



Innovation for Meaningful Public and Community Transformation (IMPACT)

P-ISSN : XXXX ; E-ISSN : XXXX

PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESA WISATA JATI

Dani Adiatma¹, Stanny Dhamayanty², Ghaida Farisya³, Nissa Agniya Resmisari⁴ Deden
Firman Syuyaman Rukma⁵

Universitas Garut

adiatmadani@uniga.ac.id

Abstract

This community service focuses on the development of Jati Village as a tourist destination based on community involvement, applying the Community-Based Tourism (CBT) approach. The main objectives were to provide training on tourism product development, assist in improving local human resource capacity in tourism marketing, and support the creation of tourism products. Methods included identifying tourism potentials, using Google Maps for village mapping, and involving local micro-businesses in digital promotion efforts. The results showed significant community interest and the formation of a local Pokdarwis (Tourism Awareness Group). Further outcomes include the creation of brochures and mapping to help elevate the village's status from a nascent tourism destination to a more developed category.

Keywords: *Community-Based Tourism, Village Tourism, Jati Village, Local Empowerment*

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengembangan Desa Jati sebagai destinasi wisata dengan melibatkan masyarakat lokal, menerapkan konsep Community-Based Tourism (CBT). Tujuan utamanya adalah memberikan pelatihan terkait pengembangan produk wisata, membantu peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal dalam pemasaran wisata, serta mendukung pembuatan produk wisata. Metode yang digunakan meliputi identifikasi potensi wisata, pemetaan wilayah desa menggunakan Google Maps, dan melibatkan usaha lokal dalam promosi digital. Hasilnya menunjukkan minat masyarakat yang tinggi serta terbentuknya kelompok Pokdarwis sebagai penggerak desa wisata. Luaran tambahan berupa pembuatan brosur dan peta desa, yang diharapkan dapat meningkatkan status desa dari Desa Wisata Rintisan menjadi Desa Wisata Maju.

Kata Kunci: Pariwisata Berbasis Masyarakat, Desa Wisata, Desa Jati, Pemberdayaan Lokal

1 PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam mendorong sektor-sektor pendukung seperti industri kecil dan menengah, transportasi, serta layanan akomodasi dan perhotelan. Dalam konteks ini, konsep desa wisata muncul sebagai inovasi yang signifikan untuk mempromosikan pariwisata berbasis lokal. Desa wisata menekankan integrasi antara daya tarik alam, budaya, dan kehidupan sosial masyarakat lokal, yang memberikan pengalaman otentik bagi wisatawan (Sulistyo, 2023). Selain memberikan manfaat bagi pengunjung, desa wisata diharapkan dapat

memberdayakan masyarakat setempat, meningkatkan pendapatan, dan kesejahteraan mereka (Megawati et al., 2022).

Desa Jati, yang terletak di Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Keindahan alamnya, seperti area persawahan hijau dan pegunungan yang asri, serta kekayaan budaya yang terjaga, menjadikannya lokasi yang menarik (Widiyarta et al., 2021). Meskipun telah mendapatkan pengakuan sebagai Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati, pengelolaan dan pemanfaatan potensi tersebut masih belum optimal. Permasalahan yang dihadapi mencakup rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, kurangnya keterampilan dalam mengelola potensi wisata, serta minimnya promosi dan pemasaran yang efektif (Sidiq & Resnawaty, 2017).

Urgensi permasalahan ini semakin jelas ketika mempertimbangkan potensi besar yang dimiliki Desa Jati, yang belum sepenuhnya dikapitalisasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Observasi awal menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang menyadari daya tarik wisata yang ada di desa mereka, baik untuk wisatawan lokal maupun luar daerah (Hermawan, 2017). Meskipun Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) telah berinisiatif untuk mengembangkan desa sebagai destinasi wisata, usaha ini belum terkoordinasi dengan baik, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan produk wisata (Setyowardhani et al., 2019). Akibatnya, jumlah wisatawan yang berkunjung relatif sedikit dan dampak ekonomi yang dihasilkan bagi masyarakat lokal tidak signifikan (Hadi & Widyaningsih, 2021).

Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola produk wisata menjadi tantangan lain. Banyak potensi wisata di Desa Jati yang belum tergarap dengan baik, seperti keindahan alam, produk kerajinan tangan, kuliner lokal, dan aktivitas budaya yang dapat menarik wisatawan (Rustam & Hamzah, 2022). Tanpa pelatihan dan pendampingan yang tepat, potensi tersebut sulit untuk dioptimalkan. Oleh karena itu, intervensi terstruktur diperlukan untuk membantu masyarakat dalam mengelola potensi tersebut, termasuk meningkatkan keterampilan pemasaran melalui platform digital (Mihardja, 2023).

Dengan meningkatnya penggunaan teknologi dalam pemasaran pariwisata, pemasaran digital menjadi elemen kunci dalam pengembangan desa wisata. Platform seperti Google Maps, media sosial, dan situs web dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan Desa Jati dan produk-produk wisatanya (Farid et al., 2018). Namun, kendala lain yang muncul adalah kurangnya keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Sebagian besar masyarakat belum terbiasa dengan konsep pemasaran digital, sehingga pelatihan khusus diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka (Wardani et al., 2019). Pemasaran digital tidak hanya memungkinkan desa untuk dikenal lebih luas, tetapi juga meningkatkan interaksi antara masyarakat desa dan wisatawan potensial (Jasoma, 2023).

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan kepada masyarakat Desa Jati dalam mengembangkan potensi wisata yang ada, serta meningkatkan keterampilan mereka dalam mengelola dan memasarkan produk wisata secara efektif. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengidentifikasi potensi wisata yang dapat dikembangkan dan memetakan daya tarik wisata secara lebih terstruktur (Wicaksono et al., 2022). Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pelatihan terkait pengembangan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan teknik pemasaran digital yang efektif (Megawati et al., 2022).

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Community-Based Tourism (CBT), yang menekankan keterlibatan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di wilayah mereka. Melalui CBT, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat langsung dalam pengambilan keputusan, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan wisata (Sulistyo, 2023). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pendekatan CBT dapat meningkatkan keberlanjutan pariwisata karena masyarakat memiliki rasa kepemilikan terhadap kegiatan tersebut (Setyowardhani et al., 2019). Studi menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata dapat

meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial, serta memberikan rasa tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan dan budaya (Megawati et al., 2022).

Dalam implementasi program pengabdian ini, tim dosen dari Program Studi Pariwisata Universitas Garut melakukan beberapa tahapan kegiatan. Tahap pertama adalah riset identifikasi potensi wisata yang ada di Desa Jati, yang melibatkan observasi langsung dan diskusi dengan masyarakat setempat. Tahap kedua adalah pemetaan wilayah desa menggunakan teknologi Google Maps untuk memudahkan wisatawan menemukan lokasi-lokasi menarik di Desa Jati (Mihardja, 2023). Tahap ketiga adalah pelatihan dan pendampingan terkait pengembangan produk wisata dan pemasaran digital, yang melibatkan masyarakat dalam merancang paket wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan pasar (Hadi & Widyaningsih, 2021).

Rumusan masalah yang menjadi fokus utama dari kegiatan ini adalah bagaimana meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan Desa Wisata Jati, serta bagaimana mengoptimalkan potensi wisata yang ada melalui promosi dan pemasaran digital. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi masyarakat setempat (Megawati et al., 2022). Dengan adanya keterlibatan aktif masyarakat, diharapkan Desa Jati dapat berkembang menjadi Desa Wisata yang mandiri dan berkelanjutan (Mihardja, 2023).

