis data. Evaluasi berkala terhadap kedisiplinan, konsistensi, dan pemahaman manajemen risiko menjadi bagian penting dalam pengambilan keputusan.
2. Kerjasama diarahkan pada peningkatan keterampilan komunikasi internal-eksternal, penguasaan teknik persuasi, serta partisipasi aktif dalam forum diskusi atau komunitas. Hal

ini ditujukan untuk membangun fleksibilitas, memperkuat komitmen dalam tim, dan menumbuhkan kepercayaan diri dalam kolaborasi.

3. Mengelola Perubahan difokuskan pada evaluasi metode kerja agar lebih adaptif, serta pengayaan referensi untuk pengembangan diri dan orang lain. Selain itu, ditekankan pembelajaran perencanaan kerja yang akuntabel, berorientasi hasil, serta keberanian mengambil inisiatif dalam bidang yang dikuasai.




III. PELAKSANAAN PROYEK PERUBAHAN



A. Capaian Perubahan Terhadap Rencana Perubahan dan Manfaat Proyek Perubahan

a. Capaian Perubahan terhadap rencana Perubahan (Pelaksanaan Proper)

Tabel 3.1
Capaian Pelaksanaan Proyek Perubahan

No	Milestone	Tahapan	Kegiatan	Capaian	Bukti
I	JANGKA PENDEK				
1	Melakukan pemetaan kelembagaan ekonomi nagari dan identifikasi Nagari <i>pilot project</i> untuk 5 (lima) Nagari.			Tercapai sesuai target	
		Membentuk tim efektif			
			Melaksanakan Rapat Pembentukan Tim Efektif	Rencana Minggu I Sept Realisasi : minggu I Sept	
			Membuat Surat Keputusan (SK) Tim Kerja Efektif	Rencana: Minggu I Sept Realisasi : minggu I Sept	
		Identifikasi/verifikasi kelembagaan ekonomi Nagari			
			Koordinasi lintas OPD dan stakeholder	Rencana Minggu II Sept Realisasi : minggu II Sept	

			Pengumpulan data awal	Rencana Minggu II Sept Realisasi : minggu II Sept	
			Verifikasi lapangan	Rencana Minggu III Sept Realisasi : minggu III Sept	
			Penetapan Kelembagaan Sasaran	Rencana Minggu III Sept Realisasi : minggu III Sept	
2.	Pembuatan komitmen dengan PMD Kabupaten, NCH, Nagari pilot project.			Tercapai sesuai target Dan lebih cepat dari target	
		Persiapan & Konsolidasi Internal			
			Menyusun konsep draft	Rencana: Minggu I Sept Realisasi : minggu I Sept	
		Penandatanganan komitmen/dukungan			
			Meminta kesediaan dukungan/komitmen PMD Kabupaten, Nagari	Rencana: Minggu IV Sept Realisasi : minggu I Sept	
3	Melakukan sosialisasi program kepada kabupaten lokus .			Terlaksana lebih cepat dari target	
		Persiapan Materi & Agenda		Rencana: Minggu I okt Realisasi : minggu II sept	
			Menyiapkan administrasi sosialisasi	Rencana: Minggu I okt Realisasi : minggu I sept	
		Koordinasi Internal & Penetapan Jadwal		Rencana: Minggu I okt Realisasi : minggu I sept	
			Rapat koordinasi tim efektif untuk menentukan lokasi, waktu, dan narasumber	Rencana: Minggu I okt Realisasi : minggu I sept	
		Pelaksanaan Sosialisasi			
			Pemaparan oleh <i>Project Leader</i> dan narasumber utama	Rencana: Minggu I okt Realisasi : minggu II sept	
4	Mempersiapkan Draft MOU & PKS dengan Market Place Nasional			Terlaksana sesuai target dan lebih cepat dari target	
		Inisiasi & Koordinasi Awal			
			Rapat internal tim efektif untuk menyamakan persepsi tujuan & ruang lingkup kerja sama.	Rencana: Minggu III okt Realisasi : minggu IIIsept	
			Identifikasi regulasi yang menjadi dasar hukum	Rencana: Minggu III okt Realisasi : minggu I okt	
		Identifikasi & Pemetaan Substansi			
			Menentukan lingkup kerja sama:	Rencana: Minggu III okt Realisasi : minggu II okt	
		Penyusunan Draft Awal MoU/PKS			
			merumuskan pasal-pasal MoU sesuai hasil pemetaan	Rencana: Minggu III okt Realisasi : minggu II Okt	
			Pembahasan <i>Draf</i>	Rencana: Minggu III okt	

			Mou & PKS	Realisasi : minggu III Okt Minggu ke IV September	
5	Milestone tambahan Koordinasi Ke kementerian KomDigi dan KemenDes PDDT RI	Dukungan dan Pembahasan Draft Kerjasama dengan Tokopedia			

Sumber : data olahan 202

1. Pemetaan kelembagaan ekonomi Nagari dan identifikasi Nagari *pilot project* untuk 5 (lima) Nagari.

a. Pembuatan SK Tim Efektif

Sebelum dilakukan pemetaan dibentuk dulu Tim Efektif diawali dengan Rapat dengan pembentukan tim efektif yang dipimpin oleh Bapak Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat pada tanggal 01 september 2025 membahas tentang pelaksanaan proyek perubahan dan siapa saja yang menjadi anggota tim. Anggota Tim dibagi 3 (tiga), Kelompok kerja I sebagai tim Perumus terdiri dari Pejabat Struktural eselon III lingkup Dinas PMD Prov.Sumbar, Kelompok kerja II terdiri dari JFT dan JFU Dinas PMD Prov.Sumbar dan Kelompok Kerja III terdiri dari DPMD Kabupaten dan Walinagari. SK Tim langsung ditanda tangani tanggal 02 September 2025 oleh Bapak Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat. **Draft dan SK yang sudah ditanda tangani pada lampiran dan Dokumentasi Rapat dapat dilihat melalui kode Barcode :**



Gambar 3.1
SK Tim efektif yang telah ditanda tangani



Sumber.dokumentasi Project leader

b. Identifikasi/verifikasi kelembagaan ekonomi kabupaten yang menjadi pilot project

Langkah pertama yaitu melakukan koordinasi dengan stakeholder terkait yang memiliki keterkaitan dengan proyek perubahan *projek leader* yaitu, Dinas Koperasi dan UKM Provinsi

Sumatera Barat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat, Dinas Kominfo Provinsi Sumatera Barat, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat Nagari Kabupaten Solok pada minggu ke-2 September 2025. Dalam pertemuan dimaksud semua OPD terkait mendukung terlaksananya proyek perubahan ini dan Dinas Koperasi dan UKM *Project Leader* mendapatkan data UMKM yang berda pada Kabupaten Solok Selanjutnya dilakukan pengumpulan data awal yang dilaksanakan pada minggu ke II September 2025, dan pengisian kuesener berdasarkan data awal data bumNag, Koperasi merah putih, UEM. **Dokumentasi Koordinasi awal dan Kuesener yang telah di isi dapat dilihat melalui link *barcode* :**



setelah dilakukan verifikasi data dari pengumpulan kuesener terpilih 5 (lima) Nagari Lokus yang memenuhi kriteria untuk diusulkan untuk kerjasama dengan *Marketplace* Nasional. Nagari yang terpilih berdasarkan kuesener yang telah diidentifikasi dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 3.2
Nagari Terpilih Berdasarkan Kuesener

NO	NAMA NAGARI	Indikator				KET
		Internet	BumNag aktif	Kopdes Merah putih	UEM	
1	Nagari Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti	√	√	√	√	Layak diusulkan
2	Nagari Cupak Kecamatan Gunung Talang	√	√	√	√	Layak diusulkan
3	Nagari Paninggahan Kecamatan Junjung Sirih	√	√	√	√	Layak diusulkan
4	Nagari Tanjung Balik Kecamatan X Koto	√	√	√	√	Layak diusulkan
5	Nagari Talang Babungo Kecamatan Hiliran Gumanti	√	√	√	√	Layak diusulkan

Data olahan, 2025

Setelah terpilih tahapan selanjutnya adalah melakukan verifikasi ke lapangan tentang kesesuaian data ke 5 (lima) Nagari yang menjadi rekomendasi berdasarkan data awal pada tanggal 16 september 2025, dari hasil verifikasi dimaksud Nagari terpilih tersebut sudah memenuhi kriteria untuk dilakukan pendampingan dengan pihak ke tiga sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.

