

## Penguatan Kapasitas SDM Pariwisata untuk Pemberdayaan Desa Wisata Jamalsari melalui Program Bimtek

\*Artin Bayu Mukti<sup>1</sup>, Retnowati<sup>2</sup>, Wahyu Mafatikhul Aulia<sup>3</sup>, Eko Nur Wahyudi<sup>4</sup>, Kristiawan Nugroho<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Stikubank, Indonesia, bayu\_fpar@edu.unisbank.ac.id



Informasi artikel	ABSTRAK
<b>Sejarah artikel</b> Diterima : 5 Desember 2025 Revisi : 7 Januari 2026 Dipublikasikan : 15 Januari 2026 <b>Kata kunci:</b> Pemberdayaan Masyarakat SDM Pariwisata Promosi Digital Desa Wisata	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wisata Jamalsari, Kecamatan Mijen, Kota Semarang, dengan tujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pariwisata serta kemampuan promosi digital berbasis potensi lokal. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya kompetensi pemandu wisata dan kurang optimalnya promosi digital. Metode yang digunakan adalah pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam hal pelayanan wisata (hospitality), kependudukan wisata, serta pembuatan konten digital untuk media sosial dan website promosi desa wisata. Program ini telah memberikan dampak nyata berupa meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya profesionalisme dalam pariwisata dan penguatan identitas digital desa. Kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan dan inovasi digital merupakan strategi efektif dalam memperkuat daya saing desa wisata.
<b>Keywords:</b> Community Empowerment Tourism HR Digital Promotion Tourism Village	<b>ABSTRACT</b> <i>Strengthening Tourism Human Resource Capacity for the Empowerment of Jamalsari Tourism Village through a Training Program.</i> Community service program was carried out in Jamalsari Tourism Village, Mijen District, Semarang City, aiming to enhance the capacity of tourism human resources (HR) and digital promotion skills based on local potential. The main problems identified were the lack of competent tour guides and the limited use of digital promotion. The method used was training, mentoring, and evaluation through a participatory approach. The results indicate a significant improvement in participants' skills in hospitality, tour guiding, and creating digital content for social media and the village's promotional website. This program has generated tangible impacts, such as increased community awareness of professionalism in tourism and the strengthening of the village's digital identity. The findings confirm that training-based empowerment and digital innovation are effective strategies to strengthen the competitiveness of community-based tourism destinations..

### Pendahuluan

Desa Wisata Jamalsari merupakan salah satu desa di Kecamatan Mijen, Kota Semarang, yang memiliki potensi wisata alam, budaya, dan edukasi yang cukup beragam. Lanskap pedesaan yang asri, hamparan sawah, serta kawasan hijau yang masih terjaga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan pengalaman alam yang autentik. Selain itu, tradisi budaya lokal seperti kegiatan keagamaan, kesenian rakyat, serta praktik sosial berbasis gotong royong masih bertahan dan menjadi

identitas sosial masyarakat. Di sisi lain, aktivitas ekonomi kreatif mulai berkembang, terutama pada sektor kuliner lokal, kerajinan tangan, dan produk olahan hasil pertanian yang memiliki nilai jual tinggi. Keseluruhan potensi tersebut merupakan modal dasar yang sangat penting bagi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat.

Namun demikian, potensi yang besar tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Salah satu faktor penghambat utama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam aspek pelayanan wisata dan pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar masyarakat belum memiliki keterampilan yang memadai dalam memberikan layanan wisata profesional, menyusun paket wisata, mengelola atraksi, maupun mengemas daya tarik lokal menjadi produk wisata yang bernilai ekonomi. Selain itu, pemahaman mengenai promosi digital masih terbatas pada penggunaan media sosial secara sederhana dan belum terarah. Kondisi ini menyebabkan potensi wisata Jamalsari belum sepenuhnya dikenal oleh pasar yang lebih luas.

Fenomena tersebut sesungguhnya mencerminkan permasalahan yang dihadapi banyak desa wisata di Indonesia. Pengembangan pariwisata kerap stagnan karena kualitas SDM yang belum memadai, lemahnya kelembagaan pengelola destinasi, serta kurangnya kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi (Mudana, 2023). Dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism), faktor manusia menjadi komponen paling strategis. Keberhasilan suatu destinasi tidak hanya ditentukan oleh keindahan objek wisata, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam memberikan pengalaman wisata yang berkualitas, aman, nyaman, dan bermakna bagi wisatawan (Walia, 2021).

