

Pelatihan Tata Kelola dan Digitalisasi Objek Wisata Rintisan Berbasis *Smart Tourism* Di Desa Tanjungsari

Regi Refian Garis^{1*}

Toto²

Maulana Sidiq³

Muhamad Nur Salim⁴

Edvar Alif Adz Dzikry⁵

Rifal Amalindi⁶

Dian Rudiana⁷

^{1*,2,3,4,5,6,7}Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

regirefiangaris@unigal.ac.id^{1*)}

toto@unigal.ac.id²⁾

maulanasidiq@unigal.ac.id³⁾

muhamadnursalim@unigal.ac.id⁴⁾

edvaralif@unigal.ac.id⁵⁾

rifalamalindi@unigal.ac.id⁶⁾

dianrudiana@unigal.ac.id⁷⁾

Kata Kunci: [*Pariwisata, pemberdayaan masyarakat, pemasaran digital*]

Abstrak: Kegiatan pengabdian pada masyarakat memiliki tujuan dalam memberikan pembekalan-pembakalan wawasan dan sosial budaya masyarakat dalam upaya menghadapi perkembangan teknologi melalui penggunaan website yang semakin dibutuhkan oleh masyarakat luas dalam memperoleh berbagai jenis informasi. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Tanjungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis. Peserta pelatihan terdiri dari pengelola objek wisata, tokoh masyarakat serta aparat desa. Metode kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelatihan tata kelola manajemen objek wisata berbasis smart tourism. Rancangan evaluasi kegiatan pengabdian ialah dapat tercapainya pemahaman pengelola wisata dalam mengembangkan potensi objek wisata, membangun jejaring dengan mitra, mengelola keterampilan pembuatan konten digital dan website berbasis open access. Tujuan yang dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup terhadap bertambahnya kecepatan proses peningkatan kemampuan sumber daya manusia yang sesuai dengan laju pertumbuhan pembangunan. Hasil kegiatan ini ialah para peserta dapat memahami pengelolaan objek wisata dalam memberikan pengaruh baik terhadap lingkungan sosial dan industri sektor wisata.

Published by:



Copyright © 2024 The Author(s)

This article is licensed under CC BY 4.0 License



Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi mengalami perkembangan yang pesat dalam memberikan informasi-informasi kepada masyarakat publik secara luas. Kemunculan sistem informasi dalam situasi saat ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap kemajuan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi menjadi suatu hal penting dalam aspek penyebaran informasi di berbagai daerah secara pesat guna. Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi terus berkembang hingga memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat. Teknologi merupakan salah satu elemen penting dalam keberlangsungan kehidupan manusia karena manfaat dari teknologi dapat memberikan manfaat yang baik juga manfaat yang lebih mudah untuk dijalani.

Transformasi digital menjadi sebuah terobosan dalam membidik pasar industri sehingga menjadi sebuah peluang besar, khususnya dalam menghadapi Industrial Era 4.0, maka hal tersebut akan melahirkan banyak manfaat serta menjadi tantangan tersendiri bagi para pelakunya. Digitalisasi industri pariwisata adalah salah satu langkah tepat dalam menyikapi peradaban masyarakat yang berorientasi digital dalam memenuhi kebutuhan mereka untuk berwisata. Salah satu upaya dalam mewujudkan digitalisasi pariwisata adalah dengan pemanfaatan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah relevan dalam tingkatan operasional, struktural, strategi dan pemasaran untuk mendukung interaksi global antara produsen, perantara, dan konsumen di seluruh dunia. Ketersediaan dari TIK mendorong produsen dan destinasi wisata untuk meningkatkan efisiensi stratei komunikasi.

