Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

Pemberdayaan Manajemen Pariwisata di Desa Karang Sidemen untuk Pertumbuhan Berkelanjutan

Dian Indiyati[3], Ratna Komala Putri[2], Aldilla Iradianty[3]
[1,2,3S]School of Economics and Business Telkom Universiity
dianindiyati@telkomuniversity.ac.id[1],ratnakomalaputri@telkomuniversity.ac.id[2],
aldillai@telkomuniversity.ac.id[3]

Received:5 January 2025, Revised: 19 March 2025, Accepted: 28 May 2025

DOI: https://doi.org/10.54099/jpma.v4i3.1211

Abstrak

Desa Wisata Karang Sidemen, yang terletak di Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah, memiliki potensi wisata alam, budaya, dan edukasi yang signifikan. Namun, pengelolaan desa wisata ini menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan pengetahuan perangkat desa dalam manajemen pariwisata, kurangnya kapasitas kepemimpinan, dan minimnya partisipasi masyarakat lokal. Program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Telkom University bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui pelatihan kepemimpinan dan capacity building.

Metode pengabdian meliputi Focus Group Discussion (FGD), pelatihan interaktif, dan pendampingan langsung kepada perangkat desa dan masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk merancang rencana strategis pengelolaan wisata, mengidentifikasi potensi unik desa, serta mempromosikan destinasi wisata melalui teknologi informasi. Selain itu, program ini berhasil mendorong kolaborasi antara perangkat desa dan kelompok sadar wisata untuk mengelola destinasi secara lebih berkelanjutan.

Kegiatan ini tidak hanya mendukung pembangunan ekonomi desa melalui sektor pariwisata, tetapi juga sejalan dengan program Sustainable Development Goals (SDGs) ke-8, yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Dengan pendekatan yang holistik, Desa Wisata Karang Sidemen dapat menjadi model pengembangan wisata berbasis komunitas yang berdaya saing.

Kata Kunci*: Desa Wisata, Karang Sidemen, Kepemimpinan, Capacity Building, Pengelolaan Pariwisata*

Abstract

Karang Sidemen Tourism Village, located in Batukliang Utara, Central Lombok, possesses significant potential in natural, cultural, and educational tourism. However, its management faces several challenges, including limited knowledge among village officials in tourism management, inadequate leadership capacity, and low community participation. The Community Service Program conducted by the Faculty of Economics and Business, Telkom University, aims to address these issues through leadership training and capacity building.

The program employed methods such as Focus Group Discussions (FGDs), interactive training sessions, and direct mentoring for village officials and the local community. The results indicate a significant improvement in participants' ability to develop strategic plans for tourism management, identify the village's unique potential, and promote the destination using information technology. Additionally, the program successfully fostered collaboration between village officials and local tourism awareness groups to manage the destination more sustainably.

This initiative not only supports the village's economic development through the tourism sector but also aligns with Sustainable Development Goals (SDGs) Goal 8, which emphasizes Decent Work and Economic Growth. Through a holistic approach, Karang Sidemen Tourism Village has the potential to become a model for community-based tourism development with competitive advantages.

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

Keywords: *Tourism Village, Karang Sidemen, Leadership, Capacity Building, Tourism Management*

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata Karang Sidemen, yang terletak di Kecamatan Batukliang Utara, Lombok Tengah, menawarkan daya tarik yang beragam, termasuk keindahan perbukitan, sawah terasering yang hijau, serta budaya lokal yang autentik. Potensi ini menjadikan desa ini sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Namun, pengelolaan desa wisata ini belum mencapai optimalisasi karena keterbatasan kompetensi perangkat desa dalam mengelola sumber daya pariwisata serta kurangnya kolaborasi antara pemangku kepentingan lokal.

Pariwisata berbasis komunitas menjadi strategi yang relevan dalam meningkatkan pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan. Menurut Goodwin (2011), keberhasilan pariwisata komunitas terletak pada keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan promosi destinasi. Selain itu, penggunaan teknologi digital seperti media sosial telah terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata (Hays et al., 2013). Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk membangun kapasitas kepemimpinan perangkat desa dan komunitas setempat melalui pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada strategi manajemen pariwisata dan pemasaran digital.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan berbasis komunitas dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan pariwisata (Timothy & Tosun, 2003). Selain itu, integrasi teknologi digital dalam promosi wisata memungkinkan desa wisata seperti Karang Sidemen untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka (Sigala, 2018). Dengan menggabungkan pendekatan ini, program ini diharapkan dapat menciptakan model pengelolaan wisata yang tidak hanya mendukung pembangunan ekonomi lokal tetapi juga memperkuat keberlanjutan lingkungan dan sosial di desa tersebut.

