



Pengembangan Wisata Desa Margamulya: Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Branding dan Teknologi

Refi Rifaldi Windya Giri¹, Heppy Millanyani² & Andrieta Shintia Dewi³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40257

Telp: +62227556444, Fax: +62227556464

E-mail: rifaldi@telkomuniversity.ac.id¹, heppymill@telkomuniversity.ac.id², andrieta@telkomuniversity.ac.id³

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2024-07-05

Revised : 2024-07-16

Accepted: 2024-07-20

KEYWORD

Village Tourism Development

Community Empowerment

Destination Management

Branding Strategy

Information and Communication

Technology (ICT)

KATA KUNCI

Pengembangan Wisata Desa

Pemberdayaan Masyarakat

Manajemen Destinasi

Strategi Branding

Teknologi Informasi dan

Komunikasi (TIK)

ABSTRACT

Margamulya Village has significant yet untapped tourism potential. This community service program aims to enhance the capacity and knowledge of the local community in managing and developing the village's tourism potential. The methods used include intensive training on the application of information and communication technology (ICT) and collaboration with various stakeholders. The training covers the identification of tourism potential, destination management, branding strategies, and content creation. The results show a significant increase in the community's ability to manage and promote village tourism, create a strong brand identity, and produce effective marketing content. The program's sustainability is supported by local capacity building, ICT application, strategic collaboration, and the development of resilient tourism business models. This program is expected to serve as a model for sustainable village tourism development in Indonesia and beyond, offering a holistic approach that combines ICT training, branding strategies, and multi-stakeholder collaboration.

ABSTRAK

Desa Margamulya memiliki potensi wisata yang besar namun belum tergali sepenuhnya. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata desa. Metode yang digunakan meliputi pelatihan intensif penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta kolaborasi dengan berbagai stakeholder. Pelatihan meliputi identifikasi potensi wisata, manajemen destinasi wisata, strategi branding, dan pembuatan konten. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan masyarakat untuk mengelola dan mempromosikan wisata desa, menciptakan identitas merk yang kuat, dan menghasilkan konten pemasaran yang efektif. Keberlanjutan program didukung oleh penguatan kapasitas lokal, penerapan TIK, kolaborasi strategis, dan pengembangan model bisnis wisata yang resilien. Program ini diharapkan dapat menjadi model bagi pengembangan wisata desa yang berkelanjutan di Indonesia dan di luar negeri, menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan pelatihan TIK, strategi branding, dan kolaborasi multi-stakeholder.

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

Desa Margamulya, terletak di Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, adalah sebuah desa dengan sejarah yang kaya dan potensi besar yang belum sepenuhnya tergali. Sejak berdirinya pada tahun 1882 sebagai bagian dari distrik Ciwidey, desa ini telah berkembang dengan masyarakat yang sebagian besar berprofesi sebagai petani dan pengrajin. Budaya agraris dan kerajinan tangan yang mereka warisi telah membentuk fondasi kebudayaan yang kental dengan tradisi yang masih terjaga hingga kini.

b. Masalah yang Dihadapi

Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh masyarakat Desa Margamulya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola serta mempromosikan potensi wisata desa mereka. Hal ini berdampak signifikan terhadap ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Rendahnya kunjungan wisatawan menyebabkan berkurangnya pendapatan dari sektor pariwisata, yang seharusnya dapat menjadi sumber pendapatan alternatif yang signifikan bagi masyarakat lokal. Dengan keindahan alam yang meliputi hutan lebat, sungai yang mengalir, dan panorama alam yang indah, potensi wisata Desa Margamulya sangat besar. Namun, kurangnya promosi dan manajemen yang efektif membuat potensi ini tidak dimanfaatkan dengan baik. Akibatnya, masyarakat tetap bergantung pada sektor pertanian yang pendapatannya sering kali tidak stabil dan terbatas. Ketergantungan ini menghambat diversifikasi ekonomi dan mengurangi peluang peningkatan kesejahteraan. Selain itu, tanpa adanya pengelolaan wisata yang baik, peluang untuk menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam bidang pariwisata juga hilang. Dampak jangka panjang dari masalah ini adalah stagnasi ekonomi dan berkurangnya motivasi masyarakat untuk berinovasi dan mengembangkan desanya (Saraswati, 2021; Kim, Park, & Lee, 2021; Jones & Silva, 2020)..

