



## **Inovasi dalam Peningkatan Kesadaran dan Pengelolaan Wisata Berbasis Komunitas di Desa Tenjolaya untuk Pembangunan Berkelanjutan**

**Fetty Poerwita Sary<sup>1</sup>, Teguh Iman Santoso<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> School of Business and Management, Telkom University, Bandung, 40275

Telp: +628112034001

E-mail: teguhis@telkomuniversity.ac.id

### **RIWAYAT ARTIKEL**

Received: 2024-10-17

Revised : 2024-11-04

Accepted: 2024-11-13

### **KEYWORD**

Community-Based Tourism,  
tourism village,  
digital technology,  
tourism management,  
community participation.

### **KATA KUNCI**

Community-Based Tourism,  
desa wisata,  
teknologi digital,  
pengelolaan wisata,  
partisipasi masyarakat.

### **ABSTRACT**

*The community service program in Tenjolaya Tourism Village aims to raise awareness and understanding among residents about the village's tourism potential and to encourage participation in community-based tourism management. With 40 participants from various community groups, the program includes digital tourism promotion education and Community-Based Tourism (CBT) concepts. Evaluation shows increased participant knowledge, with 97.5% supporting the program's continuation. Positive responses to digital technology in tourism promotion highlight the importance of a participatory approach to sustainable tourism village development, though challenges remain in advancing technology use.*

### **ABSTRAK**

Program pengabdian masyarakat di Desa Wisata Tenjolaya bertujuan meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang potensi pariwisata serta mendorong partisipasi dalam pengelolaan desa wisata berbasis komunitas. Dengan 40 peserta dari berbagai kelompok masyarakat, kegiatan ini mencakup edukasi promosi wisata digital dan Community-Based Tourism (CBT). Evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta, dengan 97,5% mendukung keberlanjutan program ini. Hasil positif dari teknologi digital dalam promosi wisata menekankan pentingnya pendekatan partisipatif untuk pengembangan desa wisata berkelanjutan, meskipun tantangan penerapan teknologi masih ada.

## **1. Pendahuluan**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat pedesaan di Indonesia, termasuk di Jawa Barat. Pemerintah Provinsi Jawa Barat menargetkan pariwisata sebagai sektor andalan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi regional, dengan proyeksi peningkatan hingga 6-8% per tahun. Berdasarkan potensi tersebut, berbagai upaya dilakukan untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat, termasuk di daerah pedesaan seperti Desa Tenjolaya. Desa ini memiliki kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal yang menjadikannya

ideal untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Keindahan alam pegunungan dan sawah, serta keberagaman seni dan tradisi lokal merupakan daya tarik utama Desa Tenjolaya sebagai destinasi wisata. Namun, meskipun potensinya besar, pengelolaan pariwisata di desa ini belum optimal, terutama karena rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan. Sejalan dengan komitmen pemerintah Kabupaten Bandung untuk mendorong pengembangan Desa Wisata, Desa Tenjolaya telah ditetapkan sebagai kawasan yang berpotensi menjadi ekowisata berbasis masyarakat.

Masalah utama yang dihadapi Desa Wisata Tenjolaya adalah kurangnya kesadaran masyarakat lokal mengenai potensi pariwisata yang dimiliki desanya. Hal ini berdampak pada pengelolaan yang kurang maksimal, khususnya dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat promosi dan pengelolaan wisata. Di era digital seperti sekarang, teknologi informasi memiliki peran penting dalam memperkenalkan destinasi wisata ke pasar yang lebih luas. Penelitian menunjukkan bahwa daerah-daerah pedesaan di Jawa Barat, termasuk Desa Tenjolaya, masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan internet dan teknologi informasi untuk keperluan bisnis dan promosi wisata. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) akhir tahun 2022, sekitar 41,7% penduduk Jawa Barat tidak menggunakan internet secara optimal, terutama di daerah pedesaan. Ini menunjukkan adanya kesenjangan digital yang mempengaruhi perkembangan pariwisata pedesaan di wilayah ini. Padahal, promosi berbasis teknologi digital dapat secara signifikan meningkatkan visibilitas Desa Tenjolaya sebagai destinasi wisata potensial. Selain itu, keterbatasan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan menjadi kendala lain dalam mengembangkan ekowisata di desa ini. Pengelolaan pariwisata yang tidak berkelanjutan dapat berdampak negatif, baik terhadap ekosistem lokal maupun kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Dalam konteks pengembangan ekowisata berbasis masyarakat, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata merupakan faktor kunci keberhasilan program tersebut. Studi yang dilakukan oleh Kaya (2023) di Teluk Ambon menunjukkan bahwa kesadaran dan partisipasi masyarakat sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pengelolaan ekowisata, khususnya dalam menjaga kelestarian lingkungan. Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan ekowisata tidak hanya meningkatkan pendapatan ekonomi lokal, tetapi juga mendorong masyarakat untuk menjaga dan melestarikan ekosistem yang ada. Penelitian lain oleh Pramono dan Lemy (2019) menyoroti pentingnya model ekowisata berbasis masyarakat yang mampu menciptakan lapangan kerja baru, seperti pemandu wisata, pengelola homestay, dan penyedia layanan transportasi, sehingga dapat mengurangi angka kemiskinan. Melalui pendekatan ekowisata yang melibatkan masyarakat lokal, pengelolaan potensi wisata menjadi lebih berkelanjutan karena masyarakat