Digitalisasi wisata memberikan berbagai jasa layanan pariwisata kepada wisatawan dengan kemudahan akses dalam rangka penyelenggaraan pemasarannya. Digitalisasi wisata dianggap dapat mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi tentang suatu destinasi pariwisata dan tentunya dapat mengurangi biaya baik bagi pihak penyelenggara dan/pengelola, maupun bagi wisatawan. Dengan dilakukannya penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata merupakan strategi penting dalam mempromosikan wisata melalui pendekatan digital yang berdampak pada pengembangan potensi wisata di suatu desa wisata. Dalam kaitannya dengan dunia pariwisata, konsep digitalisasi saat ini hadir dengan konsep *smart tourism*.

Smart tourism bisa diartikan strategi industri pariwisata dalam menghadapi perkembangan teknologi dan informasi yang sedang mengalami kemajuan secara pesat. *Smart tourism* adalah pemanfaatan segala potensi dan sumber daya yang ada untuk meningkatkan pengalaman di bidang pariwisata (Fauziah Hanum, 2020). Konsep *smart tourism* mampu memberikan pengalaman dan jasa kepariwisataan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dari *stakeholder* (pemerintah, pengelola destinasi, masyarakat lokal, dan wisatawan) yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi terhadap terciptanya destinasi wisata yang berkualitas. Salah satu hal yang penting dari keberadaan *smart tourism* pada bidang pariwisata adalah berkaitan dengan kemudahan terhadap akses informasi pariwisata di era digital saat ini. Lahirnya *smart tourism* ini dapat dijadikan sebagai jembatan terhadap akses informasi pariwisata. Informasi mengenai pariwisata sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Informasi yang menjelaskan mengenai pariwisata baik suatu negara atau daerah tertentu sangat berguna untuk menarik minat wisatawan yang datang (Hendi Prasetyo, 2022).

Konsep *smart tourism* ini menggambarkan mengenai suatu tahapan pengembangan pariwisata yang dipengaruhi oleh evolusi-evolusi perkembangan

teknologi informasi (Hendi Prasetyo, 2022). Kehadiran smart tourism ini dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk mengintegrasikan peran teknologi informasi dan pariwisata pada destinasi wisata. Adanya smart tourism ini juga perlu diperhitungkan secara matang mengingat ada berbagai prinsip berkaitan dengan *smart tourism* antara lain ialah; 1) bekerja untuk mengembangkan kesan atau citra pariwisata; 2) menyediakan *platform* intelektual; 3) mengumpulkan dan menyebarkan informasi di dalam batas-batas kawasan wisata, dan distribusi sumber daya wisata yang efektif, dan; 4) menyediakan integrasi tingkat mikro dan makro dari wisatawan di industri pariwisata untuk memastikan efisien pembagian bonus kepada masyarakat setempat pada kegiatan pariwisata (Hendi Prasetyo, 2022) .

Wisata perdesaan adalah salah satu bentuk pengembangan masyarakat berbasis pariwisata. Pariwisata dijadikan kendaraan untuk mewujudkan masyarakat yang bebas dari kemiskinan dan memiliki kegiatan untuk menjaga lingkungan alam dan budaya untuk kepentingan sendiri (generasi sekarang) maupun generasi mendatang. Bidang Pariwisata sebagai salah satu industri yang perkembangannya pesat tentulah terus berubah mengikuti tren yang sedang berlangsung (Fauziah Hanum, 2020). Pariwisata perdesaan dapat didefinisikan sebagai perpindahan orang dari tempat tinggal normal mereka ke daerah perdesaan untuk jangka waktu minimum dua puluh empat jam hingga maksimum enam bulan untuk tujuan kesenangan dan kesenangan semata. Konsep pariwisata perdesaan merupakan jenis pariwisata berkelanjutan yang mengeksplorasi sumber daya di daerah perdesaan, tetapi memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat desa. Pariwisata perdesaan bertujuan untuk meningkatkan produktivitas perdesaan, menciptakan lapangan kerja baru, serta memperbaiki distribusi kekayaan dan melestarikan budaya perdesaan.