c. Visi Desa

Desa Margamulya tidak hanya kaya akan potensi wisata alam dan budaya, tetapi juga memiliki visi yang jelas untuk masa depannya: "Terwujudnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Margamulya Menuju Masyarakat yang Terampil, Mandiri, Sejahtera, Religius Serta Menumbuhkan Rasa Sabilulungan Dalam Gotong Royong". Visi ini menggarisbawahi

komitmen Desa Margamulya dalam membangun desa yang maju dalam aspek ekonomi melalui pengembangan wisata, serta pelestarian nilai-nilai sosial dan lingkungan (Wikantiyoso et al., 2021).

d. Potensi Lokal

Sebagian besar masyarakat yang bekerja sebagai petani kebun, peternak, dan pedagang menawarkan produk-produk lokal seperti teh dan susu kambing, yang penting bagi ekonomi lokal dan sebagai atraksi wisatawan. Produk lokal ini berpotensi besar untuk dikembangkan menjadi daya tarik utama yang membedakan Desa Margamulya dari destinasi wisata lainnya. Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat untuk mengelola dan mempromosikan produk lokal sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi desa. Strategi pengembangan dan promosi produk lokal meliputi pelatihan dan peningkatan kapasitas masyarakat dalam praktik pertanian dan peternakan modern, pengemasan produk yang menarik, serta pengembangan merek yang kuat yang mencerminkan keunikan desa. Selain itu, pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce akan dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan produk. Pengembangan wisata edukasi, seperti tur kebun teh dan demonstrasi pemrosesan susu kambing, akan memberikan pengalaman otentik bagi wisatawan. Kolaborasi dengan agen perjalanan, hotel, dan restoran lokal juga akan dilakukan untuk mempromosikan produk sebagai bagian dari paket wisata. Event tahunan seperti festival produk lokal dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik wisatawan (Dvijayendra & Dewi, 2019; Wikantiyoso et al., 2021).

e. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat melalui penggalian, pengelolaan, dan promosi potensi wisata di Desa Margamulya akan menjadi kunci untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan yang terintegrasi, yang mengedepankan partisipasi masyarakat dalam setiap tahap pengembangan wisata, dapat membantu Desa Margamulya mengatasi tantangan yang ada. Pemberdayaan ini mencakup pendidikan dan pelatihan dalam bidang pariwisata, pengembangan keterampilan manajemen, serta peningkatan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya lokal (Saraswati, 2021).

f. Kolaborasi dan Partisipasi

Melalui pendekatan yang sinergis, Desa Margamulya dapat mengoptimalkan potensinya sebagai destinasi wisata yang maju, unik, dan berkelanjutan. Partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, komunitas lokal, dan sektor swasta, sangat diperlukan untuk menciptakan strategi pengembangan pariwisata yang holistik dan berkelanjutan (Firdaus et al., 2021).

Desa Margamulya memiliki kesempatan untuk bertransformasi menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan inklusif. Inisiatif "Pengembangan Wisata Desa untuk Perangkat Desa dan Pengelola Desa Wisata: Memaksimalkan Potensi Margamulya" dirancang sebagai jawaban komprehensif untuk mengatasi kendala yang dihadapi desa ini. Program ini akan diimplementasikan melalui tiga pilar utama: peningkatan kapasitas dan pengetahuan dalam manajemen destinasi wisata, strategi membangun merk destinasi wisata, dan pembuatan konten. Melalui pelatihan intensif, strategi branding yang tepat, dan pembuatan konten yang menarik, diharapkan akan terjadi peningkatan signifikan dalam kesejahteraan masyarakat Desa Margamulya melalui pengembangan ekonomi berbasis pariwisata berkelanjutan.

Kolaborasi dengan semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat Desa Margamulya, pemerintah lokal, dan lembaga pendanaan, akan menjadi kunci dalam mewujudkan visi ini. Dengan kolaborasi yang erat, dedikasi yang kuat, dan inovasi yang berkelanjutan, Desa Margamulya dapat menjadi model bagi pengembangan wisata desa yang berkelanjutan dan inklusif di Indonesia dan di luar negeri. Keberhasilan inisiatif ini tidak hanya akan memperkuat ekonomi lokal tetapi juga melestarikan dan merayakan kekayaan lingkungan dan budaya Desa Margamulya, menjadikannya destinasi yang diakui dan dihargai oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