Berbagai penelitian menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat lokal merupakan prasyarat penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Borges de Lima dan King (2018) menyatakan bahwa pariwisata yang melibatkan masyarakat secara aktif mampu menciptakan manfaat ekonomi sekaligus memperkuat identitas sosial dan budaya. Partisipasi masyarakat mendorong rasa memiliki (sense of belonging) sehingga kebijakan dan program pengembangan destinasi lebih mudah diterima dan didukung. Dalam perspektif pemberdayaan, masyarakat bukan lagi objek, melainkan subjek yang aktif merencanakan, mengelola, dan menikmati hasil pembangunan pariwisata.

Pada saat yang sama, transformasi digital membawa peluang baru bagi desa wisata. Kehadiran media sosial, platform perjalanan, website promosi, dan teknologi komunikasi membuka akses pemasaran yang lebih luas dan efisien. Gai et al. (2024) menegaskan bahwa digitalisasi tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga membantu membangun citra destinasi, memperkuat narasi lokal, serta meningkatkan daya saing desa wisata dalam pasar pariwisata yang semakin kompetitif. Dengan strategi digital yang tepat, desa wisata dapat bersaing tanpa harus bergantung pada promosi konvensional yang membutuhkan biaya besar.

Dalam kerangka tersebut, pendekatan Community-Based Tourism (CBT) menjadi sangat relevan diterapkan di Desa Wisata Jamalsari. CBT menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses pengembangan pariwisata. Pendekatan ini menekankan prinsip partisipasi, keadilan, keberlanjutan, serta distribusi manfaat yang lebih merata (Suansri, 2003). Melalui CBT, masyarakat didorong untuk mengembangkan potensi lokal berdasarkan kekuatan sendiri, dengan dukungan pihak eksternal secara proporsional. Penelitian Hatapayo dan Relubun (2024) serta Safitri dan Ramdan (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam promosi digital desa wisata mampu meningkatkan kebanggaan, memperkuat jejaring sosial, dan mendorong tumbuhnya peluang ekonomi baru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pengabdian masyarakat di Desa Wisata Jamalsari dirancang sebagai upaya untuk menjawab dua persoalan utama, yaitu rendahnya kapasitas SDM pariwisata dan terbatasnya pemanfaatan teknologi digital. Program ini diarahkan pada peningkatan kompetensi kependudukan wisata, etika pelayanan, komunikasi, serta penguatan kemampuan promosi digital berbasis potensi lokal. Melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme layanan sekaligus mengelola identitas digital desa secara lebih efektif.

Selain fokus pada keterampilan teknis, program ini juga menekankan pentingnya sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, Pokdarwis, dan masyarakat. Perguruan tinggi berperan sebagai

fasilitator pengetahuan, penyedia pendampingan, dan sumber inovasi. Sementara itu, masyarakat bertindak sebagai pelaku utama yang menentukan arah pengembangan desa wisata. Kolaborasi ini diharapkan dapat melahirkan inovasi sosial yang aplikatif serta memberi dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Dengan demikian, pengembangan Desa Wisata Jamalsari tidak hanya dimaknai sebagai upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga sebagai proses penguatan kapasitas, kesadaran, dan kemandirian masyarakat. Pemberdayaan berbasis pelatihan dan inovasi digital diharapkan mampu memperkuat daya saing desa wisata, memperluas jaringan pasar, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