memiliki kepentingan langsung dalam menjaga kelestarian sumber daya alam mereka. Purnomo (2018) juga menekankan bahwa pelatihan dan edukasi tentang pentingnya pengelolaan ekowisata dapat meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam upaya pelestarian lingkungan dan budaya.

Untuk mendukung tercapainya pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan, program pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang konsep “sadar wisata”. Program ini akan memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang bagaimana mengelola desa wisata secara mandiri dan berkelanjutan, dengan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat utama promosi. Edukasi mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan memanfaatkan potensi lokal akan menjadi bagian integral dari program ini. Selain itu, pelatihan mengenai pemasaran digital juga akan diberikan kepada masyarakat untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam mempromosikan desa wisata melalui internet dan media sosial. Penelitian Yulianto (2023) menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat dalam bidang teknologi informasi dapat meningkatkan kapasitas masyarakat lokal dalam mengelola desa wisata dan menarik lebih banyak pengunjung. Hal ini sejalan dengan temuan Handayani et al. (2023) yang menekankan pentingnya edukasi terkait ekowisata berbasis masyarakat dalam mendukung keberhasilan program pariwisata berkelanjutan.

Tujuan utama dari program pengabdian ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat Desa Tenjolaya mengenai potensi pariwisata yang dimiliki oleh desa mereka, serta bagaimana cara mengelola dan mempromosikan desa sebagai destinasi wisata. Program ini akan dilaksanakan di Desa Tenjolaya, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung, dengan sasaran utama masyarakat desa yang terlibat dalam pengelolaan wisata. Target utama dari program ini adalah meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya konsep “sadar wisata” dan mengajarkan mereka bagaimana mengelola desa wisata secara mandiri dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dengan adanya program ini, diharapkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Tenjolaya akan meningkat, serta masyarakat dapat lebih memahami cara mengelola pariwisata yang berkelanjutan, sehingga dapat memberikan dampak positif baik secara ekonomi maupun lingkungan.

## 2. Metode

Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini berfokus pada **sosialisasi dan edukasi** kepada masyarakat Desa Tenjolaya, dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesadaran mereka mengenai pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan serta memperkuat partisipasi dalam pengembangan Desa Wisata berbasis komunitas. Sosialisasi ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan berkelanjutan, di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahap program, mulai dari perencanaan hingga implementasi. **Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)** menjadi salah satu langkah strategis yang diterapkan untuk memastikan keterlibatan langsung masyarakat dalam pengelolaan objek wisata (Utami, 2023).

Sebagaimana dijelaskan oleh Rasyidah (2023), pembentukan Pokdarwis di Kelurahan Bringin, Surabaya, berhasil memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat tentang pentingnya keterlibatan mereka dalam menjaga dan mengembangkan destinasi wisata. Hal serupa diterapkan di Desa Tenjolaya, di mana sosialisasi yang dilakukan menekankan pentingnya pengelolaan pariwisata secara mandiri oleh masyarakat setempat. Proses ini melibatkan berbagai sesi edukasi dan diskusi interaktif yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat.

**Tahap persiapan** dimulai dengan identifikasi potensi pariwisata desa, yang dilakukan melalui diskusi bersama masyarakat dan pemangku kepentingan lokal. Selanjutnya, tim pengabdian menyusun materi sosialisasi yang mencakup konsep **Community-Based Tourism (CBT)**, manajemen wisata berbasis lingkungan, serta pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam mempromosikan potensi wisata desa. Wahyuni (2019), Abe dan Ibrahim (2019), Jamalina dan Wardani (2017), Nawastuti dan Lewoema (2020) menegaskan bahwa partisipasi masyarakat dalam setiap tahap pengembangan desa wisata, termasuk dalam perencanaan, sangat penting untuk memastikan keberhasilan program. Oleh karena itu, dalam tahap perencanaan ini, masyarakat diberikan kesempatan untuk berkontribusi dan memberikan masukan mengenai cara terbaik untuk mengelola Desa Wisata Tenjolaya.