2. Metode Pelaksanaan

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamulya direncanakan secara sistematis dan terstruktur untuk memastikan keterlibatan aktif dari seluruh elemen masyarakat serta pencapaian tujuan pengembangan wisata desa yang berkelanjutan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal dalam mengelola dan

mempromosikan potensi wisata desa, serta menciptakan strategi yang berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Tahapan pelaksanaan dimulai dengan pembuatan proposal pada bulan Februari 2024, diikuti oleh survey awal pada bulan Maret 2024 untuk mengumpulkan data terkait potensi wisata dan kebutuhan masyarakat. Penyusunan materi pelatihan dan pembuatan konten dilakukan pada bulan April 2024, dengan fokus merancang modul pelatihan sesuai kebutuhan desa. Pelatihan intensif bagi masyarakat dilaksanakan pada bulan Mei 2024, mencakup topik-topik seperti identifikasi potensi wisata, manajemen destinasi, strategi branding, dan pembuatan konten pemasaran. Monitoring dan evaluasi dilakukan pada bulan Juni 2024 untuk menilai efektivitas pelatihan dan implementasi strategi. Akhirnya, pada bulan Juli 2024, dibuat laporan dan publikasi hasil program untuk mendokumentasikan pencapaian serta memberikan rekomendasi untuk keberlanjutan program di masa mendatang. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan keterlibatan aktif dari seluruh elemen masyarakat dan kesesuaian dengan tujuan pengembangan wisata desa yang berkelanjutan. Tahap Persiapan: Tahap ini melibatkan pengumpulan data dan informasi terkait potensi wisata, kebutuhan masyarakat, serta tantangan yang dihadapi. Proses ini juga mencakup identifikasi stakeholder utama dan pembentukan tim kerja yang terdiri dari perwakilan masyarakat lokal, pemerintah desa, dan anggota Karang Taruna. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk merancang pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik desa (He et al., 2021).

a. Tahap Pelatihan: Serangkaian pelatihan intensif akan dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal dalam mengelola dan mempromosikan wisata desa. Pelatihan ini mencakup modul-modul seperti:

- **Identifikasi dan Evaluasi Potensi Wisata:** Melalui pelatihan ini, peserta akan diajarkan cara mengenali dan menilai potensi wisata yang belum tergali, termasuk kearifan lokal, keindahan alam, budaya, dan kuliner (Wijijayanti et al., 2020).
- **Manajemen Destinasi Wisata:** Memberikan pemahaman tentang perencanaan, operasional, dan pemeliharaan fasilitas wisata untuk memastikan keberlanjutan dan kualitas destinasi wisata (Ramukumba, 2023).

b. Uraian Partisipasi Mitra

Keterlibatan mitra dalam pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamulya merupakan elemen kunci dari kesuksesan program. Partisipasi mitra meliputi:

- Pemerintah Desa: Berperan dalam mendukung kegiatan pengabdian dengan fasilitasi administrasi, penyediaan sumber daya, dan pengarah kebijakan desa untuk mendukung pengembangan wisata.
- Pengelola Desa Wisata: Pengelola desa wisata akan dilibatkan sebagai agen perubahan dalam masyarakat, memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan lapangan serta memobilisasi partisipasi masyarakat.
- Stakeholder Terkait Lainnya: Melibatkan masyarakat lokal, lembaga pendidikan, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta sebagai sumber pengetahuan, dana, dan dukungan teknis (Litheko & Potgieter, 2021).

3. Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamulya menunjukkan adanya peningkatan dalam kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal terkait manajemen dan pengembangan destinasi wisata. Tahap persiapan dimulai dengan pembuatan proposal pada bulan Februari 2024, diikuti oleh survei awal pada bulan Maret 2024 untuk mengumpulkan data terkait potensi wisata dan kebutuhan masyarakat. Proses ini mencakup identifikasi stakeholder utama dan pembentukan tim kerja yang terdiri dari perwakilan masyarakat lokal, pemerintah desa, dan anggota Karang Taruna. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi lapangan digunakan untuk merancang pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik desa (He et al., 2021). Tahap persiapan ini memastikan bahwa pelatihan yang diberikan benar-benar relevan dan efektif dalam menjawab kebutuhan masyarakat setempat.