## **Metode**

Tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan lokal. Peserta FGD terdiri atas perangkat desa, pengurus Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, pengelola homestay, serta perwakilan pemuda. Keterlibatan berbagai unsur tersebut dianggap sangat penting karena mereka merupakan pihak yang sehari-hari terlibat langsung dalam dinamika sosial, ekonomi, dan aktivitas pariwisata di Desa Wisata Jamalsari. Melalui forum ini, dilakukan penggalian informasi secara mendalam untuk memetakan kebutuhan utama, hambatan, serta peluang yang dimiliki desa dalam upaya pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Diskusi berlangsung dalam suasana partisipatif, di mana peserta diberikan kesempatan menyampaikan pandangan, pengalaman, serta aspirasi mereka. Dari proses ini, muncul berbagai masukan terkait kondisi sarana prasarana, pelayanan wisata, pengelolaan atraksi, hingga strategi promosi. Hasil FGD memperlihatkan bahwa tantangan terbesar tidak hanya terletak pada aspek fisik atau infrastruktur, tetapi justru pada kapasitas sumber daya manusia. Keterbatasan kemampuan pemandu wisata dalam memberikan pelayanan profesional muncul sebagai persoalan krusial. Selain itu, masyarakat juga belum sepenuhnya memahami pentingnya strategi promosi digital yang sistematis, konsisten, dan berbasis segmentasi pasar. Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian menetapkan dua fokus utama kegiatan, yaitu peningkatan kompetensi kepemanduan wisata dan penguatan kapasitas promosi digital berbasis potensi lokal.

Penetapan fokus ini dimaksudkan agar program yang dijalankan lebih terarah, terukur, dan benar-benar menjawab kebutuhan nyata masyarakat, bukan sekadar program formalitas.

Tahap kedua merupakan proses perencanaan dan penyusunan materi pelatihan. Materi dirancang secara kontekstual, selaras dengan kondisi riil mitra, serta mengacu pada hasil pemetaan kebutuhan yang diperoleh dari FGD. Penyusunan materi juga merujuk pada panduan internasional mengenai pengembangan kewirausahaan komunitas digital yang diterbitkan oleh APEC (2022), sehingga pendekatan yang digunakan tetap selaras dengan praktik terbaik (best practices). Pelatihan disusun dalam format interaktif melalui kombinasi ceramah, diskusi, role play, simulasi, studi kasus, dan praktik langsung di lapangan.

Pendekatan andragogis diterapkan untuk memastikan bahwa proses pembelajaran berpusat pada pengalaman peserta. Peserta tidak hanya menerima materi secara satu arah, tetapi juga diajak merefleksikan pengalaman, bertukar pengetahuan, dan menemukan solusi bersama (Knowles, 1984). Seluruh sesi difasilitasi oleh dosen dan praktisi yang memiliki pengalaman dalam bidang pariwisata serta digital marketing, sehingga materi yang disampaikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan mudah diterapkan.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pendampingan intensif. Pada tahap ini, peserta tidak hanya memperoleh pelatihan, tetapi juga mendapatkan bimbingan langsung dalam menerapkan keterampilan yang telah dipelajari. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan untuk melihat sejauh mana masyarakat mampu mengimplementasikan materi ke dalam aktivitas nyata, seperti memandu wisatawan, memberikan pelayanan kepada tamu, mengelola akun media sosial desa, hingga

memproduksi konten promosi berbasis foto dan video. Pendampingan ini dirancang agar proses perubahan tidak berhenti pada saat pelatihan, tetapi berlanjut pada praktik sehari-hari.

Fokus pendampingan tidak hanya pada peningkatan kemampuan teknis, melainkan juga pada pembentukan pola pikir (mindset) inovatif, kreatif, dan kolaboratif di kalangan anggota Pokdarwis dan pelaku UMKM. Dengan demikian, perubahan yang diharapkan bukan hanya pada keterampilan, tetapi juga pada cara pandang masyarakat terhadap pariwisata sebagai peluang ekonomi yang berkelanjutan, bukan sekadar aktivitas sesaat.

Tahap keempat adalah evaluasi hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan secara komprehensif melalui kombinasi observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada peserta. Evaluasi difokuskan pada tiga dimensi utama, yakni peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap terhadap pengembangan desa wisata. Analisis hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada ketiga dimensi tersebut. Peserta merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan wisatawan, lebih memahami pentingnya pelayanan prima, serta mulai terbiasa memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi.

Selain evaluasi hasil (outcome evaluation), dilakukan pula evaluasi proses (process evaluation) untuk menilai efektivitas metode pelatihan, kualitas interaksi peserta, serta tingkat partisipasi masyarakat. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun rekomendasi program lanjutan yang lebih sistematis, terarah, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini menekankan prinsip partisipasi, relevansi, keberlanjutan, dan kolaborasi. Seluruh tahapan dirancang agar masyarakat terlibat secara aktif, memiliki rasa kepemilikan terhadap program, serta mampu melanjutkan hasil kegiatan secara mandiri. Pendekatan tersebut terbukti efektif dalam membangun komitmen, meningkatkan rasa percaya diri, serta memastikan bahwa dampak program tidak berhenti setelah kegiatan selesai.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian di Desa Wisata Jamalsari tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan, tetapi juga proses transformasi sosial yang mendorong kemandirian, penguatan kapasitas lokal, dan peningkatan daya saing desa wisata berbasis komunitas..