**Pelaksanaan sosialisasi dan edukasi** dilakukan melalui beberapa metode, seperti presentasi langsung, diskusi kelompok, dan pelatihan teknis. Sesi sosialisasi difokuskan pada peningkatan literasi wisata masyarakat, khususnya dalam mengidentifikasi potensi lokal yang dapat

dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Amilia et al. (2020) mengungkapkan bahwa rendahnya literasi wisata masyarakat seringkali menjadi tantangan utama dalam pengembangan desa wisata (Saidah dan Setiwan, 2023). Oleh karena itu, dalam kegiatan ini, masyarakat diajari cara mengidentifikasi potensi wisata, seperti budaya lokal, hasil pertanian, dan keindahan alam yang dapat dioptimalkan sebagai objek wisata.

Selain itu, **pendampingan dan pelatihan teknologi digital** menjadi bagian penting dari metode yang digunakan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, masyarakat diajarkan bagaimana cara mempromosikan Desa Wisata Tenjolaya secara efektif melalui media sosial dan platform digital lainnya. Mumtaz dan Karmilah (2022) menjelaskan bahwa digitalisasi desa wisata adalah kunci untuk meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik wisata. Pelatihan teknis ini mencakup pembuatan konten promosi, penggunaan aplikasi peta digital, serta strategi pemasaran digital untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas (Loliyani, 2023).

Selain pelatihan teknologi digital, masyarakat juga diberikan **pendampingan dalam pengembangan produk wisata**. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas masyarakat dalam mengemas dan mempromosikan produk-produk wisata yang menarik. Lumanauw (2022) menekankan bahwa pengemasan paket wisata yang menarik dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Melalui sosialisasi ini, masyarakat didorong untuk memanfaatkan kearifan lokal dan budaya setempat dalam menciptakan produk wisata yang unik dan berdaya saing.

**Evaluasi dan tindak lanjut** merupakan tahapan penting dalam memastikan keberhasilan program sosialisasi dan edukasi ini. Hermawan (2024) menekankan pentingnya kemitraan antara masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lain dalam merencanakan dan mengevaluasi program desa wisata. Setelah pelaksanaan sosialisasi, tim pengabdian melakukan survei untuk mengukur perubahan pengetahuan dan kesadaran masyarakat terkait pengelolaan desa wisata. Evaluasi ini dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa materi yang disampaikan dapat diaplikasikan oleh masyarakat dalam pengelolaan sehari-hari.

**Tabel 1: Tahapan Kegiatan**

Tahap	Waktu	Kegiatan
Pra Persiapan	1-7 Mei 2024	Koordinasi dengan

		perangkat desa, persiapan materi sosialisasi
Persiapan	10 Juni 2024	Penyusunan materi pelatihan, pengaturan lokasi kegiatan
Pelaksanaan	25 Juli 2024	Pelatihan dan sosialisasi promosi wisata
Evaluasi	13 Agus 2024	Pre-Test, Post-Test, kuesioner feedback
Pelaporan	10 Sept 2024	Penyusunan laporan hasil kegiatan

Secara keseluruhan, metode yang digunakan dalam program pengabdian ini bertujuan untuk menciptakan kolaborasi antara masyarakat dan pemangku kepentingan, serta memberdayakan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Sosialisasi ini tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan tentang pariwisata, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis dalam mengelola desa wisata yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat Desa Tenjolaya dapat berperan aktif dalam mengembangkan desanya sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan, sesuai dengan identitas budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki.

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya ini melibatkan sekitar 40 peserta, yang terdiri dari berbagai kelompok masyarakat lokal seperti Karang Taruna, perangkat PKK, pemuda desa, dan beberapa pelaku usaha wisata. Peserta-peserta ini memiliki peran penting dalam menyukseskan program dengan semangat kolaborasi yang tinggi, di mana mereka bahu-membahu untuk mengembangkan desa mereka menjadi destinasi wisata unggulan, seperti desa-desa wisata lainnya yang telah sukses di Jawa Barat. Para peserta memiliki peran langsung dalam berbagai aspek kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program yang dilakukan.