Harapan jangka pendek dari kegiatan ini adalah terbentuknya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang aktif dan memiliki keterampilan dalam mengelola wisata, serta tersusunnya perencanaan produk wisata yang menarik dan sesuai dengan keinginan pasar. Dalam jangka panjang, diharapkan Desa Jati dapat menarik lebih banyak wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri, serta memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat (Setyowardhani et al., 2019). Kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi model bagi desa-desa lain di Kabupaten Garut yang memiliki potensi wisata serupa, sehingga pengembangan desa wisata dapat dilakukan secara lebih merata dan terstruktur.

2 METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan pengembangan potensi wisata Desa Jati melalui pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT). Kegiatan ini melibatkan berbagai tahapan yang dirancang untuk memberdayakan masyarakat lokal dalam mengelola dan memasarkan produk wisata, serta memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata. Berikut adalah rincian langkah-langkah yang dilakukan selama kegiatan berlangsung:

2.1 Desain Kegiatan

Desain kegiatan pengabdian ini menggunakan model pelatihan dan pendampingan secara langsung, dengan fokus pada pengembangan kapasitas masyarakat lokal dan identifikasi potensi wisata di Desa Jati. Kegiatan dirancang dengan alur yang dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi hasil dan tindak lanjut. Setiap tahap dalam kegiatan ini disesuaikan dengan kondisi masyarakat dan potensi wisata yang ada, serta melibatkan peserta secara aktif dalam prosesnya.

2.2 Teknik Pelaksanaan dan Tahapan Implementasi

Pelaksanaan kegiatan ini dibagi ke dalam beberapa tahapan utama:

1. Persiapan dan Koordinasi Awal

Sebelum pelaksanaan kegiatan, tim dosen dari Universitas Garut melakukan koordinasi awal dengan pihak BUMDES dan pemerintah Desa Jati. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memahami permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa terkait pengelolaan wisata serta menentukan kebutuhan pelatihan yang diperlukan. Koordinasi dilakukan melalui pertemuan formal di Kantor Desa Jati dan observasi awal untuk mengidentifikasi kondisi lapangan.

2. Riset Identifikasi Potensi Wisata
Pada tahap ini, tim dosen dan mahasiswa melakukan riset lapangan untuk mengidentifikasi potensi wisata di Desa Jati. Riset ini melibatkan observasi langsung ke lokasi-lokasi yang memiliki potensi wisata, seperti area persawahan, tempat-tempat bersejarah, serta usaha kerajinan lokal dan kuliner khas desa. Data yang dikumpulkan meliputi informasi terkait keunikan daya tarik wisata, aksesibilitas, dan kondisi infrastruktur yang ada. Hasil riset ini digunakan untuk menyusun peta potensi wisata yang akan menjadi panduan bagi masyarakat dalam mengembangkan produk wisata.
3. Pemetaan Wilayah Menggunakan Google Maps
Setelah identifikasi potensi wisata, tahap selanjutnya adalah melakukan pemetaan wilayah Desa Jati menggunakan teknologi Google Maps. Pemetaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang lokasi-lokasi wisata potensial serta membantu masyarakat dalam memperkenalkan desa mereka kepada calon wisatawan. Selain itu, UMKM dan usaha lokal lainnya didaftarkan dalam aplikasi Google Maps agar lebih mudah ditemukan oleh wisatawan yang ingin berkunjung.
4. Pelatihan Pengembangan Produk Wisata dan Pemasaran Digital
Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Pelatihan dilakukan di aula Kantor Desa Jati, dengan peserta yang terdiri dari masyarakat setempat, pengurus BUMDES, serta pemilik UMKM lokal. Materi pelatihan yang diberikan mencakup:
 - Pengembangan Produk Wisata: Masyarakat dilatih untuk mengembangkan produk wisata yang sesuai dengan potensi lokal, baik dari segi alam, budaya, maupun ekonomi kreatif. Mereka juga dibimbing dalam merancang paket wisata yang dapat menarik minat wisatawan, seperti tur alam, wisata kuliner, dan kegiatan budaya.
 - Pemasaran Digital: Peserta diajarkan tentang pentingnya pemasaran digital dalam mempromosikan produk wisata. Pelatihan ini mencakup cara membuat brosur digital, pengelolaan media sosial, serta penggunaan aplikasi Google Maps untuk meningkatkan visibility Desa Jati di platform digital. Peserta juga dilatih dalam pembuatan konten promosi, seperti foto dan video, untuk memperkenalkan daya tarik desa kepada wisatawan.
5. Diskusi dan Tanya Jawab
Setelah pelatihan, dilakukan sesi diskusi dua arah antara peserta dan fasilitator untuk menggali lebih dalam permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dalam mengelola desa wisata. Sesi ini juga digunakan untuk memberikan solusi praktis terkait permasalahan yang dihadapi, seperti kendala dalam pemasaran, keterbatasan infrastruktur, serta strategi pengelolaan wisata yang lebih efektif. Beberapa peserta memberikan masukan yang sangat berharga, seperti ide untuk mengadakan wisata percontohan dalam skala kecil sebagai bagian dari uji coba produk wisata yang telah dikembangkan.