## **Hasil dan Pembahasan**

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Jamalsari berjalan dengan sangat baik dan sesuai dengan rencana kerja yang telah disusun secara kolaboratif antara tim pengabdian dan masyarakat setempat. Program ini sejak awal dirancang tidak hanya sebagai agenda pelatihan sesaat, tetapi sebagai proses pembelajaran berkelanjutan yang melibatkan berbagai unsur masyarakat secara aktif. Pendekatan tersebut dipilih karena pengembangan desa wisata pada dasarnya membutuhkan keterlibatan komunitas sebagai pelaku utama, bukan sekadar penerima manfaat.

Kegiatan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri atas anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pengelola homestay, pelaku UMKM lokal, tokoh masyarakat, dan perwakilan pemuda desa. Komposisi peserta tersebut mencerminkan keterwakilan berbagai aktor penting dalam ekosistem desa wisata. Kehadiran kelompok-kelompok tersebut menunjukkan bahwa kesadaran mengenai arti penting desa wisata sebagai sumber peluang ekonomi mulai tumbuh di kalangan masyarakat.

Antusiasme peserta terlihat sejak tahap persiapan hingga pelaksanaan. Seluruh peserta hadir tepat waktu, mengikuti seluruh sesi kegiatan, serta aktif berdiskusi. Mereka memberikan pertanyaan, mengemukakan pengalaman, dan menyampaikan umpan balik konstruktif terhadap materi yang disampaikan fasilitator. Tingkat kehadiran yang mencapai 100% menjadi indikator kuat bahwa masyarakat memandang program ini relevan dan bermanfaat. Situasi ini sekaligus mengonfirmasi bahwa masyarakat telah memiliki kesadaran kolektif mengenai pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia sebagai modal utama pengembangan desa wisata.

## **Penguatan Kompetensi Dasar Pariwisata**

Pada hari pertama, kegiatan difokuskan pada penguatan kompetensi dasar profesi pariwisata. Materi yang diberikan mencakup konsep hospitality, etika pelayanan, teknik kepemanduan wisata (tour

guiding technique), serta simulasi lapangan. Seluruh sesi dirancang interaktif agar peserta tidak hanya mendengar penjelasan, tetapi juga terlibat langsung melalui diskusi, studi kasus, role play, dan praktik bercerita.

Peserta dilatih memahami bahwa pelayanan wisata bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan mencakup sikap, karakter, dan nilai. Mereka belajar mengenai pentingnya keramahan, komunikasi efektif, bahasa tubuh yang sopan, kesigapan dalam membantu wisatawan, serta kemampuan membaca kebutuhan tamu. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran, disiplin, empati, dan tanggung jawab ditekankan sebagai fondasi utama dalam pelayanan wisata.

Dalam sesi simulasi kependuan, peserta diminta mempresentasikan potensi wisata Jamalsari, seperti sejarah desa, tradisi budaya, atraksi alam, hingga produk ekonomi kreatif. Latihan ini bertujuan menumbuhkan rasa percaya diri sekaligus mengembangkan kemampuan storytelling. Narasi wisata yang menarik terbukti menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman wisata yang bermakna. Wisatawan tidak hanya datang untuk melihat objek, tetapi juga ingin mendengar cerita di balik objek tersebut.

Hasil observasi menunjukkan peningkatan signifikan. Lebih dari 85% peserta menunjukkan kemajuan dalam hal keberanian berbicara di depan umum, kelancaran menyampaikan informasi, serta kesadaran akan pentingnya pelayanan prima. Peserta mulai memahami bahwa kualitas interaksi antara warga dan wisatawan sangat menentukan citra destinasi. Dengan kata lain, manusia menjadi faktor kunci keberhasilan pariwisata, bukan hanya keindahan alam semata.