Desa Tanjungsari merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis yang memiliki keunikan dalam kekayaan alam sebagai suatu potensi wisata. Potensi wisata rintisan menjadi suatu objek wisata unggulan dalam upaya menciptakan peluang dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat desa melalui industri wisata. Namun, potensi yang tersedia di Desa Tanjungsari ini sepenuhnya belum dapat dioptimalkan dengan baik dikarenakan kurangnya sistem pengelolaan dan pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan pariwisata di Desa Tanjungsari. Infrastruktur teknologi yang baik akan memfasilitasi aksesibilitas layanan digital di desa-desa yang terpencil, sehingga masyarakat dapat memanfaatkan teknologi dan layanan digital untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan (Risma Yuliawati, 2023). Perkembangan objek wisata yang baik merupakan salah satu unsur pengembangan dalam kajian objek wisata. Selain itu, penerapan teknologi pada kegiatan kepariwisataan merubah pengalaman konsumen dan menghasilkan model bisnis pariwisata kreatif (Fauziah Hanum, 2020). Fasilitas dan kemudahan dalam mendapatkan informasi objek wisata merupakan hal yang paling utama dalam pengelolaan objek wisata. Berikut kondisi hasil observasi di salah satu objek wisata di Desa Tanjungsari, sebagai berikut:



Gambar 1. Curug Panganten

Berdasarkan gambar 1, dapat dijelaskan bahwa potensi objek wisata yang dapat dikembangkan bersumber dari wisata alam. Potensi wisata alam ini menjadi potensi Desa Tanjungsari terhadap proses pengembangan objek wisata rintisan yang dapat memberikan eksplorasi wisata baru kepada para wisatawan lokal maupun wisatawan luar. Dengan demikian, objek wisata di Desa Tanjungsari dapat memberikan berbagai macam pengaruh dalam keberhasilan pengembangan wisata dalam persaingan dunia industri pariwisata.

Media sosial merupakan salah satu platform pemasaran yang efektif untuk mempromosikan desa wisata secara digital. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* dapat menjadi alat yang efektif untuk memasarkan desa wisata. Desa wisata dapat membuat akun di media sosial tersebut dan memposting foto dan video mengenai keindahan dan daya tarik desa wisata serta menginformasikan berbagai acara dan kegiatan yang akan diadakan di desa wisata. Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk berinteraksi dengan wisatawan, termasuk memberikan informasi dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh wisatawan. Oleh karena itu, *tourism* ini memungkinkan wisatawan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan lebih baik serta mengacu pada perkembangan ekonomi pariwisata yang cerdas (Fauziah Hanum, 2020). Media sosial menjadi salah satu alat yang efektif dalam memasarkan desa wisata secara digital. Hal ini karena media sosial merupakan salah satu tempat di mana banyak orang berkumpul dan berinteraksi secara daring. Desa wisata dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk wisata dan menjangkau calon wisatawan dengan biaya yang relatif murah.

Dalam pengembangan objek wisata rintisan diperlukan inovasi yang kreatif dan tepat untuk menjalankan pemasaran wisata. Inovasi-inovasi yang tercipta untuk menyelesaikan permasalahan kota berdampak positif pada kemajuan pembangunan kota di berbagai bidang (Christian Harazaki Mendrofa, 2019). Penyampaian informasi wisata dapat menggunakan *online platform* seperti media sosial. Kehadiran media sosial saat ini telah memberikan keuntungan baik bagi para wisatawan untuk dapat melakukan kegiatan pariwisata. Saat ini, pengelola objek wisata Desa Tanjungsari memasarkan potensi wisata alamnya melalui penyebaran informasi menggunakan pemasaran di *online platform* media sosial *Instagram*. Dengan adanya media sosial, jangkauan penyebaran informasi wisata memungkinkan menjangkau pengguna yang cukup luas. Keberadaan *Instagram* dapat memberikan pengaruh positif untuk berbagai pihak yang dapat memberikan motivasi kepada pengelola objek wisata dalam memaksimalkan program pemasaran.