Gambar 3.2
verifikasi lapangan Lima Nagari Lokus
NAGARI ALAHAN PANJANG

1



2

NAGARI CUPAK



3

NAGARI TANJUNG BALIK



NAGARI PANINGGAHAN

4



5

NAGARI TALANG BABUNGO



Hasil verifikasi lapangan menunjukkan bahwa 5 (lima) Nagari Lokus yang telah dilakukan identifikasi melalui kuesener dinyatakan layak untuk diusulkan dan akan dilakukan pembinaan sebelum tahapan pelaksanaan kerjasama dilakukan. Selanjutnya pada tanggal 18 september dikeluarkan surat Sekretaris Daerah Provinsi Sumatera Barat tentang penetapan Nagari lokus Akselerasi kerjasama dengan *Marketplace* Nasional.

Gambar 3.3'
Surat Sekda Penetapan Lokus



2. Pembuatan Komitmen dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Nagari Kabupaten Solok, dengan Nagari Lokus.

Dengan melakukan langkah awal yaitu persiapan dan konsolidasi internal pada minggu ke 4 (empat) september dengan menyusun konsep *draft* kerangka komitmen dan dilanjutkan dengan tahap penandatanganan komitmen pada minggu ke IV tanggal 24 dan 25 September 2025 untuk 5 (lima) Nagari Lokus penandatanganan, untuk Komitmen dengan Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Nagari Kabupaten Solok Bapak Romi Hendrawan, S.Sos, M.Si dilaksanakan lebih cepat pada acara Sosialisasi Pasar Nagari tgl 04 September 2025 di Aula Dinas PMN Kab, Solok, dalam rencana awal yang melakukan penandatanganan Komitmen hanya DPMN dan Nagari namun dengan sejalan waktu *Project Leader* juga mendapatkan dukungan dari **Bupati Solok Bapak Jon Firman Pandu** sekaligus dalam pertemuan dimaksud membahas tentang pengembangan

Nagari *Creative Hub* di Kabupaten Solok **video dukungan** terlampir melalui *link Barcode* :



Gambar 3.4
Pertemuan dengan Bupati solok



Gambar 3.5
Penandatanganan Dokumen



Gambar 3.6
Dokumen yang ditanda tangani



3. Melakukan Sosialisasi Program kepada Pemerintah Kabupaten dan Nagari Lokus

Tahapan dimulai dengan menyiapkan administrasi sosialisasi dan agenda seperti undangan, daftar hadir *draft* materi sosialisasi dan *rundown*, sebelum dilaksanakan tahapan ini, dilakukan dulu rapat dengan tim efektif untuk persiapan pelaksanaan.

Gambar 3.7
Rapat persiapan sosialisasi



sosialisasi awal Proyek Perubahan ini pada awal bulan September lebih cepat dari rencana pelaksanaan Proyek Perubahan, pelaksanaannya ditumpangkan pada kegiatan Sosialisasi Manajemen Pasar Nagari karena kebetulan mengambil lokasi di Kabupaten Solok, *Project Leader* mengambil kesempatan tersebut untuk melaksanakan Sosialisasi awal Proyek Perubahan, sekaligus disana dilakukan penandatanganan Komitmen dengan Kadis PMN Kabupaten Solok yaitu pada tanggal 04 September, yang menjadi Narasumber adalah *Project Leader*, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat dan Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Nagari Kabupaten Solok kegiatan dilaksanakan di Aula Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Nagari Kabupaten Solok. **Dokumen persiapan Sosialisasi, Materi Narasumber, Surat Undangan, Sk, Daftar hadir dan Dokumentasi Kegiatan dapat dilihat melalui Barcode:**



Gambar 3.8
sosialisasi awal Program



4. Mempersiapkan Draft MOU dan PKS dengan *Marketplace* Nasional

Sebelum dilakukan persiapan Draft MOU dan PKS dengan *Marketplace* Nasional Tokopedia *Project Leader* telah melakukan peninjauan kerjasama dengan Tokopedia melalui Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia dengan Surat Sekretaris Daerah Provinsi Sumatera Barat Nomor 500.4.4.3/232/DPMD-2025 Tanggal 27 Agustus 2025 Perihal Permohonan Fasilitas Kerjasama.

Gambar 3.9
surat sekda untuk kementerian Komdigi RI



selanjutnya dilakukan penyusunan *Draft* bersama tim efektif dengan langkah awal membikin analisa kelayakan dan melakukan koordinasi dengan Biro Pemerintahan melalui Bagian Kerjasama tentang *Draft* MoU dan PKS di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Prov.Sumbar yang di hadiri oleh Bapak Zaki Fahminanda beserta Staf sekaligus mendapatkan arahan dari Bapak Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat bahwa kerjasama ini sangat penting untuk dilaksanakan sebagai pendorong terbentuknya Nagari

Creative Hub di Provinsi Sumatera Barat dan Bagian kerjasama sangat menyambut baik rencana kerjasama ini sebagai upaya menjadikan Sumatera Barat yang maju dan berkeadilan dengan memanfaatkan peluang kerjasama dan kolaborasi dengan berbagai pihak.

Gambar 3.10
Koordinasi dengan Biro Pemerintahan



selanjutnya dilaksanakan pembahasan *Draft* MoU dan PKS bersama tim TKKSD di Biro Pemerintahan Setda Prov.Sumbar Bagian Kerjasama, berdasarkan surat dari kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat Nomor 100.2.2.3/233/DPMD-2025 tanggal 12 September 2025 perihal Fasilitasi Kerjasama.

Gambar 3.11
Surat Kadis PMD Fasilitasi Kerjasama Daerah



Pada tanggal 13 Oktober 2025 dilakukan pembahasan *Draft* MoU dan PKS melalui media zoom dan berdasarkan surat Sekretaris Daerah Nomor 120/543/Pem-Otda/2025 tanggal 10 Oktober 2025 tentang Undangan Rapat. untuk ***Draft* MoU dan PKS dengan Marketplace Nasional Tokopedia** terlampir melalui *barcode*



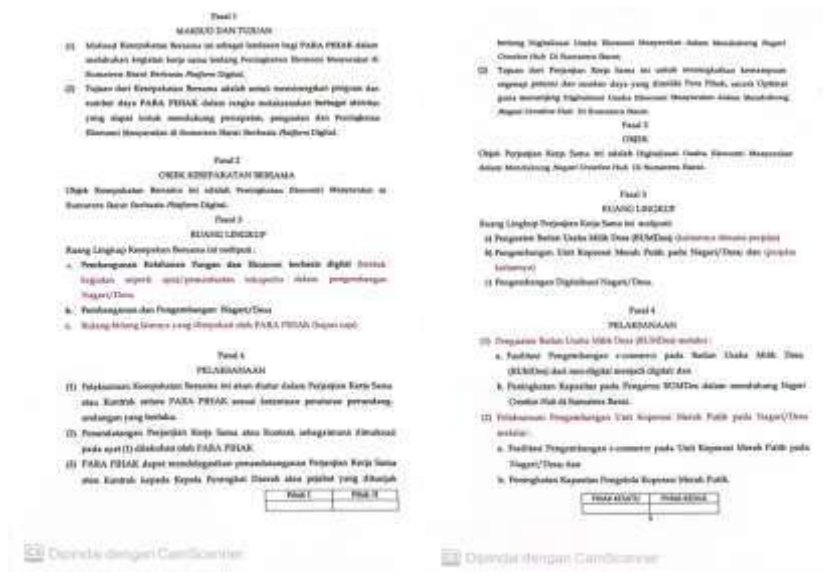
Gambar 3.12
Link Zoom dan Surat Undangan