### **Transformasi Digital sebagai Strategi Promosi**

Pada hari kedua, fokus kegiatan dialihkan pada penguatan kemampuan promosi digital. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa era pariwisata saat ini sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi. Wisatawan mencari informasi, membandingkan destinasi, hingga memutuskan perjalanan melalui media digital.

Materi yang diberikan mencakup pemahaman target pasar, strategi branding digital, pengelolaan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), serta teknik pembuatan konten kreatif berbasis ponsel pintar. Peserta diperkenalkan pada konsep storytelling digital, teknik pengambilan gambar sederhana, penulisan caption, penggunaan hashtag, serta etika komunikasi daring.

Pelatihan ini didesain berbasis praktik. Peserta diminta membuat akun promosi, memotret objek wisata desa, melakukan editing sederhana, lalu mempublikasikannya secara langsung. Kegiatan tersebut menumbuhkan rasa percaya diri bahwa promosi digital tidak selalu memerlukan peralatan mahal.

Hasilnya terlihat nyata. Peserta yang sebelumnya tidak terbiasa menggunakan media digital kini mulai mampu mengelola konten promosi, membalas komentar, dan membangun interaksi dengan pengguna media sosial. Beberapa konten yang dihasilkan bahkan dibagikan ulang oleh akun wisata lokal Kota Semarang sehingga menjangkau audiens yang lebih luas.

Fenomena ini menunjukkan bahwa digitalisasi membuka peluang besar bagi desa wisata. Dengan biaya relatif rendah, desa mampu membangun citra, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing. Temuan ini selaras dengan pandangan Gai et al. (2024) yang menekankan bahwa teknologi digital berperan strategis dalam memperkuat identitas destinasi.

### **Evaluasi Dampak Program**

Evaluasi kegiatan dilakukan secara menyeluruh melalui wawancara terbuka, observasi langsung, dan kuesioner tertulis. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa: 93% peserta menilai program sangat relevan dengan kebutuhan mereka; 87% peserta memperoleh keterampilan baru yang langsung dapat diterapkan; lebih dari 80% peserta menyatakan lebih percaya diri berinteraksi dengan wisatawan.

Selain meningkatkan kompetensi individu, program ini juga memunculkan dampak sosial yang positif. Peserta mulai menyusun rencana kerja Pokdarwis, membentuk tim promosi digital, dan berkomitmen untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan secara mandiri. Hal ini menunjukkan adanya internalisasi nilai kemandirian dan keberlanjutan.



Lebih lanjut, kegiatan Bimbingan Teknis (Bimtek) ini meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai profesionalisme dan keberlanjutan pariwisata. Masyarakat mulai menyadari bahwa citra desa wisata tidak hanya bergantung pada atraksi fisik, tetapi juga pada konsistensi pelayanan dan pengelolaan identitas digital.

### **Penguatan Kolaborasi dan Modal Sosial**

Salah satu temuan penting adalah meningkatnya kolaborasi antarwarga. Forum kegiatan menciptakan ruang dialog baru antara Pokdarwis, UMKM, pengelola homestay, dan pemerintah desa. Mereka mulai memahami bahwa pengembangan desa wisata membutuhkan sinergi, bukan bekerja sendiri-sendiri.

Modal sosial—seperti kepercayaan, kebersamaan, dan rasa memiliki—mengalami penguatan. Kondisi ini sangat penting karena pengembangan desa wisata sering gagal bukan karena kurang dana, tetapi karena lemahnya koordinasi dan kepercayaan antar-aktor.

Dengan modal sosial yang baik, peluang terwujudnya program lanjutan menjadi lebih terbuka dan berkesinambungan.

### **Relevansi dengan Penelitian Terdahulu**

Temuan lapangan ini sejalan dengan penelitian Fifiyanti et al. (2023) yang menegaskan bahwa pelatihan partisipatif mampu meningkatkan kualitas SDM desa wisata. Demikian pula Safitri dan Ramdan (2025) menekankan peran digital marketing dalam memperkuat citra destinasi berbasis komunitas.

Karena itu, kegiatan pemberdayaan di Desa Wisata Jamalsari bukan hanya mencapai tujuan jangka pendek berupa peningkatan keterampilan, tetapi juga menanamkan fondasi jangka panjang bagi penguatan kelembagaan desa wisata.