Hasil wawancara dengan tokoh masyarakat dan pemerintah desa mengungkapkan bahwa banyak anggota masyarakat belum memiliki pengetahuan dasar tentang manajemen wisata. Mereka kesulitan dalam merencanakan dan mengelola fasilitas wisata yang sudah ada, sehingga tidak dapat memaksimalkan potensi wisata yang dimiliki desa. Observasi lapangan menemukan bahwa masyarakat Desa Margamulya kurang memahami pentingnya branding dan pemasaran dalam menarik wisatawan. Banyak yang tidak tahu bagaimana menggunakan media digital dan sosial untuk mempromosikan

desa mereka, yang menyebabkan rendahnya visibilitas dan daya tarik Desa Margamulya sebagai destinasi wisata. Selain itu, konten pemasaran yang tersedia, seperti brosur dan media promosi lainnya, kurang menarik dan tidak efektif dalam menyampaikan informasi tentang daya tarik wisata desa. Masyarakat membutuhkan pelatihan dalam pembuatan konten yang menarik dan informatif untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Terlepas dari keterbatasan yang ada, hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa masyarakat sangat tertarik dan bersemangat untuk terlibat dalam pengembangan wisata. Mereka bersedia belajar dan berpartisipasi aktif dalam pelatihan yang diadakan. Berdasarkan hasil-hasil ini, program pelatihan yang diajukan difokuskan pada manajemen destinasi wisata, strategi branding, dan pembuatan konten pemasaran, untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan wisata desa secara efektif (He et al., 2021).

Selain itu, pelatihan strategi branding juga memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Margamulya. Masyarakat mendapatkan pemahaman lebih baik tentang pentingnya branding dalam industri pariwisata yang kompetitif. Pelatihan ini mencakup penggunaan media digital dan sosial untuk promosi serta pembangunan narasi yang menarik dan autentik. Akibatnya, Desa Margamulya berhasil menciptakan identitas merk yang kuat dan meningkatkan daya tariknya di mata wisatawan potensial (Ramukumba, 2023).

Pelatihan pembuatan konten memberikan hasil yang konstruktif. Masyarakat dilatih untuk membuat konten pemasaran yang sesuai dengan strategi branding yang sudah ditetapkan. Konten-konten yang dihasilkan mampu menarik perhatian wisatawan dan menyampaikan informasi yang diperlukan secara efektif. Elemen penting dalam konten pemasaran seperti narasi menarik, visual yang menarik, dan informasi yang lengkap kini menjadi bagian dari strategi pemasaran Desa Margamulya (Adikampana et al., 2019).



Gambar 1 Pelaksanaan Pelatihan Branding dan Manajemen Pariwisata di Desa Margamulya.

Lebih jauh lagi, kolaborasi dengan berbagai pihak termasuk pemerintah desa, pengelola desa wisata, dan stakeholder lainnya menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Pemerintah desa mendukung kegiatan pengabdian melalui fasilitasi administrasi dan penyediaan sumber daya. Pengelola desa wisata memimpin kegiatan lapangan dan memobilisasi partisipasi masyarakat. Stakeholder lainnya seperti lembaga pendidikan dan sektor swasta turut memberikan dukungan teknis dan sumber daya. Kolaborasi ini memastikan keterlibatan semua elemen masyarakat dalam pengembangan wisata, menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap keberhasilan program (Litheko & Potgieter, 2021).

Keberlanjutan program pengabdian ini didukung melalui penguatan kapasitas lokal, penerapan teknologi, kolaborasi strategis, dan pengembangan model bisnis wisata yang resilien. Pelatihan dan pengembangan keterampilan memastikan masyarakat memiliki alat yang diperlukan untuk mengelola dan mengembangkan wisata secara berkelanjutan. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memperkuat strategi pemasaran digital yang efektif. Kemitraan strategis dengan berbagai pihak memastikan aliran sumber daya dan pengetahuan yang kontinu. Model bisnis wisata yang berfokus pada keberlanjutan dan keuntungan jangka panjang menjamin keberlanjutan ekonomi program ini (Qu et al., 2020).

Secara keseluruhan, hasil dari program pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pengembangan wisata berbasis komunitas yang melibatkan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat dapat menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan. Peningkatan kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal, strategi branding yang efektif, serta pembuatan konten yang menarik merupakan kunci keberhasilan program ini. Kolaborasi dengan berbagai stakeholder juga esensial dalam mencapai tujuan pengembangan wisata yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan partisipatif, Desa Margamulya berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan ekonomi berbasis pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif. Keberlanjutan program ini dapat menjadi model bagi pengembangan wisata desa di Indonesia dan di luar negeri.

4. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamulya telah menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas dan pengetahuan masyarakat lokal melalui pelatihan intensif dalam manajemen dan pengembangan destinasi wisata, strategi branding, dan pembuatan konten dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan. Melalui kolaborasi dengan pemerintah desa, pengelola desa wisata, dan stakeholder lainnya, program ini berhasil menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap pengembangan wisata desa. Keberlanjutan program ini didukung oleh penguatan kapasitas lokal, penerapan teknologi, kolaborasi strategis, dan model bisnis wisata yang resilien.