Gambar 3.13
Rapat Pembahasan MOU & PKS



Gambar 3.14
Draf yang dikoreksi



Pada pembahasan *Draft* Dokumen Kerjasama ini, *Project Leader* memperoleh banyak masukan dari tim TKKSD Provinsi Sumatera Barat selain beberapa koreksi dalam ruang lingkup *Project Leader* juga disarankan untuk menjalin kerjasama juga dengan KomDigi karena pengembangan ekosistem Digital dengan *Marketplace* menjadi urusan dari Sub Direktorat pengembangan *Star up* Digital di KomDigi.

5. Milestone baru yaitu Koordinasi dengan Kementerian KomDigi RI Dan Kementerian Desa PDTT RI

- **Kamis tanggal 25 September 2025** *Project Leader* melakukan Koordinasi Kekementerian terkait tindak lanjut kerjasama dengan *Marketplace* Nasional, **Pertemuan Pertama pagi**, koordinasi ke Direktorat Pengembangan Ekosistem Digital, Komdigi RI dan pertemuan langsung diterima oleh **Direktur Pengembangan Ekosistem Digital Bapak Sonny Hendra Sudaryana**, Direktorat Pengembangan Ekosistem Digital berfokus pada pengembangan startup Digital, berkomitmen terhadap kemajuan startup di Indonesia, serta berkontribusi dalam bidang ekonomi digital,

mendorong inovasi dan transformasi digital di Indonesia, serta pengembangan startup digital, dalam pertemuan dimaksud *Project Leader* melakukan ekspos Program Unggulan Provinsi Sumatera Barat yaitu Nagari *Creative Hub*, dalam hal ini Bapak Direktur sangat mensupport Program Unggulan di maksud dan berencana akan mengundang Bapak Wakil Gubernur Sumatera Barat untuk ekspos Program di Jakarta pada acara Peluncuran Garuda *Spark Innovation Hub*, yaitu Pusat inovasi Digital Nasional Garuda *Spark Innovation Hub* bukan sekadar ruang fisik, melainkan wadah kolaborasi lintas sektor. *Garuda Spark* jadi ruang untuk berkumpul, belajar, dan berkolaborasi. Ada fasilitas ruang rapat, kelas, internet cepat, serta akses ke mentor, investor, dan komunitas teknologi. Pemerintah menargetkan pembangunan tiga hub pada tahun 2025 yaitu Kota Bandung, Kota Jakarta, Medan, dan BSD. Terkait permohonan Fasilitas dari Pemerintah Provinsi Sumatera Barat ke Komdigi RI dengan Tokopedia sedang dalam proses tindak lanjut dengan *e-commerce* Tokopedia, pada kesempatan ini Bapak Direktur memberikan saran kepada Pemerintah Provinsi Sumatera Barat untuk pembentukan Hub agar dimulai dari Provinsi, Provinsi menghimpun dalam satu wadah/tempat atau dipusatkan pada ibukota Kabupaten yang menjadi pusat berkumpulnya masyarakat dalam beraktifitas sehingga memudahkan akses baik internet maupun sapsras pendukung lainnya, seperti yang dilaksanakan oleh Provinsi Jawa Barat. Untuk tahun depan kalau memungkinkan bisa saja Provinsi Sumatera Barat masuk sebagai salah satu lokus Garuda *Spark Innovation Hub*.

Gambar 3.15
Koordinasi dengan Kementerian KomDigi RI



- **Pertemuan kedua siang**, adalah melakukan Koordinasi dengan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekonomi dan Investasi Desa dan Daerah tertinggal Kemendes PDTT RI diterima oleh **Bapak Dani Usadi, ST.MT** Analis kebijakan Ahli Madya pada Direktorat Promosi dan Pemasaran Produk Unggulan Desa dan Daerah tertinggal dan juga diterima oleh ibu Artha Surya Dini, S.Pi Analis Kebijakan Ahli Muda pada Direktorat Pengembangan Kelembagaan Ekonomi dan Investasi Desa dan Daerah Tertinggal, informasi yang didapat dari **bapak dani** beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan sepanjang tahun 2025 Penguatan Kapasitas Tata Kelola Pembangunan Desa yaitu berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang bertujuan memperkuat tata kelola pembangunan desa di berbagai wilayah, dan Penyusunan Kebijakan Terkait Produk Unggulan terlibat dalam penyusunan kebijakan yang mendukung pengembangan strategi pemasaran produk unggulan desa, kegiatan di direktorat promosi banyak terintegrasi dengan program Transformasi Ekonomi Kampung Terpadu (TEKAD) dalam hal ini Direktorat Promosi dan Pemasaran Produk terdiri dari bidang-bidang yang akan membantu promosi dan pemasaran produk yaitu Bidang Pemasaran dan Promosi yang bertanggung jawab atas penyusunan dan pelaksanaan strategi promosi, serta pengelolaan pasar untuk produk unggulan Desa dan Daerah Tertinggal, Bidang Kelembagaan dan Kemitraan bidang ini mengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti BUMN, BUMDes, dan kementerian terkait, untuk mendukung pemasaran

produk. Kemudian Bidang Informasi dan Data bidang ini mengelola data dan informasi produk unggulan, termasuk pengembangan portal informasi dan pelaksanaan survei pasar dan Bidang Pengembangan Produk Berfokus pada pengembangan dan peningkatan kualitas produk unggulan agar lebih kompetitif di pasar. Terkait permohonan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat melalui Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Provinsi Sumatera Barat untuk memfasilitasi pemasaran produk masyarakat melalui BumDes/BumNag dengan *e-commerce* Nasional maupun Internasional Kementerian Desa PDTT RI siap untuk memfasilitasi, Kemendes juga berkenan memberikan pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat terkait dengan pemasaran produk secara Digital, melakukan *onboarding* dengan menggandeng *e-commerce* Nasional seperti Tokopedia dan Shopee, **Selanjutnya ibu Arta Surya Dini** pada Direktorat Pengembangan Kelembagaan Ekonomi dan Investasi Desa dan Daerah Tertinggal, pada kesempatan ini *Project Leader* mendapatkan informasi bahwa pada tahun 2025 ini Provinsi Sumatera Barat mendapatkan bantuan pemodalannya untuk Badan Usaha milik Desa/Nagari pada 2 (dua) Kabupaten yaitu **Kabupaten Pesisir Selatan di Kecamatan IV Jurai dan di Kabupaten Agam Kecamatan Kamang Baru masing-masing mendapatkan bantuan 35 juta.** Sehingga ini bisa menambah kekuatan bagi lembaga ekonomi Nagari untuk melakukan pengembangan unit usahanya.