### **Implikasi Jangka Panjang**

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa implikasi penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan Desa Wisata Jamalsari ke depan :

Peningkatan kompetensi SDM menjadi kunci daya saing desa wisata

Pengalaman di lapangan menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam atau banyaknya atraksi yang dimiliki, tetapi terutama oleh kualitas sumber daya manusianya. SDM yang memiliki kemampuan komunikasi, pelayanan, kependamuan, pengelolaan wisata, serta pemahaman mengenai standar pariwisata akan mampu menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Peningkatan kompetensi ini mendorong: Pelayanan yang lebih profesional dan ramah, kemampuan merancang produk wisata yang lebih menarik, kepercayaan diri masyarakat dalam berinteraksi dengan wisatawan, tumbuhnya kesadaran akan pentingnya etika, kebersihan, keamanan, dan kenyamanan.

Dengan SDM yang kuat, desa wisata memiliki fondasi yang kokoh untuk menghadapi persaingan, menjaga kualitas layanan, dan mengembangkan inovasi berbasis potensi lokal secara berkelanjutan.

### **Digitalisasi Promosi Memberi Peluang bagi Desa untuk Bersaing di Pasar Yang Lebih Luas**

Digitalisasi terbukti membuka akses yang lebih luas bagi Jamalsari untuk memperkenalkan diri kepada publik. Media sosial, platform wisata, website, dan konten digital memungkinkan promosi dilakukan secara efektif, cepat, dan murah. Melalui digitalisasi: informasi destinasi dapat diakses wisatawan kapan saja, branding desa wisata dapat dibangun secara konsisten, interaksi dengan calon wisatawan menjadi lebih terbuka, peluang kolaborasi dengan komunitas, influencer, atau pelaku industri pariwisata semakin besar.

Dengan kata lain, digitalisasi menjembatani keterbatasan geografis. Desa yang sebelumnya kurang dikenal kini memiliki peluang setara untuk tampil dan bersaing dengan destinasi lain. Namun, digitalisasi juga membutuhkan konsistensi, pengelolaan konten yang profesional, serta tata kelola yang jelas agar tidak berhenti pada aktivitas sesaat.

**Digitalisasi Promosi Memberi Peluang bagi Desa Untuk Bersaing di Pasar yang Lebih Luas**

Digitalisasi terbukti membuka akses yang lebih luas bagi Jamalsari untuk memperkenalkan diri kepada publik. Media sosial, platform wisata, website, dan konten digital memungkinkan promosi dilakukan secara efektif, cepat, dan murah.

Melalui digitalisasi: informasi destinasi dapat diakses wisatawan kapan saja, branding desa wisata dapat dibangun secara konsisten, interaksi dengan calon wisatawan menjadi lebih terbuka, peluang kolaborasi dengan komunitas, influencer, atau pelaku industri pariwisata semakin besar.

Dengan kata lain, digitalisasi menjembatani keterbatasan geografis. Desa yang sebelumnya kurang dikenal kini memiliki peluang setara untuk tampil dan bersaing dengan destinasi lain. Namun, digitalisasi juga membutuhkan konsistensi, pengelolaan konten yang profesional, serta tata kelola yang jelas agar tidak berhenti pada aktivitas sesaat.

**Pendampingan Berkelanjutan Diperlukan agar Perubahan yang Terjadi Tidak Bersifat Sementara**

Meskipun pelatihan dan Bimtek memberikan dampak signifikan, perubahan perilaku dan tata kelola pariwisata membutuhkan proses yang panjang. Tanpa pendampingan lanjutan, ada kemungkinan semangat masyarakat menurun atau aktivitas berhenti di tengah jalan.

Pendampingan berkelanjutan dibutuhkan untuk: Menjaga konsistensi program dan kualitas pelayanan; Membantu desa mengatasi kendala teknis dan manajerial; Memastikan keberlanjutan promosi digital; Memperkuat jaringan kemitraan dengan pemerintah, kampus, dan sektor swasta.

Dengan adanya pendampingan, desa tidak berjalan sendiri, tetapi tetap berkembang sambil belajar dan memperkuat kapasitas internalnya. Hal ini penting agar desa wisata tidak hanya “ramai sesaat”, tetapi tumbuh secara bertahap dan berkesinambungan.

Apabila dikelola secara konsisten, Desa Wisata Jamalsari berpotensi menjadi model praktik baik pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat dan inovasi digital.