2.3 Alat dan Bahan yang Digunakan

Pelaksanaan kegiatan ini didukung oleh sejumlah alat dan bahan, antara lain:

- Laptop dan proyektor untuk presentasi materi pelatihan
- Google Maps sebagai alat utama dalam pemetaan wilayah dan promosi digital
- Alat tulis untuk kebutuhan administrasi dan pendataan
- Brosur digital yang dibuat sebagai bagian dari hasil pelatihan pemasaran
- Ruang pertemuan di Kantor Desa Jati sebagai tempat pelaksanaan kegiatan

2.4 Sasaran atau Peserta Pengabdian

Sasaran utama dari kegiatan ini adalah masyarakat Desa Jati, khususnya kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pengurus BUMDES, serta para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berpotensi menjadi bagian dari pengembangan pariwisata desa. Peserta yang terlibat dalam kegiatan ini berjumlah 20 orang, terdiri dari tokoh masyarakat, ketua RW, serta warga yang memiliki usaha lokal. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan peran mereka dalam pengelolaan desa serta potensi kontribusi yang dapat mereka berikan terhadap pengembangan desa wisata.

2.5 Lokasi Kegiatan dan Durasi Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Aula Kantor Desa Jati, Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, yang terletak tidak jauh dari kampus Universitas Garut. Lokasi ini dipilih karena memiliki fasilitas yang memadai untuk pelaksanaan pelatihan, serta berada di pusat desa sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari, yaitu pada tanggal 19 Desember 2023, dengan waktu pelaksanaan dari pukul 09.00 hingga 16.00.

2.6 Metode Pengumpulan Data dan Evaluasi Hasil

Selama pelaksanaan kegiatan, pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan peserta. Data yang dikumpulkan mencakup hasil identifikasi potensi wisata, tanggapan masyarakat terhadap pelatihan, serta perkembangan pemahaman mereka terkait pengelolaan dan pemasaran produk wisata. Selain itu, evaluasi hasil dilakukan dengan cara membandingkan kondisi awal masyarakat sebelum pelatihan dengan hasil yang dicapai setelah pelatihan, terutama dalam hal kemampuan pemasaran digital dan pengelolaan wisata.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, tim dosen melakukan evaluasi berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

- Tingkat keterlibatan masyarakat dalam diskusi dan pelatihan
- Kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi wisata
- Progres pengembangan produk wisata dan strategi pemasaran yang dihasilkan selama kegiatan