Gambar 3.16
Koordinasi dengan Kemendes PDTT RI



b. Manfaat Proyek Perubahan Jangka Pendek

Manfaat Proyek Perubahan pada capaian jangka pendek yaitu dalam membangun Fondasi awal Proyek perubahan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Manfaat Proyek Perubahan Jangka Pendek

Milestone Jangka Pendek	Output yang Dihasilkan	Manfaat Utama
Pemetaan kelembagaan ekonomi nagari & identifikasi 5 nagari pilot	Data kelembagaan (BUMNag, koperasi, UEM) dan nagari terpilih	<ul style="list-style-type: none"> - Basis data akurat untuk intervensi berbasis kebutuhan - Landasan kebijakan berbasis data (<i>data-driven governance</i>) - Identifikasi potensi unggulan nagari
Pembentukan komitmen dengan PMD kabupaten, dan nagari pilot	Dokumen komitmen/berita acara kesepakatan	<ul style="list-style-type: none"> - Terbangun kepercayaan antar <i>stakeholder</i> - Mengurangi tumpang tindih program - Memperkuat koordinasi lintas level pemerintahan
Sosialisasi program ke pemerintah kabupaten/kota & masyarakat nagari	Forum diskusi, laporan sosialisasi, daftar hadir	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan partisipasi publik - Transparansi kebijakan - Masyarakat lebih siap menerima program digitalisasi
Persiapan draft MoU/PKS dengan marketplace nasional	Draft MoU/PKS antara Pemrov Sumbar & <i>marketplace</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fondasi legal untuk kerja sama resmi - Memberi kepastian arah kolaborasi - Menarik minat <i>marketplace</i> untuk <i>onboarding</i> produk Nagari

Sumber: Data Olahan, 2025

inti dari manfaat Proyek perubahan dalam jangka pendek ini adalah

- **Fondasi kepercayaan & legitimasi:** semua pihak merasa dilibatkan sejak awal.
- **Data & komitmen awal:** menjadi dasar kuat untuk implementasi tahap menengah.
- **Kesiapan masyarakat & kelembagaan:** Nagari *pilot* lebih siap masuk ke ekosistem digital.

B. KEPEMIMPINAN STRATEGIS

Pada tahap jangka pendek, implementasi proyek perubahan Akselerasi Kelembagaan dan Usaha Ekonomi Masyarakat Nagari melalui Kolaboratif dalam Mendorong Terbentuknya Nagari Creative Hub menuntut kepemimpinan strategis yang adaptif, visioner, dan kolaboratif. Kepemimpinan strategis dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai pengarah kebijakan, tetapi juga sebagai pengelola risiko, penggerak pemanfaatan peluang, serta pengatur sumber daya yang terbatas agar tetap menghasilkan capaian yang signifikan.

1. **Pengelolaan Risiko;** Risiko yang muncul pada tahap awal antara lain potensi tumpang tindih kewenangan antar-OPD, resistensi dari sebagian pemangku kepentingan, rendahnya partisipasi masyarakat Nagari *pilot*, serta keterlambatan proses legalisasi kerja sama dengan *marketplace* Nasional. Kepemimpinan strategis hadir dengan pendekatan mitigatif melalui pembentukan tim efektif lintas sektor, forum koordinasi rutin, serta komunikasi intensif yang menekankan transparansi dan kesetaraan peran. Selain itu, strategi sosialisasi berbasis kearifan lokal digunakan untuk mengurangi resistensi masyarakat, sementara keterlibatan Biro Pemerintahan Bagian Kerjasama sejak awal memastikan percepatan proses penyusunan MoU/PKS. Dengan demikian, risiko yang berpotensi menghambat dapat dikelola secara sistematis dan tidak berkembang menjadi hambatan struktural.

2. Pemanfaatan Peluang; Setiap permasalahan strategis yang dihadapi pada tahap awal juga membuka peluang baru. Keterbatasan akses pasar lokal menjadi pintu masuk untuk memperkenalkan *marketplace* Nasional sebagai solusi distribusi produk Nagari. Rendahnya literasi digital masyarakat justru menjadi peluang untuk menghadirkan pelatihan dasar yang memperkuat peran Nagari *Creative Hub* sebagai pusat edukasi. Sementara itu, keterbatasan anggaran pemerintah membuka ruang bagi pengembangan *Public-Private Partnership* (PPP) dengan *marketplace*, komunitas pemuda kreatif, dan lembaga swasta lain. Kepemimpinan strategis dalam hal ini berperan mengubah hambatan menjadi momentum inovasi, serta menjadikan keterbatasan sebagai alasan untuk memperluas kolaborasi lintas sektor.

3. Pengelolaan Sumber Daya Terbatas; Tahap jangka pendek dilaksanakan dengan keterbatasan anggaran, SDM, dan waktu. Kepemimpinan strategis menuntut kemampuan orkestrasi agar sumber daya terbatas dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Optimalisasi dilakukan melalui integrasi kegiatan lintas OPD, pemanfaatan ASN sesuai kompetensi, serta pelibatan komunitas pemuda Nagari sebagai relawan kreatif. Dari sisi anggaran, efisiensi dicapai dengan menggabungkan agenda sosialisasi proyek dengan program Bidang lain yang relevan. Dari sisi waktu, metode *parallel planning* diterapkan, di mana pemetaan kelembagaan dilakukan bersamaan dengan penjajakan kerja sama dengan *marketplace*, sehingga *milestone* dapat tercapai lebih cepat tanpa mengorbankan kualitas.

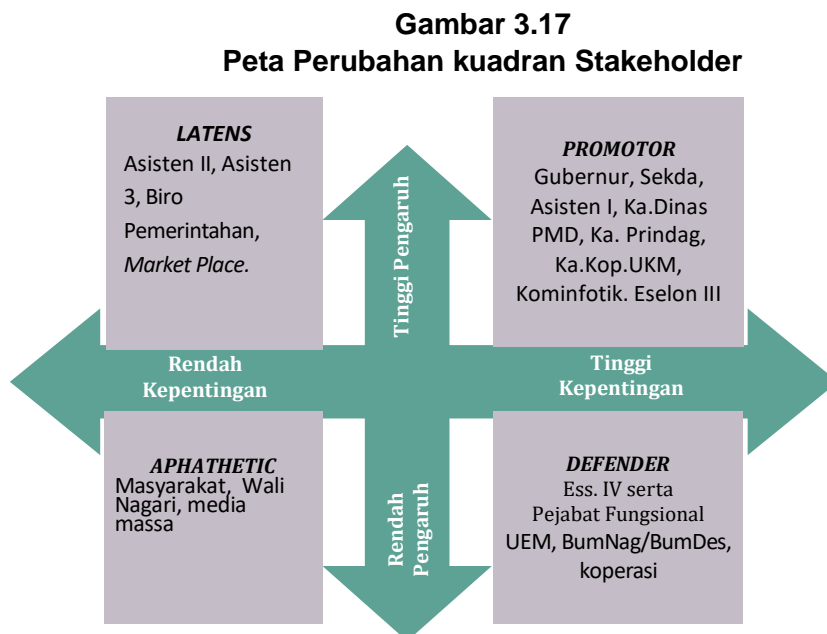
Aplikasi kepemimpinan strategis pada capaian jangka pendek proyek perubahan ini menunjukkan bahwa keberhasilan tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh kemampuan pemimpin dalam mengelola risiko, memanfaatkan peluang, dan mengoptimalkan input yang terbatas. Dengan pendekatan antisipatif,

transformatif, dan orkestratif, kepemimpinan strategis mampu memastikan bahwa fondasi awal proyek perubahan berdiri kokoh, sehingga tahap menengah dan panjang dapat dijalankan secara lebih terarah, berkelanjutan, dan berdampak nyata bagi masyarakat Nagari.

C. IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING

Ketepatan *Stakeholder* utama dan strategi komunikasinya, pemanfaatan strategi organisasi, dan strategi marketing (diseminasi dan publikasi proyek perubahan) serta Implementasi Strategi Marketing yang dilaksanakan pada proyek perubahan ini adalah sebagai berikut :

1. *Peta Stakeholders*



Perubahan Stakeholder pada peta Stakeholder ini adalah :

1. Biro Pemerintahan yang awalnya di Kuadran I (*Promotor*) pindah ke Kuadran II (*Latens*)
2. Wali Nagari awalnya berada pada Kuadran ke III (*Apathetic*) berubah ke Kuadran ke IV (*Depender*)
3. UEM, BumNag/BumDes, koperasi yang awalnya berada pada Kuadran ke dua (*Latens*) berubah ke Kuadran ke IV (*Depender*)

Berdasarkan besar kecil pengaruh dan kepentingan Stakeholder terhadap proyek perubahan, posisi *stakeholder* dalam kuadran dikelompokkan sebagai berikut :

- b. Kuadran I, yaitu kuadran posisi *stakeholder* dengan pengaruh tinggi dan kepentingan besar (*Promoters*);
- c. Kuadran II, yaitu kuadran posisi *stakeholder* dengan pengaruh tinggi dan kepentingan kecil (*Latens*) ;
- d. Kuadran III, yaitu kuadran posisi *stakeholder* dengan pengaruh rendah dan kepentingan kecil (*Apathetics*);
- e. Kuadran IV, yaitu kuadran posisi *stakeholder* dengan pengaruh rendah namun mempunyai kepentingan yang besar (*Defenders*).

2. Strategi Komunikasi

Dalam implementasi proyek perubahan strategi komunikasi yang dilakukan dalam seluruh tahapan meliputi :

- 1) **Brainstorming** : adalah upaya pengumpulan gagasan atau ide berdasarkan spontanitas dan kreativitas dengan melibatkan anggota untuk dapat berperan aktif mengeluarkan ide secara leluasa tanpa adanya kritikan. Implementasi dalam proyek perubahan dilaksanakan dengan atasan langsung, mentor dan tim efektif dalam menyusun langkah strategis konsep proyek perubahan. Mentor memberikan ide pokok proyek perubahan selanjutnya dieksekusi oleh *project leader* bersama tim efektif.
- 2) **Diskusi** : bertukar pikiran, gagasan dan pendapat dengan tim dan stakeholders yang bertujuan untuk mencari kesepakatan pendapat dalam pembangunan proyek perubahan. Diskusi dilaksanakan dengan Mentor, tim efektif dan *stakeholders* terlibat untuk menggali berbagai informasi dari semua sudut pandang tim dan stakeholders. Hal ini dilakukan agar mampu mengakomodir semua kepentingan sehingga output yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan dapat diaplikasikan dengan baik. Kegiatan diskusi dilaksanakan mulai dari penyusunan konsep aplikasi dan administrasi pendukungnya sampai pada tahap evaluasi kegiatan.

- 3) **Persuasi** : menjelaskan dan meyakinkan para *stakeholders* untuk memberikan dukungan terhadap kegiatan proyek perubahan. Kegiatan meyakinkan dan menjelaskan kepada *stakeholders* merupakan tantangan yang dihadapi oleh *project leader* terhadap *product* yang akan dibuat. Khususnya *stakeholders* yang belum dikenal. Ketepatan strategi komunikasi yang dibangun sehingga proyek perubahan mendapat dukungan bahkan diberikan penguatan- penguatan/motivasi dalam pencapaian tujuan proyek perubahan. Motivasi dan penguatan diberikan oleh Mentor dan *stakeholder* sangat memberikan energi positive bagi *project leader* dalam menyelesaikan *milestone* proyek perubahan.
- 4) **Laporan dan Informasi** : Laporan dan Informasi dapat dilaksanakan secara rutin dan berkala kepada pihak yang berkepentingan dalam tahapan kegiatan penyusunan proyek perubahan. Laporan disampaikan kepada mentor secara berkala terkait perkembangan capaian tahapan proper. Informasi disampaikan kepada tim efektif untuk *update* informasi terkait tugas dan tanggungjawab yang sedang dan akan dikerjakan dalam proyek perubahan perkembangan capaian tahapan proper.
- 5) **Promosi** : membentuk citra atau kesan terhadap proyek perubahan di benak para *stakeholders* sesuai dengan yang diharapkan oleh *project leader*. Berbagai informasi yang dihasilkan melalui proyek perubahan ini juga dikomunikasikan kepada *stakeholders* dengan melakukan sosialisasi *product*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jangkauan penyebaran informasi bagi *stakeholders* terkait yang tidak dapat mengikuti secara langsung kegiatan yang dilaksanakan dalam kaitannya dengan proyek perubahan. Promosi *product* dilakukan melalui sosialisasi,

pembuatan video animasi, pemasangan Banner sebagai media informasi dan Informasi melalui Media Sosial yang dikemas seinformatif mungkin. Disamping itu juga dilakukan pendampingan atau *coaching* kepada seluruh OPD yang dilakukan secara bertahap.

- 6) **Instruksi** : memberikan arahan kepada Tim Efektif untuk bekerja sesuai dengan rancangan yang telah ditetapkan. Pola komunikasi ini dilakukan dalam semua tahapan proyek perubahan mulai dari persiapan hingga penyelesaian proyek perubahan dengan pembagian *job description* yang jelas guna mempermudah dalam kontrol kegiatan dan hasil yang dicapai. Setelah penerapan strategi komunikasi dalam penerapan proyek perubahan kepada segenap *stakeholders* memberikan dukungan.

3. Marketing Sektor Publik

Strategi Marketing yang digunakan adalah 4 P 1 C (*Product, Price, Promotion, Place dan customer*)

1). **Product (Produk)**

Produk utama yang dihasilkan pada tahap jangka pendek adalah

- 1). Dokumen Komitmen dari Bupati Solok, DPMN Kab.Solok, dan Komitmen dari Nagari Lokus.
- 2). Data Pemetaan Kelembagaan Ekonomi Nagari.
- 3). Sosialisasi Program ke Kabupaten Lokus.
- 4). Draft *Mou* dan PKS.

2). **Price (Nilai)**

Pada tahap jangka pendek, strategi Nilai lebih menekankan pada *value proposition* (nilai manfaat) dibandingkan biaya finansial. Bagi pelaku UMKM Nagari, biaya *onboarding ke marketplace* sangat rendah bahkan hampir nol, sementara manfaat yang diperoleh berupa peningkatan akses pasar dan potensi kenaikan omzet. Bagi pemerintah Daerah, investasi awal berupa koordinasi, sosialisasi dan penyusunan MoU menghasilkan legitimasi kebijakan serta peningkatan indikator RPJMD. Bagi *marketplace*, biaya promosi ditanggung bersama, dengan keuntungan berupa

bertambahnya *seller* aktif dan transaksi produk Nagari. Dengan pendekatan ini, strategi harga dirancang sebagai *low cost – high value* untuk mendorong partisipasi cepat dari seluruh pihak.

3). **Place (Tempat)**

Tempat pelaksanaan Proyek Perubahan pada tahap jangka pendek dilakukan melalui Kunjungan di lima Nagari *pilot project* pada tanggal 16 September 2025, koordinasi lintas OPD, serta pertemuan dengan BUMNag dan Wali Nagari di Aula DPMN Kabupaten Solok pada tanggal 04 September 2025.