**Simpulan**

Kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Jamalsari telah menunjukkan hasil yang sangat positif, baik dalam peningkatan kompetensi individu maupun penguatan kapasitas kelembagaan masyarakat. Melalui serangkaian pelatihan kependidikan wisata dan promosi digital, masyarakat Desa Jamalsari kini memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam memberikan pelayanan wisata yang berkualitas serta mengelola potensi wisata secara lebih profesional. Pelatihan yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga menjadi media pembentukan rasa percaya diri, kemandirian, dan tanggung jawab sosial masyarakat dalam mengembangkan desanya sebagai destinasi wisata yang berdaya saing.

Transformasi yang terjadi di Desa Jamalsari memperlihatkan bahwa pemberdayaan berbasis pelatihan dan inovasi digital merupakan strategi yang efektif untuk memperkuat daya saing sekaligus keberlanjutan desa wisata. Masyarakat yang sebelumnya cenderung menunggu arahan dan bantuan eksternal, perlahan-lahan mulai berperan sebagai subjek pembangunan. Mereka lebih berani merancang kegiatan, mengelola potensi, serta mempromosikan produk wisata secara mandiri. Perubahan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manusia menjadi titik awal yang sangat penting dalam membangun desa wisata berbasis masyarakat.

Hasil tersebut sejalan dengan temuan Gai et al. (2024) dan Walia (2021), yang menegaskan bahwa penguatan SDM lokal merupakan inti dari pembangunan pariwisata berbasis komunitas. SDM yang kompeten tidak hanya mampu memberikan layanan yang baik, tetapi juga mampu menciptakan inovasi, membangun jejaring, serta memastikan keberlanjutan program jangka panjang. Dalam konteks Jamalsari, peningkatan kapasitas ini tampak dari tumbuhnya inisiatif warga dalam mengelola kegiatan wisata, memperbaiki pelayanan, serta mengembangkan ide-ide baru berbasis potensi lokal.

Selain itu, dampak kegiatan ini tidak berhenti pada peningkatan kemampuan teknis semata. Perubahan yang jauh lebih mendasar terjadi pada cara pandang masyarakat terhadap teknologi digital. Jika sebelumnya media digital dianggap rumit dan sulit diakses, kini masyarakat mulai melihatnya sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan promosi, membangun citra destinasi, dan meningkatkan nilai ekonomi desa. Munculnya inisiatif lokal seperti pengelolaan akun media sosial desa, produksi konten kreatif, serta pembentukan tim promosi digital merupakan indikator penting hadirnya keberlanjutan (continuity effect) dari program ini.

Kesadaran mengenai pentingnya citra digital dan narasi lokal juga semakin menguat. Masyarakat mulai memahami bahwa destinasi wisata tidak hanya dipromosikan melalui brosur dan kegiatan tatap muka, tetapi juga melalui cerita, visual, dan testimoni yang disebarluaskan secara konsisten melalui platform digital. Dengan demikian, branding desa wisata tidak lagi bergantung pada pihak luar, tetapi mulai dikembangkan oleh masyarakat sendiri.

Keberhasilan program ini juga tidak terlepas dari pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang diterapkan sejak awal. Keterlibatan aktif masyarakat, dukungan Pokdarwis, serta sinergi dengan perguruan tinggi dan pemerintah desa membentuk ekosistem kerja sama yang saling menguatkan. Pendekatan ini membuktikan bahwa program pemberdayaan akan lebih efektif ketika dirancang berdasarkan kebutuhan nyata masyarakat, melibatkan mereka dalam setiap proses, dan memberikan ruang untuk tumbuhnya inisiatif lokal.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat dijadikan model praktik baik (best practice) dalam pengembangan desa wisata lain di Indonesia yang menghadapi persoalan serupa, khususnya terkait rendahnya kompetensi SDM dan keterbatasan promosi digital. Model ini menunjukkan bahwa investasi pada peningkatan kapasitas manusia, jika dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, mampu menghasilkan perubahan sosial yang lebih luas, memperkuat kemandirian komunitas, serta menciptakan ekosistem pariwisata yang inklusif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan masyarakat yang dirancang berbasis kebutuhan lokal dan didukung oleh inovasi teknologi mampu menghasilkan perubahan sosial yang berkelanjutan. Desa Wisata Jamalsari kini tidak hanya mengalami peningkatan kapasitas sumber daya manusianya, tetapi juga telah memulai perjalanan menuju transformasi digital yang memperkuat identitas, ekonomi, dan keberlanjutan pariwisata berbasis masyarakat. Ke depan, tantangan utama adalah menjaga konsistensi program, memperluas jejaring kemitraan, serta memastikan adanya pendampingan berkelanjutan agar perubahan positif yang telah terjadi dapat bertahan dan terus berkembang.