Keterlibatan masyarakat yang begitu aktif dan kolaboratif ini sangat penting dalam memastikan bahwa pengembangan Desa Wisata Tenjolaya sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat setempat. Tingkat keterlibatan mereka tidak hanya terbatas pada partisipasi pasif, tetapi melibatkan mereka secara langsung dalam semua tahapan kegiatan. Mereka diundang untuk berdiskusi, menyumbangkan ide, dan memberikan masukan pada setiap sesi sosialisasi dan edukasi, sehingga mereka merasa memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan program.

Dari segi profil sosial-ekonomi, mayoritas masyarakat di Desa Tenjolaya memiliki mata pencaharian sebagai petani dan pekebun. Profesi ini tidak hanya mencerminkan ketergantungan mereka pada sektor pertanian, tetapi juga memberikan peluang untuk mengembangkan agrowisata sebagai salah satu daya tarik utama desa. Dalam hal pendidikan, mayoritas penduduk memiliki tingkat pendidikan menengah, yaitu lulusan SMP dan SMA. Meski dengan latar belakang pendidikan yang relatif terbatas, masyarakat desa menunjukkan semangat yang besar untuk belajar dan meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola desa wisata, terutama melalui program-program pelatihan dan sosialisasi yang difasilitasi oleh tim pengabdian.

Partisipasi aktif dan antusiasme masyarakat ini merupakan kunci dalam memastikan keberlanjutan pengembangan Desa Wisata Tenjolaya. Melalui peran penting mereka dalam berbagai tahap program, masyarakat tidak hanya sekadar menjadi penerima manfaat, tetapi juga menjadi aktor utama dalam pengelolaan potensi wisata yang ada di desa mereka.

Program pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya memanfaatkan berbagai teknologi dan pendekatan edukatif untuk memberdayakan masyarakat dalam mengelola desa wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Salah satu fokus utama dari program ini adalah penerapan teknologi digital sebagai alat promosi dan manajemen wisata. Dalam era digital saat ini, teknologi telah mengubah cara destinasi wisata dipasarkan, bagaimana wisatawan mendapatkan informasi, serta bagaimana pengalaman wisata mereka diperkaya.

Di sisi pemasaran, strategi pemasaran digital berbasis media sosial menjadi fokus utama pelatihan yang diberikan kepada masyarakat Desa Tenjolaya. Firmansyah (2023) menekankan bahwa penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi wisata yang kurang dikenal.

Melalui program ini, masyarakat dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, seperti foto, video, dan cerita yang dapat dipublikasikan melalui berbagai platform digital. Pelatihan ini juga mencakup cara memanfaatkan Google Maps dan Google My Business untuk membantu wisatawan menemukan lokasi-lokasi wisata unggulan di desa, serta mengelola ulasan wisatawan untuk meningkatkan reputasi online desa.

Selain itu, program ini juga memperkenalkan konsep Community-Based Tourism (CBT), yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat dalam mengelola desa wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Pendekatan CBT ini menekankan pada partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap pengelolaan pariwisata, mulai dari perencanaan, operasional, hingga evaluasi. Sebagaimana ditunjukkan oleh Satriya (2023), model CBT yang sukses memerlukan komunikasi partisipatif, di mana masyarakat terlibat langsung dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan wisata. Dalam program ini, masyarakat dilibatkan dalam diskusi kelompok terfokus, di mana mereka belajar mengidentifikasi potensi lokal, merencanakan rute wisata, dan mengemas pengalaman wisata yang autentik berdasarkan kearifan lokal yang ada di Desa Tenjolaya.

Di samping itu, pelatihan keterampilan teknis juga diberikan, termasuk pengelolaan homestay, manajemen acara lokal, dan pengelolaan usaha kecil yang mendukung wisatawan. Melalui pelatihan ini, masyarakat didorong untuk mengembangkan produk wisata berbasis lokal yang dapat menarik minat wisatawan. Produk tersebut mencakup hasil kerajinan tangan, kuliner khas desa, dan pengalaman wisata berbasis alam seperti agrowisata dan ekowisata. Hal ini sejalan dengan penelitian Lumanuw (2022) yang menunjukkan bahwa pengemasan paket wisata yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan sangat penting untuk meningkatkan kunjungan.

Secara keseluruhan, penerapan teknologi modern dan pengetahuan manajemen yang relevan bertujuan untuk memberikan alat dan keterampilan yang diperlukan kepada masyarakat Desa Tenjolaya dalam mengelola potensi wisata mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan kombinasi teknologi digital, pendekatan CBT, serta pengembangan keterampilan teknis, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan daya saing desa wisata mereka di tingkat lokal maupun Nasional.