4). **Promotion (Promosi)**

Proyek perubahan ini disosialisasikan melalui :

- **Website** : sumbarprov.go.id
- **Media Sosial** :
 - **Instagram** :
 1. DPMD Sumatera Barat
<https://www.instagram.com/reel/DQEoRPJj2yI/?igsh=MW9iaWkyN3owYzNvNw==>
 2. AKURASI.2025
<https://www.instagram.com/p/DQEtYH9D59U/?igsh=MXN4anhyejl0bGJjNw==>
 3. Facebook : Dpmd Sumatera Barat
<https://www.facebook.com/share/p/1ADwT3Pqh8/?mibextid=wwXlfr>
 - **Media online**
 - Link berita media online analisakini.id
<http://www.analisakini.id/2025/10/sumbar-kerja-sama-dengan-marketplace.html>
 - Link berita media online haluan.id
<https://harianhaluan.id/sumatera-barat/hh-134804/sumbar-gandeng-marketplace-nasional-perkuat-ekosistem-digital-nagari/>

- Link berita media online singgalang.id
<https://www.hariansinggalang.co.id/berita/225479/sumbar-kerja-sama-dengan-marketplace-nasional-untuk-dorong-ekosistem-digital-nagari>
- Link berita media online topsatu.com
<https://www.topsatu.com/sumbar-kerja-sama-dengan-marketplace-nasional-untuk-dorong-ekosistem-digital-nagari/>
- Link berita media online padek.jawapos.com
<https://padek.jawapos.com/sumbar/2366696362/sumbar-gandeng-marketplace-nasional-perkuat-ekonomi-digital-nagari>

▪ **Media Cetak**

Pos Metro tanggal 14 Oktober 2025



▪ **E-book**

<https://online.flippingbook.com/view/577277256/>

- Infografis



- Sosialisasi, tatap muka di Nagari *Pilot Project*.



5). **Customer/Community (Pelanggan/Komunitas)**

Target utama pada tahap jangka pendek adalah Masyarakat, pelaku UMKM Nagari dan BUMNag. Pendekatan komunikasi dilakukan secara partisipatif, dengan melibatkan mereka dalam sosialisasi. Perubahan dukungan terlihat nyata dari awalnya ragu-ragu, komunitas menjadi lebih antusias, aktif menyiapkan produk untuk *onboarding*, bahkan mulai berperan sebagai agen promosi digital di lingkungannya.

D. **KEBERLANJUTAN PROYEK PERUBAHAN**

Keberlanjutan proyek perubahan adalah aspek yang sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat yang dihasilkan oleh proyek ini dapat dirasakan dalam jangka panjang dan berlanjut meskipun terjadi perubahan kepemimpinan atau kondisi organisasi. Berikut ini adalah strategi dan rencana untuk menjamin keberlanjutan Proyek Perubahan.

1. Dukungan mentor dan *stakeholder* terkait

1. Dukungan Gubernur dan Wakil Gubernur



Mahyeldi



Vasco Ruseimy,ST

2. Dukungan *Stakeholder* terkait



**Bupati Solok
Jon Pandu**



**Dir. Pengembangan
Ekosistem Digital
Kemen. Komdigi
Sonny Hendra
Sudaryana**



**Kadis Kop, UKM
Prov Sumbar
Endrizal**



**Kadis Perindag
Prov. Sumbar
Novrial**



2. Keberlanjutan Proyek perubahan

Proyek perubahan ini kan dilanjutkan pada tahap jangka menengah (1–3 tahun), fokus utama adalah operasionalisasi Nagari *Creative Hub* (NCH) di Nagari pilot. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat menandatangani MoU/PKS dengan *marketplace* Nasional sebagai dasar kemitraan resmi. Komunitas Pemuda Kreatif dibentuk untuk mendukung promosi digital dan literasi masyarakat. Pelaku usaha Nagari mulai *onboarding* ke *platform* Digital, didampingi pelatihan teknis dan kampanye Bangsa

Produk Nagari. Dukungan *stakeholder* meningkat, ekosistem digital mulai terbentuk, dan transaksi produk Nagari menunjukkan tren positif.

Tahap jangka panjang (hingga 2030) diarahkan pada replikasi dan konsolidasi. Targetnya adalah pembentukan minimal 10 NCH baru per tahun di seluruh kabupaten/kota. Ekosistem digital diperluas melalui kolaborasi dengan berbagai *marketplace* dan integrasi sistem Teras Nagari. Produk Nagari didorong untuk memperoleh sertifikasi dan *branding* Nasional, bahkan ekspor terbatas. Agenda tahunan seperti Nagari *Creative Expo* memperkuat jejaring dan promosi. Program ini diintegrasikan ke RPJMD dan penganggaran OPD, menjadikan NCH sebagai inovasi berkelanjutan yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan pasar

2. Jaminan Keberlanjutan dalam Sasaran Kinerja Pegawai (SKP)

Untuk menjamin bahwa tujuan proyek perubahan tetap menjadi prioritas, sistem evaluasi dan pengukuran kinerja pegawai melalui Sasaran Kinerja Pegawai (SKP) akan digunakan sebagai mekanisme untuk memastikan bahwa pegawai yang terlibat dalam proyek ini bertanggung jawab dan berkomitmen terhadap keberlanjutannya. Sasaran Kinerja Pegawai akan mencakup indikator kinerja yang terkait yaitu :

- Meningkatkan Kerjasama Nagari/Desa dengan pihak ketiga, lintas kabupaten dan Kawasan Perdesaan
- Meningkatnya jumlah BumDes/BumNag Maju
- Terbentuknya Nagari *Creative Hub* di Sumatera Barat

3. Jaminan Program dan Anggaran untuk Tahun Berikutnya

Proyek perubahan ini telah diintegrasikan ke dalam perencanaan anggaran tahunan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dan tertuang dalam renstra Dinas PMD Provinsi Sumatera Barat tahun 2025-2029. Dukungan anggaran untuk keberlanjutan proyek ini dijamin melalui alokasi anggaran tahunan yang disesuaikan dengan kebutuhan operasional dan pengembangan lebih lanjut dari

Kegiatan. Pada tahun 2026 dukungan penganggaran untuk Proyek perubahan ini telah tertuang dalam **Sub Kegiatan Fasilitas Pengembangan Usaha Ekonomi Masyarakat dan Pemerintahan Desa dan meningkatkan Pendapatan Asli Desa dengan Kegiatan Nagari *Creative Hub*** jumlah anggaran 1,5 M.

4. Dukungan Program dan Sumber Daya dari Pihak Lain

Selain dukungan internal dari pemerintah provinsi, proyek ini juga didukung oleh berbagai lembaga eksternal yang memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutannya.

a. **Marketplace Nasional**

- Menyediakan etalase khusus Produk Nagari Sumatera Barat di *platform e-commerce*.
- Memberikan pelatihan *onboarding*, *branding*, dan strategi pemasaran digital bagi UMKM nagari.
- Menyediakan data analitik transaksi untuk memantau perkembangan produk nagari.

b. **Kementerian/Lembaga Teknis (Kominfo, Kemenkop UKM, Kemenperindag, Kemendes PDDT RI)**

- Dukungan program literasi digital dan sertifikasi produk.
- Fasilitasi regulasi dan kebijakan yang mendukung ekonomi digital Desa/Nagari.
- Bantuan teknis untuk penguatan kapasitas kelembagaan BUMNag dan koperasi.