Dalam melaksanakan program digitalisasi kepada masyarakat dalam manajemen objek wisata, maka pelaksanaan pelatihan dapat menjadi suatu solusi dalam hal ini.

Adanya program pelatihan yang dijalankan dalam kegiatan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan berbasis *smart tourism* di Desa Tanjungsari dapat memberikan pencapaian pelatihan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menyerap materi yang dikemas ke dalam berbagai jenis kegiatan pelatihan. Pelatihan menurut Andrew E. Sikula dalam (Ainun Mardiah, 2021) menjelaskan bahwa pelatihan merupakan suatu proses pendidikan jangka pendek dengan menggunakan prosedur yang sistematis dan terorganisir sehingga karyawan operasional belajar pengetahuan teknik pengerjaan dan keahlian untuk tujuan tertentu. Adapun jenis-jenis yang digunakan dalam organisasi menurut Simamora dalam (Ainun Mardiah, 2021) adalah pelatihan keahlian-keahlian (*skill training*), pelatihan ulang (*retraining*). Pelatihan fungsional silang (*cross functional training*), pelatihan tim (*team training*) serta pelatihan kreativitas (*creativity training*).

Namun di balik itu pengembangan pariwisata dapat pula menimbulkan masalah dalam masyarakat seperti masalah lingkungan, sosial dan budaya (Christian Harazaki Mendrofa, 2019). Keberadaan kemajuan media sosial dan media teknologi informasi lainnya, dalam hal ini masih belum dapat terkondisikan oleh pengelola objek wisata dan masyarakat lokal Desa Tanjungsari dalam mendukung dan menggunakan media teknologi lainnya yang dapat dikembangkan dalam upaya pemasaran potensi alam wisata desa. Hal-hal yang belum dapat terkondisikan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata meliputi; manajemen objek wisata dan; pemasaran wisata menggunakan teknologi masa kini dalam mendukung objek desa wisata berbasis *smart tourism* dan kurangnya ketersediaan infrastruktur wisata yang memadai. Dalam penerapan konsep *smart tourism* mampu menjadi inovasi baru sehingga dapat memberikan pengalaman dan wawasan baru dalam berwisata (Hendi Prasetyo, 2022). Untuk mengefektifkan manajemen kepariwisataan, diperlukan pelatihan keterampilan dan pemberian pemahaman kepada pengelola objek wisata sekaligus masyarakat lokal mengenai pentingnya pemanfaatan penggunaan teknologi di masa kini sebagai salah satu upaya pengembangan kemajuan desa dalam memajukan kemampuan masyarakatnya untuk dapat ikut serta mendukung program destinasi wisata berbasis *smart tourism*.

Sinergi antara manajemen kepariwisataan, yakni pemerintah daerah, pihak swasta, stake holder dan masyarakat merupakan kekuatan utama dalam meningkatkan perkembangan sektor kepariwisataan di daerah. Pemanfaatan potensi pariwisata perdesaan sebaiknya dilakukan melalui program pelatihan, sosialisasi maupun pendampingan secara bijaksana dan dialog antara masyarakat setempat, industri pariwisata, dan pemerintah perlu ditingkatkan agar strategi pengembangan bisa dibuat bersama-sama. Dengan menggunakan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, pariwisata perdesaan dapat menjadi salah satu bentuk pengembangan desa yang memperbaiki kesejahteraan dan struktur ekonomi desa dengan cara menjaga nilai-nilai sosial dan lingkungan.