Evaluasi juga dilakukan melalui feedback langsung dari peserta terkait manfaat pelatihan dan pendampingan yang mereka terima. Berdasarkan hasil evaluasi awal, peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dalam membantu mereka memahami potensi wisata Desa Jati serta cara memanfaatkannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas masyarakat Desa Jati dalam pengelolaan potensi wisata, pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta pengembangan produk dan strategi pemasaran wisata berbasis digital. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan selama dan setelah kegiatan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1. Peningkatan Kapasitas Masyarakat

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengidentifikasi dan mengelola potensi wisata yang ada di Desa Jati. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, masyarakat umumnya tidak memiliki pengetahuan yang cukup terkait pengelolaan desa wisata, khususnya dalam hal perencanaan produk wisata dan pemasaran digital. Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengembangkan produk wisata berbasis potensi lokal, seperti wisata alam, kuliner, dan budaya. Hal ini terlihat dari diskusi yang dilakukan selama sesi pelatihan, di mana peserta secara aktif memberikan ide-ide kreatif terkait pengembangan paket wisata yang dapat menarik minat wisatawan.

Selain itu, masyarakat juga mulai menyadari pentingnya keterlibatan mereka dalam pengelolaan wisata desa melalui kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Dengan adanya Pokdarwis, diharapkan pengelolaan wisata dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

2. Penggunaan Teknologi Digital untuk Pemasaran

Penggunaan teknologi digital, seperti Google Maps dan media sosial, menjadi salah satu fokus utama dalam kegiatan ini. Sebelum pelatihan, sebagian besar masyarakat Desa Jati belum familiar dengan konsep pemasaran digital, terutama dalam hal penggunaan platform digital untuk mempromosikan produk wisata mereka. Setelah pelatihan, masyarakat mampu menggunakan Google Maps untuk memetakan daya tarik wisata yang ada di desa mereka dan mendaftarkan UMKM serta usaha lokal lainnya di platform tersebut. Selain itu, peserta juga diajarkan cara membuat konten promosi, seperti foto dan video, yang dapat diunggah di media sosial untuk menarik perhatian wisatawan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta memiliki kemampuan dasar dalam menggunakan teknologi ini untuk promosi, meskipun masih diperlukan pendampingan lebih lanjut untuk meningkatkan efektivitas kampanye digital mereka.

Tabel 1 berikut menunjukkan perkembangan pemahaman masyarakat tentang pemasaran digital sebelum dan sesudah pelatihan:

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Pemahaman tentang Google Maps	Rendah	Tinggi
Penggunaan media sosial untuk promosi	Rendah	Tinggi
Pembuatan konten digital	Tingkat rendah	Tinggi
Terlibatan dalam pemasaran digital	Rendah	Tinggi

Dari tabel tersebut, terlihat bahwa setelah pelatihan, pemahaman masyarakat tentang pemasaran digital mengalami peningkatan yang signifikan, terutama dalam hal penggunaan Google Maps dan keterlibatan dalam promosi wisata.

3. Pengembangan Produk Wisata

Peserta pelatihan juga berhasil mengembangkan beberapa konsep produk wisata yang dapat diimplementasikan di Desa Jati. Salah satu produk wisata yang diusulkan adalah paket wisata alam yang menggabungkan wisata persawahan, kuliner tradisional, serta aktivitas budaya lokal. Konsep ini sejalan dengan potensi yang dimiliki oleh Desa Jati, yaitu keindahan alam dan kekayaan budaya yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Pengembangan produk wisata ini didasarkan pada pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT), di mana masyarakat lokal menjadi aktor utama dalam pengelolaan wisata. Berdasarkan teori CBT yang dikemukakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat. Hal ini juga didukung oleh penelitian Zebua (2016), yang menunjukkan bahwa desa wisata yang dikelola secara partisipatif oleh masyarakat lokal cenderung lebih sukses dalam jangka panjang.