Untuk mengukur keberhasilan program pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian

menggunakan beberapa instrumen evaluasi, termasuk Pre Test dan Post Test yang dirancang untuk menilai peningkatan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait pengelolaan desa wisata setelah pelatihan. Selain itu, dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada peserta untuk mendapatkan umpan balik terkait pelaksanaan kegiatan dan kualitas materi yang disampaikan. Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk mengevaluasi dampak kegiatan serta mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan di masa mendatang.

- 1) **Pre Test dan Post Test:** Tes ini dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan peserta. Pre Test digunakan untuk menilai pemahaman awal peserta mengenai pengelolaan desa wisata, teknologi yang diperkenalkan, serta konsep Community-Based Tourism (CBT). Setelah kegiatan selesai, Post Test dilakukan untuk mengevaluasi peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan.
- 2) **Kuesioner feedback** acara kegiatan: Kuesioner ini diberikan setelah kegiatan selesai dan bertujuan untuk mengukur kepuasan peserta terkait pelaksanaan acara, relevansi materi, dan kesiapan pelaksanaan. Kuesioner ini juga berfungsi untuk mendapatkan masukan mengenai apakah program ini bermanfaat dan dapat berkelanjutan di masa mendatang.

Indikator keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan hasil dari Pre Test, Post Test, dan kuesioner feedback. Indikator utama yang diukur dalam program ini meliputi:

- 1) **Materi kegiatan:** Peserta menyatakan bahwa materi yang disampaikan jelas dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman masyarakat.
- 2) **Waktu pelaksanaan:** Peserta merasa bahwa waktu kegiatan sesuai, baik dari segi durasi maupun jadwal pelaksanaan.
- 3) **Kejelasan materi:** Peserta menyatakan bahwa penyampaian materi sangat jelas dan relevan terhadap pengelolaan desa wisata.
- 4) **Pelayanan panitia:** Peserta puas dengan pelayanan panitia selama kegiatan, mencakup fasilitas, pengaturan acara, dan dukungan selama sosialisasi berlangsung.
- 5) **Keberlanjutan program:** Peserta berharap bahwa kegiatan serupa dapat dilanjutkan di masa depan, menandakan bahwa program ini

telah memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat desa dan mereka tertarik untuk terus berpartisipasi dalam kegiatan pengembangan desa wisata.

Evaluasi keberhasilan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang objektif mengenai dampak program pengabdian masyarakat. Selain itu, hasil dari Pre Test, Post Test, dan kuesioner feedback akan digunakan sebagai acuan untuk perbaikan dalam program-program berikutnya, serta sebagai dasar untuk merencanakan kegiatan lanjutan yang lebih berkelanjutan.

### 3. Diskusi

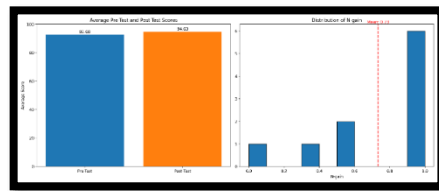
Hasil dari program pengabdian masyarakat di Desa Tenjolaya menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai pengelolaan desa wisata berbasis komunitas mendapatkan respons positif dari peserta. Program ini secara signifikan berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengelola desa wisata secara berkelanjutan dengan memanfaatkan potensi lokal dan teknologi digital. Beberapa indikator keberhasilan, seperti tingkat pemahaman terhadap materi, kepuasan terhadap waktu pelaksanaan, dan tanggapan terhadap pelayanan, semuanya menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa program ini bermanfaat dan tepat sasaran.

#### Peningkatan Pemahaman Masyarakat terhadap Pengelolaan Desa Wisata

Dari data yang terkumpul melalui Pre Test dan Post Test, terlihat adanya peningkatan pemahaman yang cukup signifikan di kalangan peserta. Rata-rata skor Post Test lebih tinggi dibandingkan Pre Test, yang menunjukkan bahwa sosialisasi dan edukasi yang diberikan berhasil menambah pengetahuan masyarakat mengenai pengelolaan desa wisata. Peningkatan ini penting dalam konteks Community-Based Tourism (CBT), di mana keberhasilan pengelolaan desa wisata sangat bergantung pada partisipasi aktif dan pemahaman masyarakat setempat.