Manajemen objek wisata yang pengelola objek wisata Desa Tanjungsari gunakan sepenuhnya belum dapat memberikan hasil yang baik. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya keterbatasan pengetahuan dan keterampilan para pengelola objek wisata dalam kemampuan menata dan mengelola destinasi objek wisata. Permasalahan yang timbul dapat berupa kurang maksimalnya pengelola objek wisata dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat lokal untuk dapat membentuk partisipasi dan hubungan yang baik dengan para wisatawan yang datang. Selain itu, program pelatihan kepada pengelola objek wisata lainnya masih menjadi suatu permasalahan utama untuk dapat mengembangkan potensi wisata dengan menggunakan kecanggihan media teknologi pembuatan dan penggunaan website. Kurangnya ketersediaan infrastruktur yang memadai juga menjadi salah satu permasalahan lainnya yang mestinya dapat diatasi baik

oleh pengelola objek wisata maupun oleh masyarakat lokal desa yang turut mendukung pengembangan fasilitas umum, akomodasi dan transformasi dalam upaya mengelola destinasi wisata rintisan untuk hasil keberlanjutan potensi desa. Menurut (Hendi Prasetyo, 2022) kebutuhan pokok akan mencari, menseleksi, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau layanan wisata dalam mengetahui informasi fasilitas-fasilitas penunjang aktivitas wisata seperti akomodasi, tempat makan, serta destinasi wisata.

Disatu sisi, motivasi dan kreativitas pengelola objek wisata pun sepenuhnya belum dapat menggunakan media sosial lain seperti penggunaan website sebagai salah satu langkah maju pengelola objek wisata dalam mempromosikan potensi wisata secara lebih meluas. Adanya permasalahan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata di Desa Tanjungsari, maka pengelola objek wisata harus menjalani program pelatihan dalam pengelolaan manajemen objek wisata dalam membangun jejaring dengan mitra lainnya melalui penggunaan media teknologi masa kini berupa penggunaan website sebagai salah satu solusi yang dapat dilakukan oleh pengelola objek wisata dalam memajukan, mengembangkan serta mengelola potensi desa dan potensi wisata desa berbasis smart tourism untuk dapat diinformasikan secara lebih tertata.

Pembangunan pedesaan harus mengikuti empat upaya besar, satu sama lain saling berkaitan dan merupakan strategi pokok pembangunan pedesaan. Pertama, memberdayakan ekonomi masyarakat desa. Dalam upaya ini diperlukan masukan modal dan bimbingan- bimbingan pemanfaatan teknologi dan pemasaran untuk memampukan dan memandirikan masyarakat desa; Kedua, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia pedesaan agar memiliki dasar yang memadai untuk meningkatkan dan memperkuat produktivitas dan daya saing. Ketiga, pembangunan prasarana di pedesaan. Untuk daerah pedesaan prasarana perhubungan merupakan kebutuhan yang mutlak, karena prasarana perhubungan akan memacu ketertinggalan masyarakat pedesaan; dan keempat, membangun kelembagaan pedesaan baik yang bersifat formal maupun non-formal.

Dalam upaya meminimalisasi berbagai dampak negatif dan mengoptimalkan dampak positif pariwisata lahirlah pemikiran untuk mengembangkan pariwisata yang lebih berpihak pada masyarakat disekitar objek wisata, yang kemudian dikenal sebagai konsep *smart tourism*. Kerjasama sinergis diperlukan antara pemerintah daerah, pihak swasta, dan masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata di daerah, agar dapat terwujud manajemen kepariwisataan yang baik pada seluruh bidang pendukung, sehingga dapat memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan asli daerah dan pendapatan masyarakat. Pelaksanaan konsep smart tourism akan membuka banyak lapangan pekerjaan dan menawarkan berbagai ragam bisnis karena penerapan ini memerlukan banyak sektor usaha lainnya (Hendi Prasetyo, 2022). Peran dan kontribusi sektor swasta harus terus didorong dan difasilitasi dalam pengembangan pariwisata, karena selama ini hampir sebagian besar obyek pariwisata dikelola oleh pemerintah daerah.