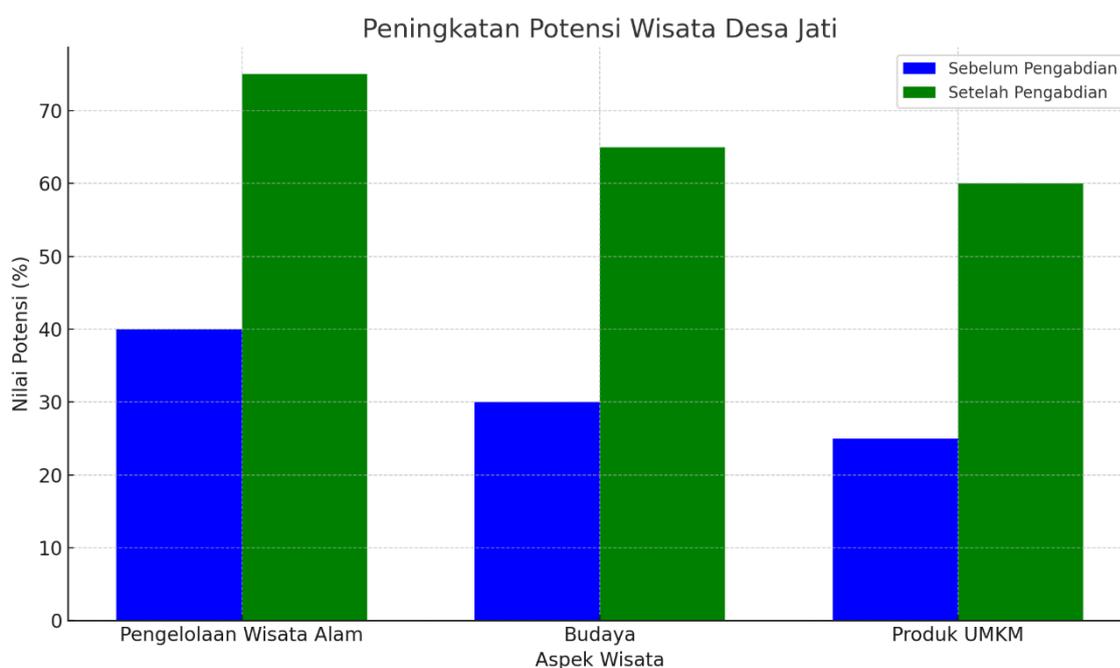
Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Community-Based Tourism* yang diterapkan telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Jati. Keterlibatan masyarakat dalam setiap tahap pengelolaan wisata, mulai dari identifikasi potensi hingga pemasaran produk, memungkinkan mereka untuk memiliki rasa kepemilikan yang kuat terhadap kegiatan wisata yang berlangsung di desa mereka. Dengan adanya Pokdarwis yang dibentuk, pengelolaan wisata dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan berkelanjutan, sesuai dengan prinsip-prinsip CBT.

Selain itu, pelatihan yang diberikan dalam hal pemasaran digital juga sejalan dengan kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan visibilitas Desa Jati di mata wisatawan. Pemasaran digital, yang mencakup penggunaan Google Maps dan media sosial, memungkinkan masyarakat untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Hal ini sangat penting mengingat keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh BUMDES dan masyarakat desa dalam hal promosi wisata.

Namun demikian, hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa masih diperlukan pendampingan lebih lanjut dalam hal peningkatan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital secara efektif. Meskipun pemahaman dasar tentang pemasaran digital telah meningkat, kemampuan teknis dalam membuat dan mengelola kampanye promosi masih memerlukan pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan pengabdian ini dilanjutkan dengan program pendampingan berkelanjutan untuk membantu masyarakat mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan wisata.

Selain itu, dari sisi produk wisata, masih terdapat tantangan dalam hal penyusunan paket wisata yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Meskipun konsep produk wisata alam dan budaya telah diusulkan oleh peserta, diperlukan kajian lebih lanjut untuk memastikan bahwa produk wisata tersebut benar-benar dapat menarik minat wisatawan. Hal ini dapat dilakukan melalui uji coba paket wisata dalam skala kecil untuk mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul, seperti infrastruktur yang kurang memadai atau kurangnya fasilitas penunjang bagi wisatawan.