E. **Pemberdayaan organisasi pembelajar: pelaksanaan strategi pengembangan kompetensi dalam proyek perubahan**

Adapun pelaksanaan strategi pengembangan kompetensi yang dilakukan terhadap pihak terdampak dalam proyek perubahan ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.4

Pelaksanaan Strategi Pengembangan Kompetensi Proyek Perubahan

No	Pihak Terdampak	Kompetensi yg dibutuhkan	Cara Pengembangan Kompetensi	Hasil Pengembangan Kompetensi
1	Bumdes /Koperasi/ UMKM	Mendapatkan kompetensi sesuai kebutuhan dalam pengembangan ekonomi Nagari	Pelatihan, Webinar, FGD	Lembaga Ekonomi dan UMKM mampu memahami pengembangan ekonomi Nagari
2	Pokja I (Perumus)	Mengetahui tata cara perumusan Identifikasi, komitmen kerjasama dalam pemberdayaan ekonomi Nagari	Rapat, Pimpinan, Diskusi, FG, webinar, diskusi terbatas	Tim Perumus mampu memahami tata cara perumusan Identifikasi, komitmen kerjasama dalam pemberdayaan ekonomi Nagari
3	Pokja II (Administrasi)	Mampu mengaplikasikan tata cara pengumpulan data yang benar, pembuatan dokumen kerjasama yang benar dengan pihak ketiga/swasta	Rapat, diskusi, FGD	Tim administrasi mampu memahami tata cara pengumpulan data yang benar, pembuatan dokumen kerjasama yang benar dengan pihak ketiga/swasta
4	Kontributor (DPMN Kab & Wali Nagari)	Mendapatkan Kompetensi sesuai yang dibutuhkan	Rapat, Sosialisasi	Kontributor mampu memahami Kompetensi sesuai yang dibutuhkan

Sumber: Data Olahan, 2025

F. Keterkaitan mata pelatihan pilihan dengan proyek Perubahan

Mata pelatihan yang diambil untuk mendukung proyek perubahan ini :

Tabel 3.5
Keterkaitan mata pelatihan pilihan dengan proyek Perubahan

No	Judul Aksi Perubahan	Mata Pelatihan	Jalur Pembelajaran	Hubungan dengan Proyek Perubahan	Sumber Belajar
1	AKSELERASI KELEMBAGAAN & USAHA EKONOMI MASYARAKAT NAGARI MELALUI KOLABORATIF DALAM MENDORONG TERBENTUKNYA NAGARI CREATIVE HUB DI SUMATERA BARAT	<i>Digital Skill</i> dalam penyusunan kebijakan	Pembelajaran tatap muka kelompok	mampu mengembangkan rencana pelayanan publik digital yang sesuai dengan ruang lingkup organisasi yang diindikasikan, kebijakan <i>kepemimpinan digital</i> , mengidentifikasi ragam inovasi <i>model kepemimpinan digital</i> dan	Modul Digital Skill

				mengidentifikasi tantangan kepemimpinan digital untuk pengambilan keputusan.	
2		Diagnosa Organisasi	<i>Self Learning</i>	Melalui materi diagnosa organisasi, peserta mampu menemukan isu strategis organisasi berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal organisasi dan mendiagnosa komponen internal organisasi guna merumuskan gagasan proyek perubahan.	Modul PKN II
3		Kemitraan Swasta dan Pemerintah (<i>Public Private Patnership</i>)	<i>Self Learning E Learning</i>	Strategi Public Private Patnership untuk pengembangan ekonomi Nagari tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan pemerintah Nagari dan Dinas PMD dalam membangun kemitraan strategis dengan sektor swasta	Modul PPP PKN II

Sumber: Data Olahan,2025

IV. CAPAIAN PELAKSANAAN DAN PENGEMBANGAN POTENSI DIRI

Hasil identifikasi pengenalan diri hasil isian peserta dan mentor, dan dikolaborasikan mendapatkan hasil nilai rata-rata sikap dan perilaku 8,98 (Delapan Koma Sembilan Puluh Delapan) termasuk dalam kualifikasi baik dan hampir mendekati istimewa. Adapun rincian kolaborasi hasil penilaian sikap dan perilaku dari peserta dan mentor dapat dilihat dari tabel rekap nilai akhir sikap perilaku peserta sebagai berikut:

Table 4.1
Rekap Nilai Akhir Sikap Perilaku Peserta

REKAP NILAI AKHIR SIKAP PERILAKU PESERTA					
Nama Peserta	: VERA IRAWATI,ST.MM			Nama Mentor	: VASKO RUSEIMY,ST
NIP	: 19800918 200604 2 006			NIP:	: -
Jabatan	: KABID KERJASAMA PEMBANGUNAN KAW.			Jabatan	: WAKIL GUBERNUR
Instansi	: DINAS PMD PROV.SUMBAR			Instansi	: PEMPROV.SUMBAR
Program	: PKN II ANGKATAN XX TAHUN 2025				
	Nilai Komponen				
	Sub Komponen Integritas	Sub Komponen Kerjasama	Sub Komponen Mengelola Perubahan	Rata-Rata Total Sub Komponen	Kualifikasi Total Sub
Peserta	9,00	9,00	9,00	9,00	Istimewa
Mentor	9,00	9,00	8,90	8,97	Baik
Nilai Rata-Rata Per Sub Komponen	9,00	9,00	8,93	8,98	Baik
Kualifikasi Per Sub Komponen	Istimewa	Istimewa	Baik	Baik	
Keterangan Kualifikasi			Akhir Sikap Perilaku		
9.00-10	Istimewa		8,98		
7-8.99	Baik				
5-6.99	Cukup		Kualifikasi:		
3-4.99	Kurang		Baik		
1-2.99	Sangat Kurang				
REKOMENDASI PENGEMBANGAN POTENSI DIRI:					
Istimewa	: Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan pengayaan pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan sebagai bekal pengayaan sikap perilaku untuk menduduki jabatan pimpinan yang lebih tinggi				
Baik	: Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan pengayaan pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan yang terjadwal sebagai bekal pendalaman sikap perilaku dalam jabatan pimpinan tinggi pratama				
Cukup	: Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan, peserta perlu diberikan program pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan dan pendampingan yang terjadwal sebagai bekal penguatan sikap perilaku dalam menduduki jabatan pimpinan tinggi pratama				
Kurang	: Memperhatikan nilai pada sub komponen pada Formulir Peserta atau Mentor dan Rekap nilai gabungan,				
Sangat Kurang	: peserta perlu diberikan program pengembangan potensi diri dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang terukur pada saat melaksanakan proyek perubahannya dengan bimbingan, pendampingan yang sangat ketat dan sebaiknya agar melibatkan unit pengelola kepegawaian instansi asal peserta sebagai bekal penguatan sikap perilaku dalam menduduki jabatan pimpinan tinggi pratama				

Berdasarkan hasil identifikasi dan penilaian potensi diri oleh peserta, dan hasil konsultasi dengan mentor maka dapat diperoleh informasi beberapa kekurangan dan kelebihan sehingga langkah - langkah rencana pengembangan diri akan lebih efektif ditindaklanjuti dengan diskusi dan bimbingan intensif baik secara kedinasan maupun non kedinasan. Dari hasil penilaian tersebut didapatkan nilai seluruh aspek sebagian besar sudah istimewa ada satu komponen yang bernilai baik tapi sudah mendekati Istimewa.

V. PENUTUP

1. *Lesson Learn*

Proyek Perubahan ini membuktikan bahwa kepemimpinan strategis bukan sekadar kemampuan mengelola program, tetapi seni menyatukan visi besar dengan langkah nyata di lapangan. *Project Leader* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan Pemerintah, Masyarakat, dan mitra swasta, memastikan setiap kepentingan bertemu dalam satu tujuan: **kemandirian ekonomi Nagari**. Dari proses ini lahir pelajaran penting: **transformasi digital di tingkat Nagari hanya berhasil bila dibangun di atas fondasi pemberdayaan manusia**. Kepemimpinan strategis menuntut keberanian mengambil keputusan, keluwesan beradaptasi dengan dinamika, serta keteguhan menjaga akuntabilitas. Dengan pendekatan kolaboratif, setiap tantangan berubah menjadi peluang, dan setiap keterbatasan menjadi ruang inovasi. Proyek Perubahan ini mengajarkan bahwa seorang pemimpin strategis bukan hanya penggerak perubahan, tetapi juga penjaga keberlanjutan. Memastikan bahwa apa yang dimulai hari ini tidak berhenti sebagai program, melainkan tumbuh menjadi gerakan bersama yang diwariskan untuk generasi berikutnya.