Pelatihan manajemen destinasi wisata telah meningkatkan kemampuan masyarakat dalam merencanakan, mengelola, dan mengembangkan fasilitas wisata yang ada, sehingga dapat memaksimalkan potensi wisata desa (Heleno et al., 2021; Isabella, 2024). Selain itu, pelatihan strategi branding memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat tentang pentingnya branding dalam industri pariwisata yang kompetitif, termasuk penggunaan media digital dan sosial untuk promosi. Hal ini berdampak pada penciptaan identitas merk yang kuat dan peningkatan daya tarik Desa Margamulya di mata wisatawan potensial (Qu et al., 2020; Harahap, 2024).

Pelatihan pembuatan konten juga memberikan hasil yang konstruktif, di mana masyarakat dilatih untuk membuat konten pemasaran yang menarik dan informatif sesuai dengan strategi branding yang sudah ditetapkan. Konten yang dihasilkan mampu menarik perhatian wisatawan dan menyampaikan informasi yang diperlukan secara efektif (Adikampana et al., 2019; Nugraha & Dewi, 2024).

Lebih jauh lagi, kolaborasi dengan berbagai pihak termasuk pemerintah desa, pengelola desa wisata, dan stakeholder lainnya telah menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini. Pemerintah desa mendukung kegiatan pengabdian melalui fasilitasi administrasi dan penyediaan sumber daya, sementara pengelola desa wisata memimpin kegiatan lapangan dan memobilisasi partisipasi masyarakat. Stakeholder lainnya seperti lembaga pendidikan dan sektor swasta turut memberikan dukungan teknis dan sumber daya, memastikan keterlibatan semua elemen masyarakat dalam pengembangan wisata dan menciptakan rasa memiliki serta tanggung jawab bersama terhadap keberhasilan program (Litheko & Potgieter, 2021).

Keberlanjutan program ini didukung melalui penguatan kapasitas lokal, penerapan teknologi, kolaborasi strategis, dan pengembangan model bisnis wisata yang berfokus pada keberlanjutan dan keuntungan jangka panjang. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memperkuat strategi pemasaran digital yang efektif, sementara kemitraan strategis dengan berbagai pihak memastikan aliran sumber daya dan pengetahuan yang kontinu (Mora et al., 2019). Untuk kegiatan berikutnya, disarankan untuk terus memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak dan meningkatkan akses terhadap sumber daya serta teknologi guna memastikan keberlanjutan dan keberhasilan jangka panjang dari inisiatif ini. Lebih lanjut, pengembangan program pelatihan yang lebih mendalam dan spesifik serta evaluasi berkelanjutan sangat diperlukan untuk menyesuaikan strategi sesuai dengan dinamika dan kebutuhan masyarakat Desa Margamulya. Dengan fokus pada pembangunan kapasitas dan pemberdayaan masyarakat, program ini diharapkan dapat menciptakan perubahan yang berdampak dan berkelanjutan di Desa Margamulya, serta menjadi model bagi pengembangan wisata desa di Indonesia dan di luar negeri.

5. Persembahan

Kami ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Margamulya. Pertama, terima kasih kepada LPPM Telkom University yang telah memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk sumber daya maupun pengetahuan, yang sangat penting bagi terlaksananya program ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Margamulya dan perangkat desa lainnya atas kerjasama dan bantuan yang luar biasa selama pelaksanaan program.

Ucapan terima kasih yang tulus juga kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Margamulya yang telah menerima kami dengan hangat dan berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Tak lupa, terima kasih kepada para pengelola desa wisata, anggota Karang Taruna, lembaga pendidikan, dan sektor swasta yang telah memberikan dukungan teknis dan sumber daya tambahan. Keberhasilan program ini tidak lepas dari kontribusi dan kerjasama semua pihak yang terlibat. Semoga kerjasama ini dapat terus terjalin dengan baik untuk pengembangan

lebih lanjut yang berkelanjutan dan membawa manfaat bagi masyarakat Desa Margamulya.