## Referensi

- APEC. (2022). *Handbook on developing community-based entrepreneurship (CBE) in rural tourism through digital empowerment*. APEC Secretariat.
- Borges de Lima, I., & King, V. T. (2018). *Tourism and ethnodevelopment: Inclusion, empowerment and self-determination*. Routledge.
- Fifiyanti, A., Rahayu, L., & Satria, D. (2023). Penerapan konsep CBT pada Desa Wisata Burai. *Jurnal Pariwisata Usahid*, 8(2), 45–58.
- Gai, S. T., Nurhasanah, R., & Pramono, D. (2024). *Desa wisata sejahtera: Panduan pengembangan berkelanjutan untuk masyarakat dan pariwisata lokal*. Media Penerbit Indonesia.
- Hatapayo, Y., & Relubun, S. (2024). Strategi digital marketing dalam penguatan citra desa wisata. *Jurnal Amal Ilmiah*, 7(1), 12–24.
- Hidayati, S. N. (2016). Pengaruh pendekatan keras dan lunak pemimpin organisasi terhadap kepuasan kerja dan potensi mogok kerja karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57–66. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>



- Huan, T. C., Leong, A. M. W., & Ma, T. (2025). *Ecotourism horizons: From community empowerment to global perspectives*. Routledge.
- Knowles, M. (1984). *The adult learner: A neglected species (3rd ed.)*. Gulf Publishing.
- Mudana, I. W. (2023). Strategi pemberdayaan masyarakat pada daerah tujuan wisata. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(1), 33–42.
- Safitri, N., & Ramdan, M. (2025). Komunikasi pemasaran digital untuk membangun citra desa wisata. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 6(2), 99–112.
- Sari, D. P., & Alfari, R. (2023). Pelatihan digital marketing sebagai upaya peningkatan daya saing desa wisata. *Jurnal Abdi Wisata*, 4(1), 21–34.
- Suansri, P. (2003). *Community-based tourism handbook*. REST Project.
- Walia, S. K. (2021). *The Routledge handbook of community-based tourism management*. Routledge.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 581–599.

### **Author Biography**

**Artin Bayu Mukti A.Par M.Par** Adalah Dosen D3 Perhotelan Universitas Stikubank. Fokus pada pariwisata, perhotelan, dan budaya, aktif dalam riset dan pengabdian desa wisata. Alumni Community College Faculty and Administrator Program bidang Tourism di Highline College, Amerika Serikat. Dr. Retnowati, S.Si., M.Sc. Adalah Dosen Universitas Stikubank. Latar belakangnya di Teknologi Informasi, dengan minat riset pada sistem informasi, basis data, serta aktif mengembangkan tata kelola dan inovasi akademik berbasis data, aktif dalam penelitian terapan dan pengabdian bidang IT dan Pariwisata.

**Wahyu Mafatikhul Aulia, S.Pd., M.Par.** adalah dosen D3 Perhotelan Universitas Stikubank. Bidang keahliannya manajemen perhotelan dan pariwisata, termasuk penerapan digital marketing pada industri hospitality, serta aktif dalam penelitian terapan dan pengabdian di sektor perhotelan.

**Eko Nur Wahyudi, S.Kom., M.CS.** adalah dosen Teknik Informatika Universitas Stikubank dan pimpinan Semai Bisnis Sukses (SBS) Inkubator. Bidang keahliannya sistem informasi, data mining, dan analisis sistem, dengan fokus pada pengembangan UMKM berbasis teknologi.

**Dr. Kristiawan Nugroho, M.Kom.** adalah Wakil Rektor I Universitas Stikubank dan dosen bidang Teknologi Informasi. Ia aktif meneliti sistem informasi, komputasi cerdas, dan aplikasi kesehatan digital, dengan publikasi nasional–internasional yang cukup luas.