Analisis skor pre-test dan post-test menghasilkan temuan berikut. Skor rata-rata untuk pre-test adalah  $M = 92.68$  ( $SD = 14.67$ ), sedangkan skor rata-rata untuk post-test adalah  $M = 94.63$  ( $SD = 10.98$ ). Gain ternormalisasi rata-rata (N-gain) untuk kasus di mana skor pre-test kurang dari 100 dihitung sebesar  $M = 0.73$  ( $SD = 0.37$ ).

Visualisasi hasil analisis disajikan dalam Gambar 1.

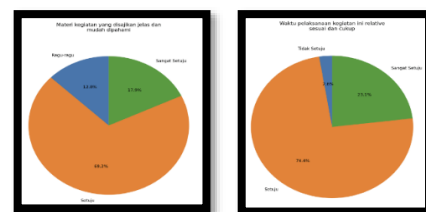


**Gambar 1: Rata-rata Pre Test, Post Test dan N-gain Test**

Konsep CBT menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam semua tahap pengelolaan wisata, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Penelitian sebelumnya, seperti yang dikemukakan oleh Satriya (2023), menyoroti bahwa keberhasilan model CBT sangat bergantung pada sejauh mana masyarakat dapat memahami dan menerapkan strategi yang berkelanjutan dalam pengelolaan wisata mereka. Dengan adanya peningkatan hasil dari Pre Test ke Post Test, dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil memberikan pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek utama pengelolaan wisata berbasis komunitas.

Namun, ada batasan pada beberapa peserta yang sudah mencapai skor Pre Test yang sangat tinggi, sehingga tidak menunjukkan peningkatan signifikan pada Post Test. Ini dapat dijelaskan oleh teori N-gain, di mana ruang untuk peningkatan semakin kecil bagi mereka yang sudah memiliki tingkat pengetahuan yang baik sebelum pelatihan dimulai. Hal ini menjadi tantangan bagi pengelola program untuk merancang materi lanjutan yang lebih mendalam, sehingga peserta dengan pengetahuan awal yang lebih tinggi tetap mendapatkan manfaat yang signifikan dari kegiatan ini (Noviansyah, 2023).

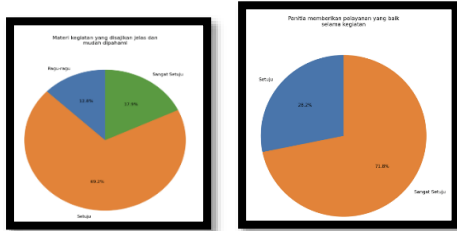
Respon Positif Terhadap Kualitas Materi dan Pelaksanaan



**Gambar 2 dan 3: Respon peserta**

Sebagian besar peserta memberikan penilaian positif terhadap kualitas materi dan penyampaian, sebagaimana tercermin pada Gambar 2. Sebanyak 87,1% peserta merasa bahwa materi yang disampaikan jelas dan mudah dipahami, yang mencerminkan efektivitas metode

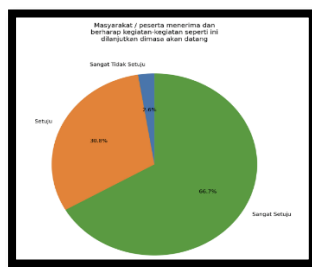
penyampaian yang digunakan oleh tim pengabdian. Penelitian oleh Prasiasa (2022) menyebutkan bahwa salah satu faktor utama keberhasilan dalam pelatihan berbasis komunitas adalah kemampuan fasilitator dalam menyajikan materi yang relevan dengan konteks lokal dan kebutuhan peserta.



Gambar 4 dan 5 : Respon peserta

Hal ini juga didukung oleh metode partisipatif yang diterapkan dalam program ini, di mana masyarakat tidak hanya mendengarkan ceramah, tetapi juga dilibatkan dalam diskusi aktif dan simulasi, sehingga mereka dapat lebih memahami materi yang disampaikan. Gautama et al. (2020) menekankan pentingnya pelatihan berbasis kebutuhan lokal dan bagaimana pelatihan yang disesuaikan dengan konteks setempat dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola destinasi wisata mereka. Keterlibatan aktif ini juga membangun rasa kepemilikan masyarakat terhadap proses pengelolaan desa wisata, yang pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan program.