Grafik 1 berikut menunjukkan perbandingan antara potensi wisata yang ada di Desa Jati sebelum dan setelah kegiatan pengabdian:

Grafik ini menggambarkan peningkatan potensi wisata dalam beberapa aspek utama, seperti pengelolaan wisata alam, budaya, dan produk UMKM. Setelah pelaksanaan kegiatan, terdapat peningkatan signifikan dalam hal pengelolaan dan promosi wisata berbasis komunitas, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Desa Jati sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Garut.

4 SIMPULAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Jati berhasil memberikan dampak positif terhadap pengembangan potensi wisata berbasis masyarakat melalui penerapan *Community-Based Tourism* (CBT). Berdasarkan hasil analisis, peningkatan kapasitas masyarakat dalam hal pengelolaan wisata dan pemasaran digital menjadi salah satu capaian utama dari program ini. Masyarakat yang sebelumnya belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan wisata kini lebih mampu mengidentifikasi potensi lokal serta mengembangkan produk wisata yang dapat menarik minat wisatawan. Pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) juga menjadi langkah penting dalam memastikan keberlanjutan pengelolaan wisata di Desa Jati. Selain itu, pelatihan pemasaran digital memberikan hasil yang signifikan, dengan peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi untuk mempromosikan produk wisata. Penggunaan Google Maps dan media sosial sebagai sarana promosi menjadi langkah strategis yang memungkinkan Desa Jati untuk dikenal lebih luas oleh wisatawan potensial. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata desa, yang diharapkan akan berdampak langsung pada peningkatan ekonomi masyarakat setempat.

Namun, masih terdapat beberapa kendala yang memerlukan perhatian lebih lanjut, seperti keterbatasan infrastruktur dan fasilitas penunjang wisata. Selain itu, meskipun keterampilan pemasaran digital telah meningkat, masih diperlukan pendampingan lanjutan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam pengelolaan wisata. Hal ini penting agar dampak yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian ini dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat Desa Jati.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi, berikut adalah beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan lebih lanjut:

1. Pendampingan Lanjutan dalam Pengelolaan Wisata: Meskipun kelompok sadar wisata (Pokdarwis) telah terbentuk, diperlukan pendampingan berkelanjutan dalam hal pengelolaan wisata secara profesional. Ini mencakup pelatihan lebih lanjut terkait manajemen wisata, pengembangan layanan wisata, serta strategi pemasaran yang lebih terarah.
2. Peningkatan Infrastruktur Wisata: Agar Desa Jati dapat menarik lebih banyak wisatawan, perlu ada peningkatan infrastruktur penunjang, seperti akses jalan yang lebih baik, fasilitas parkir, dan fasilitas umum lainnya. Peningkatan infrastruktur ini tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga mendukung keberlanjutan pengelolaan wisata.
3. Pengembangan Produk Wisata yang Unik dan Berkelanjutan: Produk wisata yang dikembangkan harus terus dievaluasi dan ditingkatkan agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Disarankan agar Desa Jati melakukan uji coba wisata dalam skala kecil sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi keunikan yang dapat dijadikan daya tarik utama. Selain itu, pengembangan produk wisata harus mempertimbangkan aspek keberlanjutan agar tidak merusak lingkungan atau mengganggu kehidupan sosial masyarakat setempat.
4. Optimalisasi Pemasaran Digital: Untuk memastikan Desa Jati dapat dikenal lebih luas, pemasaran digital harus dioptimalkan melalui kampanye promosi yang terarah dan konsisten. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya perlu ditingkatkan dengan strategi konten yang lebih kreatif dan interaktif. Masyarakat juga disarankan untuk terus meningkatkan keterampilan mereka dalam pembuatan konten digital dan manajemen media sosial.
5. Kolaborasi dengan Stakeholder Eksternal: Untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Jati, disarankan agar desa menjalin kerjasama dengan berbagai stakeholder eksternal, seperti pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku industri pariwisata. Kolaborasi ini dapat membantu dalam hal pendanaan, peningkatan kapasitas, serta promosi desa wisata secara lebih luas.