2. METODE

Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahap utama yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tahap pertama adalah Forum Group Discussion (FGD), yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan utama serta peluang dan tantangan yang dihadapi peserta. Tahap kedua adalah pelatihan kepemimpinan dan pemasaran digital, yang berfokus pada peningkatan kapasitas peserta melalui materi dan praktik yang relevan dengan kebutuhan lokal dan perkembangan teknologi. Tahap ketiga adalah pendampingan langsung dalam implementasi

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

strategi pengelolaan, di mana peserta diberikan bimbingan intensif untuk menerapkan strategi yang telah dirancang sesuai dengan konteks masing-masing.

Pengukuran keberhasilan kegiatan dilakukan secara menyeluruh melalui evaluasi pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Selain itu, umpan balik dari masyarakat lokal juga menjadi indikator penting dalam mengukur dampak program terhadap komunitas secara langsung, sehingga memastikan bahwa tujuan pemberdayaan dapat tercapai secara efektif dan berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat merupakan proses strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk pembangunan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, pelaksanaan kegiatan pemberdayaan yang efektif membutuhkan pendekatan yang terstruktur dan komprehensif.

Artikel ini membahas secara mendalam tiga tahapan utama dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat, yaitu Forum Group Discussion (FGD), pelatihan kepemimpinan dan pemasaran digital, serta pendampingan langsung. Selain itu, artikel ini juga menjelaskan metode evaluasi keberhasilan yang melibatkan pre-test dan post-test serta umpan balik masyarakat lokal, dengan landasan teori yang relevan.

Tahap 1: Forum Group Discussion (FGD)

Forum Group Discussion (FGD) adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan utama, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat. Menurut Krueger dan Casey (2015), FGD adalah pendekatan yang efektif untuk menggali pandangan, sikap, dan kebutuhan dari kelompok tertentu melalui diskusi yang terarah. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, FGD berfungsi sebagai sarana untuk:

1. Mengidentifikasi Kebutuhan Lokal: FGD memungkinkan fasilitator memahami kebutuhan spesifik masyarakat berdasarkan situasi lokal yang unik.
2. Melibatkan Partisipasi Aktif: Melalui diskusi, peserta diberi kesempatan untuk menyuarakan pendapat, sehingga menciptakan rasa kepemilikan terhadap program.
3. Mengumpulkan Data Kualitatif: Data yang diperoleh dari FGD memberikan wawasan mendalam yang menjadi dasar dalam merancang program pemberdayaan yang relevan.

Pelaksanaan FGD yang sukses membutuhkan fasilitator yang terlatih untuk memandu diskusi dan menciptakan suasana yang inklusif. Selain itu, peserta FGD harus mencerminkan keragaman kelompok masyarakat, termasuk gender, usia, dan latar belakang ekonomi. Dengan demikian, hasil FGD akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang kebutuhan dan prioritas masyarakat.

Tahap 2: Pelatihan Kepemimpinan dan Pemasaran Digital

Pelatihan merupakan langkah strategis dalam meningkatkan kapasitas individu dan kelompok. Pada tahap ini, fokus utama adalah pengembangan keterampilan kepemimpinan dan pemasaran digital. Kepemimpinan transformasional (Bass & Riggio, 2006) menjadi pendekatan yang diutamakan, di mana peserta diajarkan untuk menjadi pemimpin yang inspiratif, mampu memotivasi, dan mendorong perubahan positif dalam komunitas mereka.
Komponen Pelatihan Kepemimpinan:

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

1. Pengembangan Visi: Peserta diajarkan untuk merumuskan visi yang jelas dan realistis bagi komunitas mereka.
2. Kemampuan Berkomunikasi: Latihan komunikasi efektif diberikan untuk membangun hubungan yang kuat dalam komunitas.
3. Pengambilan Keputusan: Peserta dilatih untuk mengambil keputusan yang berbasis data dan inklusif.

Komponen Pelatihan Pemasaran Digital:

Pemasaran digital merupakan keterampilan esensial di era teknologi. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital memberikan peluang bagi individu dan organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang efisien. Pelatihan ini mencakup:

1. Penggunaan Media Sosial: Strategi untuk memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp untuk promosi.
2. Pembuatan Konten Kreatif: Teknik membuat konten yang menarik dan relevan.
3. Analisis Data: Pemanfaatan data untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran.

Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan teoretis dan pengalaman praktis melalui simulasi dan studi kasus. Dengan demikian, peserta dapat langsung menerapkan keterampilan yang mereka pelajari dalam konteks nyata.

Tahap 3: Pendampingan Langsung dalam Implementasi

Pendampingan langsung merupakan tahap penting untuk memastikan keberlanjutan program pemberdayaan. Dalam tahap ini, peserta mendapatkan bimbingan intensif untuk menerapkan strategi yang telah dirancang selama pelatihan. Pendekatan ini mengacu pada teori situated learning (Lave & Wenger, 1991), yang menekankan pentingnya belajar dalam konteks aplikasi nyata.

Langkah-Langkah Pendampingan:

1. Penyusunan Rencana Kerja: Peserta dibantu untuk menyusun rencana implementasi yang jelas, termasuk sasaran, waktu, dan sumber daya yang diperlukan.
2. Monitoring dan Evaluasi: Fasilitator memantau kemajuan peserta dan memberikan masukan konstruktif.
3. Penyelesaian Masalah: Pendamping membantu peserta mengatasi kendala yang dihadapi selama implementasi.

Pendampingan ini tidak hanya memberikan dukungan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta untuk mengambil inisiatif dan bertanggung jawab atas keberhasilan program.

Pengukuran Keberhasilan: Evaluasi Pre-Test, Post-Test, dan Umpan Balik

Pengukuran keberhasilan adalah aspek krusial dalam program pemberdayaan untuk menilai dampak kegiatan terhadap peserta dan masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui dua metode utama:

1. Pre-Test dan Post-Test

Pre-test dan post-test adalah metode kuantitatif yang digunakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan setelah mengikuti program. Menurut Fraenkel dan Wallen (2012), metode ini efektif untuk mengevaluasi perubahan yang dihasilkan oleh intervensi. Langkah-langkah pelaksanaannya meliputi:

- Pre-Test: Mengukur tingkat pengetahuan awal peserta.
- Intervensi: Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan.
- Post-Test: Mengukur pengetahuan dan keterampilan setelah program selesai.

Hasil dari pre-test dan post-test dianalisis untuk menentukan tingkat keberhasilan program dalam mencapai tujuan pembelajaran.

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

2. Umpan Balik dari Masyarakat Lokal

Umpan balik masyarakat lokal memberikan perspektif kualitatif tentang dampak program terhadap komunitas. Menurut Patton (2002), umpan balik ini membantu mengidentifikasi aspek yang berhasil dan area yang memerlukan perbaikan. Pengumpulan umpan balik dilakukan melalui:

- Wawancara: Dengan anggota masyarakat yang merasakan langsung dampak program.
- Observasi: Mengamati perubahan yang terjadi di komunitas setelah program berlangsung.
- Survei Kepuasan: Mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap program.

Umpan balik ini tidak hanya digunakan untuk evaluasi, tetapi juga untuk menyempurnakan program di masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui tiga tahap utama, yaitu FGD, pelatihan kepemimpinan dan pemasaran digital, serta pendampingan langsung, merupakan pendekatan yang strategis dan terstruktur. Metode evaluasi yang melibatkan pre-test, post-test, dan umpan balik masyarakat lokal memastikan program memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan. Dengan landasan teori yang kuat, program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu dan kelompok, tetapi juga memberdayakan komunitas untuk mencapai pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada perangkat desa, Pokdarwis dan masyarakat Desa Karang Sidemen atas dukungan penuh dalam pelaksanaan program ini.

Dafatar Pustaka

Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). Transformational leadership. Psychology Press.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice. Pearson.

Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2012). How to design and evaluate research in education. McGraw-Hill.

Goodwin, H. (2011). *Tourism, responsibility and ethics*. Routledge.

Hays, S., Page, S. J., & Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: Its use by national tourism organizations. *Current Issues in Tourism, 16*(3), 211–239. https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215

Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). Focus groups: A practical guide for applied research (5th ed.). SAGE Publications.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). Situated learning: Legitimate peripheral participation. Cambridge University Press.

Patton, M. Q. (2002). Qualitative research and evaluation methods (3rd ed.). SAGE Publications.

Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. Tourism Management Perspectives, 25, 151–155. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.003

Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003). Appropriate planning for tourism in destination communities: Participation, incremental growth and collaboration. In S. Singh, D. J. Timothy, & R. K. Dowling (Eds.), Tourism in destination communities (pp. 181–204). CAB International.

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.

Vol.4 No.3 (2025)
ISSN 2809-7297
Hal. 119-123

© 2025 ADPEBI Publications. All Rights Reserved.