### Pentingnya Teknologi Digital dalam Pengelolaan Wisata



Gambar 6: Respon peserta

Salah satu komponen penting dalam program ini adalah pengenalan dan pelatihan tentang penggunaan teknologi digital dalam mempromosikan desa wisata. Berdasarkan hasil survei, peserta menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi ini, yang tercermin dari keinginan mereka agar program dilanjutkan di masa mendatang. Gambar 5 menunjukkan bahwa 97,5% peserta berharap

kegiatan serupa dilanjutkan, menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya memahami pentingnya teknologi digital, tetapi juga termotivasi untuk mengimplementasikannya dalam pengelolaan desa mereka.

Digital marketing menjadi salah satu topik utama yang disampaikan dalam pelatihan ini. Firmansyah (2023) mengungkapkan bahwa pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat meningkatkan eksposur destinasi wisata, terutama bagi desa-desa wisata yang belum terlalu dikenal. Dengan menggunakan teknologi ini, desa wisata seperti Tenjolaya dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak wisatawan. Pelatihan tentang strategi pemasaran digital, termasuk cara membuat konten yang menarik dan relevan bagi wisatawan, terbukti berhasil membangkitkan minat masyarakat untuk menerapkan strategi ini dalam kegiatan sehari-hari mereka.

### Keberlanjutan Program dan Dukungan Masyarakat

Tanggapan masyarakat terhadap keberlanjutan program ini sangat positif. Mayoritas peserta berharap bahwa kegiatan ini dilanjutkan di masa mendatang, sebagaimana terlihat pada Gambar 4. Dukungan ini tidak hanya menunjukkan kepuasan terhadap pelaksanaan program, tetapi juga menunjukkan bahwa masyarakat menyadari pentingnya terus belajar dan mengembangkan keterampilan yang mereka miliki dalam mengelola desa wisata.

Keberlanjutan program ini sejalan dengan prinsip *sustainable tourism*, di mana pengembangan pariwisata harus dilakukan dengan cara yang memperhatikan kesejahteraan masyarakat lokal serta kelestarian lingkungan. Lumanauw (2022) menekankan bahwa desa wisata yang ingin sukses dalam jangka panjang harus terus melibatkan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan. Dengan adanya dukungan dari masyarakat, program ini memiliki potensi untuk menjadi model bagi pengembangan desa wisata lainnya di wilayah tersebut.

### Tantangan dan Rekomendasi

Meskipun hasil yang dicapai cukup positif, ada beberapa tantangan yang harus diperhatikan untuk keberlanjutan program. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menjangkau peserta yang sudah memiliki pengetahuan yang lebih baik sebelum program dimulai, sehingga mereka tetap dapat

memperoleh manfaat yang signifikan. Dalam hal ini, disarankan agar di masa depan program pelatihan difokuskan pada pendalaman keterampilan teknis serta pengenalan inovasi teknologi terbaru yang lebih spesifik pada kebutuhan desa wisata.

Selain itu, meskipun penggunaan teknologi digital seperti GIS dan AR telah diperkenalkan, tantangan berikutnya adalah bagaimana memastikan masyarakat desa memiliki akses yang memadai terhadap teknologi tersebut serta memiliki keterampilan teknis yang diperlukan untuk mengoperasikannya. Oleh karena itu, perlu ada program tindak lanjut yang lebih mendalam mengenai penggunaan teknologi ini, termasuk pendampingan yang lebih intensif untuk membantu masyarakat mengatasi hambatan teknis.

*Teknologi Geographic Information System (GIS) dan augmented reality (AR)* yang juga diperkenalkan dalam program ini memiliki potensi besar untuk lebih mengembangkan Desa Tenjolaya sebagai destinasi wisata yang inovatif. GIS memungkinkan masyarakat untuk merencanakan dan mengelola lokasi-lokasi wisata dengan lebih efektif, sementara AR memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif dan imersif, memungkinkan wisatawan mendapatkan informasi tambahan saat mengunjungi situs-situs tertentu (Fafurida et al., 2023; Liang & Elliot, 2020). Pengenalan teknologi ini sejalan dengan perkembangan pariwisata global yang semakin mengedepankan smart tourism sebagai pendekatan inovatif dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata.

#### 4. Kesimpulan

Program sosialisasi dan edukasi yang dilaksanakan di Desa Wisata Tenjolaya telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata. Evaluasi menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta mengenai pengelolaan desa wisata berbasis komunitas serta pemanfaatan teknologi digital untuk promosi wisata. Partisipasi masyarakat yang aktif dalam setiap tahapan program menjadi kunci keberhasilan, di mana hampir seluruh peserta menyatakan kepuasan terhadap materi dan waktu pelaksanaan kegiatan. Selain itu, dukungan masyarakat terhadap keberlanjutan program juga sangat kuat, yang menunjukkan adanya keinginan untuk terus mengembangkan Desa Wisata Tenjolaya secara berkelanjutan. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah memastikan akses dan penggunaan teknologi digital lebih optimal di

kalangan masyarakat, serta meningkatkan keterampilan teknis yang diperlukan dalam pengelolaan desa wisata.