2. Kesimpulan

a. Transformasi Nyata Ekonomi Nagari

Terbentuknya Nagari *Creative Hub* dan *onboarding* 500+ pelaku usaha ke *marketplace* Nasional meningkatkan omzet UMKM rata-rata $\geq 30\%$ serta memperkuat posisi produk Nagari di Pasar Digital.

b. Kolaborasi Multi-Sektor sebagai Fondasi

MoU/PKS antara Pemprov Sumbar dan *marketplace* nasional menjadi tonggak kemitraan resmi, didukung oleh sinergi OPD, BUMNag, komunitas pemuda, dan swasta, sehingga tercipta ekosistem kolaboratif yang berkelanjutan.

c. Kepemimpinan Strategis *Project Leader*

Project Leader berperan sebagai *bridge builder* yang visioner, adaptif, dan akuntabel mampu menyelaraskan visi RPJMD dengan aksi nyata, mengelola risiko, serta mengubah keterbatasan menjadi peluang inovasi.

d. Pemberdayaan & Regenerasi

Transformasi digital terbukti bukan hanya soal teknologi, tetapi pemberdayaan masyarakat. Pelibatan generasi muda melalui Komunitas Pemuda Kreatif memastikan keberlanjutan dan transfer pengetahuan lintas generasi.

e. Replikasi & Keberlanjutan

Model NCH siap direplikasi minimal 10 *hub* per tahun hingga 2030, terintegrasi dalam RPJMD, Renstra OPD, dan agenda tahunan Nagari *Creative Expo*, menjadikannya inovasi yang berakar kuat sekaligus berorientasi masa depan.

3. Rekomendasi

- Agar Pemerintah Provinsi Sumatera Barat melakukan percepatan proses penandatanganan MoU/PKS dengan *marketplace* Nasional supaya ada legalitas dari awal.
- Segera tetapkan SK Tim Efektif lintas OPD sebagai wadah koordinasi resmi.
- Pastikan hasil pemetaan kelembagaan ekonomi Nagari terdokumentasi dalam bentuk dokumen resmi yang dapat dijadikan acuan kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pemerintah Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 06 tentang Desa*. Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal. Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2023 tentang Aparatur Sipil Negara (ASN)*. Badan Kepegawaian Negara. Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2021 tentang *Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA)*. Jakarta
- Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI Nomor 4 Tahun 2015 tentang *Badan Usaha Milik Desa*. Jakarta
- Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi RI Nomor 3 Tahun 2021 tentang *Pendaftaran, pendataan, pemeringkatan, pembinaan dan pengembangan, dan pengadaan Barang dan/atau jasa BUM Desa/BUM Desa Bersama*. Jakarta
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi RI. (2022). *Panduan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa*. Jakarta
- Bappenas. (2021). *Strategi Nasional Ekonomi Digital Indonesia*. Jakarta
- Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. (2025). *RPJMD Provinsi Sumatera Barat 2025–2029*. Padang
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). *Indeks Literasi Digital Indonesia*.
- Peraturan Gubernur Sumatera Barat Nomor 29 Tahun 2023 tentang *Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Perangkat Daerah*. Padang
- Lembaga Administrasi Negara. Keputusan Kepala Nomor 1/K.1/PDP.07/2023 tentang *Kurikulum Pelatihan Struktural Kepemimpinan*. Jakarta
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Energi Kepemimpinan dan Integritas Kepemimpinan*. Jakarta.
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Kepemimpinan Digital, Kepemimpinan Kewirausahaan*. Jakarta
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Kepemimpinan Kewirausahaan*. Jakarta.
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Organisasi Pembelajar*. Jakarta
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Diagnosa Organisasi*. Jakarta
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Manajemen Strategis Sektor Publik*. Jakarta.
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Marketing Sektor Publik*. Jakarta
- Lembaga Administrasi Negara, 2021, *Modul Kemitraan Swasta dan Pemerintah*. Jakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Vera Irawati,ST.MM
Tempat/Tanggal lahir : Padang, 18 September 1980
Nip : 19800918 200604 2 006
NDH : 028
Agama : Islam
Pangkat : Pembina Tk.I /IVb
Jabatan : Kabid Kerjasama dan Pembangunan Kawasan
Perdesaan
Alamat Kantor : Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa
Provinsi Sumatera Barat Jl.Pramuka No 13
Padang
Alamat Rumah : Jl.Teknik Geodesi F.26
No.Hp : 081275443594
Riwayat Pendidikan : S1. Teknik Industri
S2.Magister Manajemen
Nama Suami : Quarta Fitraza, SH.ST.MH
Nama Anak : 1. Kirana Ananda Viqraza
2. Ghaazy Ahmad Viqraza

LAMPIRAN



INFO GRAFIS

PROPER
PROYEK PERUBAHAN



AKURASI

Akselerasi Kelembagaan dan Usaha
Ekonomi Masyarakat Nagari
Melalui Kolaboratif

Capaian Utama

-  MOU/PKS resmi Pemprov Sumbar x Marketplace
-  500+ pelaku usaha onboarding ke Produk Nagari Sumbar
-  Omzet UMKM naik rata-rata $\geq 30\%$ di tahun pertama
-  Terbentuk 5 Nagari Creative Hub Pilot Sebagai Pusat Edukasi Promosi Kolaborasi
-  Program reintegrasi ke RPJMD & Renstra OPD

Executive Summary

Keberlanjutan

-  **NCH**
Pusat Edukasi, Promosi, Pendamping
-  **Komunitas**
Komunitas Pemuda Kreatif Dorong Konten Digital
-  **Target**
10 NCH Baru /Tahun Hingga 2030
-  **Sertifikat dan Branding**
Sertifikat dan Branding Produk Unggulan
-  **Agenda Tahunan**
Nagari Creative Expo

Manfaat



PEMERINTAH

Target RPJM Tercapai Realisasi 10 %

MASYARAKAT

500+ Usaha Onboarding, Omzet naik $> 30\%$

DINAS DPMD

BUMNag Maju 85 – 97
Unit Komunitas NCH 100% Realisasi

MARKETPLACE

500+ seller Aktif, transaksi Rp 2,5 Miliar



Isu Strategis

01 Belum optimalnya kelembagaan dan Usaha Masyarakat Nagari Baru 4% BumNag maju dari 713 jumlah bumNag/BumDes di Sumatera Barat

02 Masih terdapat Nagari tertinggal di Sumatera Barat sebanyak 12 Nagari dan mandiri baru 435 Nagari/Desa dari 1035 jumlah Nagari/Desa di Sumatera Barat

03 Belum terbentuknya Nagari Creative Hub di Sumatera Barat target 10 NCH/tahun

04 Masih rendahnya literasi digital masyarakat masih 47,692 UMKM yg menggunakan digital data 2024

Kuadran Stakeholder

01	PROMOTOR Pengaruh Tinggi, Kepentingan Tinggi	MOTOR UTAMA	Gubernur, Sekda, Asisten I, Kadis PMD, Kadis Perindag, Kadis Koperasi & UMKM, Kadis Kominfo, Biro Pemerintahan, Eselon III
02	Latent Pengaruh Tinggi, Kepentingan Rendah	PERLU DIYAKINKAN	Asisten II & III, Marketplace, UEM, BUMNag/BUMDes, Koperasi
03	Apathetic Pengaruh Rendah, Kepentingan Rendah	PERLU DISADARKAN	Masyarakat Umum, Wali Nagari, Media Masa
04	Defender Pengaruh Rendah, Kepentingan Tinggi	PERLU DIPERKUAT	Eselon IV, Pejabat Fungsional, Komunitas Pelaku Usaha

VERA IRAWATI, ST.MM
Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa
IMPLEMENTASI PROYEK PERUBAHAN
Pelatihan Kepemimpinan Nasional II Angkatan XX Tahun 2025