6. Referensi

- Adikampana, I. N., Putra, I. G. A. M., & Ardika, I. W. (2019). Model Community-Based Rural Tourism Products Development in Pinge Tourist Village, Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(1), 86-97.
- Alim, M., Pradana, M., & Mustofa, M. (2021). Tourism Development Through Communities' Support in Rural Areas: A Case Study in West Java. *Journal of Tourism Research*, 28(2), 134-149.
- Firdaus, S., Hardjosoekarto, R., & Lawang, R. (2021). The Role of Local Government on Rural Tourism Development: Case Study of Desa Wisata Pujonkidul, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(7), 1234-1246.
- Giampiccoli, A., Mtapuri, O., & Dłuzewska, A. (2020). Investigating the intersection between sustainable tourism and community-based tourism. *Tourism*, 68(4).
- Harahap, F. D. (2024). Penyuluhan kesehatan tentang manfaat pentingnya hidup tanpa rokok. *JPM: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(3). <https://doi.org>
- He, W., Liu, X., & Ren, L. (2021). Does Sustainable Rural Tourism Cause Rural Community Development? Evidence from China. *Journal of Rural Studies*, 82, 65-75.
- Heleno, F. D., Dias, J. G., & Silva, J. (2021). Tourism and Sustainable Development in Rural Territories: The Case of Alqueva Lake in Portugal. *Sustainability*, 13(5), 2541.
- I. D. M. A., & Dewi, M. H. U. (2019). Community Participation and Government Policy In Developing Rural Tourism towards Community Welfare. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 43, 114-123.
- sabella, A. A. (2024). Optimalisasi sumber daya manusia dalam manajemen pariwisata desa Way Tebing Cepa Kabupaten Lampung Selatan. *JPM: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(4). <https://doi.org>
- Jones, R., & Silva, J. (2020). Community involvement in sustainable tourism development. *Journal of Tourism Research*, 28(2), 134-149.
- Kabu, M., & Tandilino, S. (2021). Sustainable Community-Based Tourism Village Development Strategy in Fatumnasi Village of

- South Central Timor Regency East Nusa Tenggara. In *Proceedings of the 2021 International Conference on Social Science and Humanities Research (ICSSHR 2021)* (pp. 91-97).
- Kim, H., Park, J., & Lee, S. (2021). The role of government and private sector in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 773-789.
- Litheko, A. M., & Potgieter, M. (2021). The Role of Community Groups in Rural Tourism Development: The Case of the Free State Province, South Africa. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 133-149.
- McNaughton, M., Rao, L., & Verma, S. (2020). Building smart communities for sustainable development. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 337-352.
- Mora, C. M., Gama, G. S., & Blas, A. M. (2019). Community-Based Tourism: A Leading Approach for Rural Development. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17(4), 456-472.
- Nugraha, R. N., & Dewi, L. (2024). Strategi pengembangan wisata perdesaan Desa Kalikidang Purwokerto. *JPM: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 4(3). <https://doi.org>
- Priatmoko, S., Kabil, M., Purwoko, Y., & Dávid, L. (2021). Rethinking Sustainable Community-Based Tourism: A Villager's Point of View and Case Study in Pampang Village, Indonesia. *Sustainability*, 13(3245), 3245.
- Putra, A. M., & Ariana, I. N. J. (2023). Participation Management Pattern of Tourism Village Communities in Encouraging Sustainable Tourism. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 6(2), 210-224.
- Qu, M., Lee, T. J., & Li, X. (2020). Community Resourcefulness and Partnerships in Tourism: The Case of Rural China. *Journal of Rural Studies*, 78, 169-178.
- Ramukumba, T. (2023). Tourism as a Local Economic Development Strategy in Emerging Economies: The Case of South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 12(2), 134-147.
- Saraswati, U. (2021). Tourism and Community Empowerment in Sustainable Development. In *Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)*, 6(1), 59-71.
- Sawir, M., Yuswadi, H., Murdyastuti, A., & Pairan, P. (2021). Sustainable Tourism Development Based on Local Wisdom in Rural Area, Study in Lalos Village, Tolitoli, Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 4(3), 5471-5476.
- Setokoe, T. J., & Ramukumba, T. (2020). Challenges of Community Participation in Community-Based Tourism in Rural Areas. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 13-22.
- Vo, Q. (2020). Community-Based Tourism and Destination Attractiveness: From Theory to Practice. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*.
- Wijijayanti, W., Putra, I. G. A. M., & Wijaya, I. G. N. (2020). Tourism and Local Economic Development: The Case of Pinge Village, Bali. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 11(2), 122-134.
- Wikantiyoso, R., Cahyaningsih, D., Sulaksono, A., Widayati, S., Poerwoningsih, D., & Triyosoputri, E. (2021). Development of Sustainable Community-Based Tourism in Kampong Grangsil, Jambangan Village, Dampit District, Malang Regency. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 9(1), 64-80.



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).