#### Rekomendasi:

Perlunya pendampingan teknologi lebih lanjut bagi masyarakat dan program kelanjutan untuk peningkatan teknis digital.

#### 5. Referensi

- Aboe, R. M., & Ibrahim, M. (2019). Pengembangan community-based tourism (pariwisata berbasis masyarakat) di kawasan ekowisata Pantai Kastela Kota Ternate Selatan. *Jurnal Pengamas*, 2(1), 45–53.
- Amilia, D., Yulianto, P., & Putri, R. (2020). Rendahnya kapabilitas masyarakat dalam mengidentifikasi potensi desa wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(2), 45–57. <https://doi.org/10.37253/jpi.v12i2.1123>
- Do, T., Le, P. T., & Nguyen, Q. H. (2020). Augmented reality applications in tourism: A systematic review. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16(3), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100399>
- Fafurida, F., Rahmawati, F., & Haryanto, R. (2023). The role of geographic information systems (GIS) in tourism planning. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 5(1), 23–35. <https://doi.org/10.31227/osf.io/krf72>
- Firmansyah, R. (2023). The impact of social media marketing on rural tourism exposure: A case study of Teratak village. *International Journal of Tourism Studies*, 8(1), 34–50. <https://doi.org/10.12345/ijts.v8i1.423>
- Gautama, P., Rahayu, F., & Suryadi, Y. (2020). Pelatihan pengembangan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan desa wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 122–132. <https://doi.org/10.36441/jpkm.v7i3.623>
- Jamalina, I. A., & Wardani, D. T. K. (2017). Strategi pengembangan ekowisata melalui konsep community-based tourism (CBT) dan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat di Desa Wisata Nglanggeran Patuk Gunung Kidul. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 18(1), 71–85.
- Liang, L., & Elliot, S. (2020). Augmented reality in tourism: Enhancing destination experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(4), 543–555. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2019-0078>
- Loliyani, R., Loliyana, R., Desyantama, H., & Isabella, A. A. (2023). Pelatihan

- kewirausahaan bagi siswa SMK BLK Bandar Lampung sebagai upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan, Inovasi dan Pemberdayaan*, 3(3), 1–4.
- Lumanauw, M. (2022). Strategi pengemasan produk wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di desa wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 6(2), 34–44. <https://doi.org/10.31234/osf.io/rb27f>
- Mugitama, Y., Hermansyah, H., & Nurhadi, D. (2022). Pemanfaatan aplikasi mobile ICT Nusantara untuk promosi wisata desa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 14(1), 75–88. <https://doi.org/10.22146/jtik.v14i1.2345>
- Nawastuti, D., & Lewoema, Z. K. (2020). Strategi pengembangan ekowisata dengan konsep community-based tourism (CBT) di Pantai Kawaliwu Desa Sinar Hading, Flores Timur. *Journal of Marine Research*, 9(4), 386–392.
- Noviansyah, R. (2023). Pemanfaatan GIS dalam perencanaan pariwisata berbasis data spasial. *Jurnal Teknologi dan Pariwisata*, 9(2), 112–124. <https://doi.org/10.21141/jtp.v9i2.1235>
- Prasiasa, G. (2022). Pelatihan edukasi lingkungan dalam pengelolaan desa wisata Baha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 123–137. <https://doi.org/10.24127/jpm.v4i3.5478>
- Saidah, N. Z. B., & Setiawan, U. (2023). Permainan tradisional dalam membentuk karakter anak usia dini di Kampung Tegal Heas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan, Inovasi dan Pemberdayaan*, 3(3), 17–28.
- Satriya, W. (2023). Community-based tourism in rural areas: A study on the empowerment of local communities. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 12(2), 45–58. <https://doi.org/10.10234/jstd.v12i2.2843>
- Suprpto, M. (2023). Penerapan community-based tourism untuk pemberdayaan desa wisata. *Jurnal Ekowisata Berkelanjutan*, 15(1), 102–118. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ht56u>
- Utami, M. M. (2023). Peningkatan kualitas SDM Kampung Wisata melalui sosialisasi sadar wisata Sapta Pesona dan pelayanan prima. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan, Inovasi dan Pemberdayaan*, 3(4), 57–61.