5 UCAPAN TERIMA KASIH (optional)

Dengan penuh rasa hormat, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada Universitas Garut, khususnya Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan dukungan penuh, serta kepada BUMDES dan masyarakat Desa Jati atas kerjasama yang baik dalam menyukseskan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh peserta yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan pendampingan. Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan desa wisata dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

6 DAFTAR PUSTAKA

- Farid, F., Sari, P., & Rahman, H. (2018). Introduksi teknologi sabun cair antiseptik dari buah pedada (*sonneratia caseolaris*) di kelurahan kampung laut, kuala jambi, tanjung jabung timur. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 23-30. <https://doi.org/10.22437/jkam.v2i1.5427>
- Hadi, W. and Widyaningsih, H. (2021). Persepsi wisatawan dengan sapta pesona di candi ijo desa sambirejo, prambanan, sleman. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 39-48. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10140>
- Hermawan, H. (2017). Dampak pengembangan desa wisata nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. <https://doi.org/10.31219/osf.io/xhkwy>
- Jasoma, M. (2023). Desain signage dan street furniture di kawasan wisata desa wisata karyamukti. *Sade Jurnal Arsitektur Planologi Dan Teknik Sipil*, 2(2), 63-67. <https://doi.org/10.29303/sade.v2i2.43>
- Megawati, V., Setyawan, A., Hananto, H., Dewi, H., Benarkah, N., Pratono, A., ... & Juniati, N. (2022). Pemberdayaan masyarakat sebagai faktor penguat pengembangan desa wisata: studi kasus pada wisata sawah sumber gempong. *Inobis Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(4), 569-580. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i4.251>
- Mihardja, E. (2023). Implementation of geotourism program through digital communication training in ujung kulon geopark area. *Consen Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 3(2), 62-69. <https://doi.org/10.57152/consen.v3i2.936>
- Rustam, A. and Hamzah, P. (2022). Pengaruh keberadaan ekowisata hutan pinus terhadap gaya hidup masyarakat di desa bissoloro, kabupaten gowa. *Jurnal Agrisistem Seri Sosek Dan Penyuluhan*, 18(1), 60-66. <https://doi.org/10.52625/j-agr-sosekpenyuluhan.v18i1.230>
- Setyowardhani, H., Susanti, H., & Riyanto, R. (2019). Optimalisasi media sosial sebagai alat promosi untuk desa wisata lebakmuncang. *Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i2.2848>
- Sidiq, A. and Resnawaty, R. (2017). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata linggarjati kuningan, jawa barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>
- Sulistyo, A. (2023). Implementasi prinsip pariwisata berkelanjutan melalui pengelolaan berbasis masyarakat: studi pada desa wisata poncokusumo. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.37535/104003220233>

- Wardani, W., Wulandari, W., & Syahid, S. (2019). Presentasi ruang arkeologi situs gunung padang melalui visualisasi batu penanda untuk buku foto. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(3), 394-401. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i3.689>
- Wicaksono, A., Khakhim, N., & Farda, N. (2022). Variasi sentimen pantai wisata dari tweet berbahasa indonesia. *Jurnal Kepariwisata Destinas Hospitalitas Dan Perjalanan*, 6(1), 1-15. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i1.326>
- Widiyarta, A., Hakim, M., Setyaningrum, M., & Tantriani, T. (2021). Strategi pengembangan desa wisata migas di geopetroleum teksas wonocolo kabupaten bojonegoro. *Jurnal Health Sains*, 2(5), 756-761. <https://doi.org/10.46799/jsa.v2i5.225>