Dalam pelaksanaannya, pemberdayaan memiliki makna dorongan atau motivasi, bimbingan atau pendampingan dalam meningkatkan kemampuan individu atau masyarakat untuk mampu mandiri. Upaya tersebut merupakan sebuah tahapan dari proses pemberdayaan dalam mengubah perilaku, mengubah kebiasaan lama menuju perilaku baru yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraannya. Upaya dan bentuk pemberdayaan Selain ditujukan untuk mengubah perilaku masyarakat agar mampu berdaya sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan, pemberdayaan juga menekankan pada proses, bukan semata mata hasil (*output*) dari proses tersebut. Oleh karena itu, ukuran keberhasilan pemberdayaan adalah seberapa besar partisipasi atau keberdayaan yang dilakukan oleh individu atau masyarakat.

semakin banyak masyarakat yang terlibat dalam proses tersebut, berarti semakin berhasil kegiatan pemberdayaan.

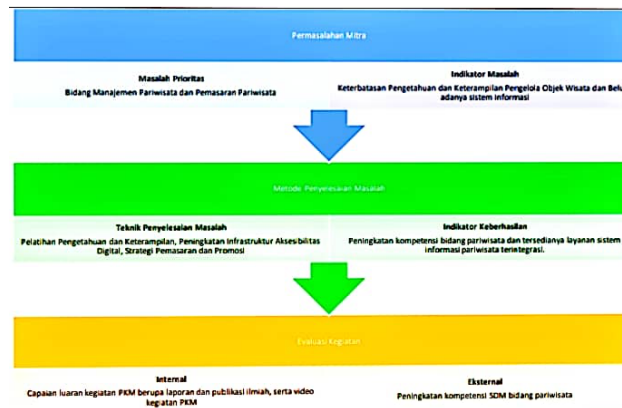
Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) memberikan manfaat baik terhadap proses pemberdayaan dalam membangun desa wisata berbasis masyarakat dapat dilakukan dengan cara mengubah mind set individu dan masyarakat untuk berdaya dan mandiri. Pemberdayaan juga dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan partisipasi individu dan masyarakat. Bentuk aktivitas pemberdayaan tersebut di antaranya: kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dapat mendorong kemampuan dan ketrampilan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat desa wisata, menciptakan berbagai kesempatan kerja melalui pembangunan desa wisata, menghidupkan kembali budaya dan kearifan lokal sebagai modal sosial, dan bentuk aktivitas lainnya yang mampu menunjang pembangunan desa wisata. Melalui kegiatan pemberdayaan, individu dan masyarakat disadarkan akan potensi, kebutuhan, dan masalah yang ada pada diri dan lingkungannya. Selanjutnya mereka didorong untuk mau melakukan perubahan yang dimulai dari dalam dirinya untuk mampu menciptakan pembangunan desa wisata dengan melakukan pemberdayaan potensi yang dimiliki dan mengembangkan baik produk lokal, budaya lokal menjadi sebuah unggulan yang dapat sebagai *icon* pariwisata berbasis perdesaan.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengelolaan dan promosi destinasi wisata alam di Desa Tanjungsari melalui beberapa langkah strategis. Pertama, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam manajemen pariwisata secara sistematis dan efektif, mencakup perencanaan, pengembangan produk wisata, promosi, dan pengelolaan operasional. Selain itu, akan dilakukan pengembangan infrastruktur pendukung wisata, seperti akses jalan, tempat parkir, toilet, dan pusat informasi, untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Pemanfaatan teknologi informasi juga menjadi fokus utama, dengan upaya mengoptimalkan penggunaan platform digital untuk promosi dan pengelolaan destinasi wisata, guna menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dengan melibatkan mereka dalam setiap tahap pengembangan objek wisata, sehingga mereka dapat berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas wisata dan merasakan manfaat ekonomi dari sektor pariwisata. Akhirnya, pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi wisata alam sebagai sumber ekonomi baru. Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, diharapkan Desa Tanjungsari dapat mengoptimalkan potensi wisatanya, bersaing di industri pariwisata, dan memberikan dampak positif pada ekonomi lokal serta kualitas hidup masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Tanjungsari Kecamatan sadananya kabupaten ciamis mulai dari bulan juni sampai september, yang menjadi mitra adalah pengelola objek wisata curug panganten dan dan Pelatihan Tata Kelola Dan Digitalisasi Objek Wisata Rintisan Bebrbasis Smart Tourism dilaksanakan pada tanggal 2 september 2024 dengan mendatangkan peserta dari pengelola Curug Panganten, Kelompok Sadar Wisata Desa Dan Perangkat Desa.

Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilakukan merupakan pendekatan yang digunakan untuk memperkuat kemitraan dan pencapaian berkelanjutan di bidang pariwisata. Metode dalam Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dapat dibagi menjadi beberapa tahapan, sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Kegiatan PKM

Dari gambar 2 di atas dapat dijelaskan bahwa Pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan di Desa Tanjungsari menuntut keterlibatan aktif dari mitra. Mitra, dalam hal ini kelompok sadar wisata atau masyarakat setempat, berperan krusial dalam setiap tahap pelaksanaan program. Mulai dari perencanaan program, mitra diajak untuk bersama-sama menentukan tujuan, merancang strategi, dan mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan.

Selama implementasi, mitra secara langsung terlibat dalam kegiatan operasional, seperti pelatihan dan pendampingan. Mitra juga memiliki suara dalam pengambilan keputusan terkait program, serta turut serta dalam monitoring dan evaluasi untuk memastikan program berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi yang komprehensif tidak hanya menganalisis pencapaian tujuan program, tetapi juga mengumpulkan umpan balik dari berbagai pihak terkait, mengevaluasi keberlanjutan program dalam jangka panjang, serta mengidentifikasi pembelajaran yang dapat diambil untuk perbaikan di masa mendatang. Dengan demikian, kemitraan yang kuat antara pelaksana program dan masyarakat menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan pariwisata di Desa Tanjungsari.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Pada era digital dan globalisasi saat ini, diperlukan peran serta dunia pendidikan tinggi di dalam mendorong pembangunan sosial terhadap masyarakat guna memperoleh berbagai jenis pengamalan wawasan dalam kehidupan bermasyarakat dengan mengikuti berbagai jenis perkembangan era digital dan globalisasi. Prinsip kerja Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) memiliki tujuan pratik dalam pendekatan orientasi pemberdayaan dalam memenuhi unsur-unsur pemberdayaan. Dengan demikian, kaitannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka membentuk suatu pendekatan orientasi pemberdayaan ialah pada dasarnya inti kegiatan ini ditujukan untuk proses pengembangan wisata desa dalam mengembangka para masyarakat dan pengelola dalam menggali potensi-potensi wisata lainnya. Pengembangan desa wisata atau desa wisata juga dinilai mampu meminimalkan potensi urbanisasi masyarakat dari pedesaan ke perkotaan karena dapat menciptakan

kegiatan ekonomi di pedesaan yang berbasis pada kegiatan pariwisata ekonomi pariwisata (Alliya Safitri, 2021).

Kegiatan pengabdian dalam Pelatihan Tata Kelola dan Digitalisasi Objek Wisata Rintisan Berbasis *Smart Tourism* Di Desa Tanjungsari dilakukan dengan tahap membaaur dengan masyarakat untuk membangun kepercayaan. Pengabdian dalam pemberdayaan masyarakat juga bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada suatu komunitas atau masyarakat dalam memahami persoalan-persoalan masalah utama dalam komunitas masyarakat. Selanjutnya dalam tahap memahami persoalan-persoalan masalah yang terjadi, maka proses pemecahan persoalan komunitas maka dilakukan oleh komunitas guna dapat merencanakan dan melaksanakan aksi pemecahan masalah yang terjadi. Setelah hal-hal tersebut dilakukan oleh komunitas, maka hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pengabdian pemberdayaan kepada masyarakat ialah membangun kesadaran untuk perubahan dan keberlanjutan. Kegiatan ini berisikan aktivitas-aktivitas refleksi atas hasil proses riset pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan harus mengupayakan tiga dimensi sekaligus: pemenuhan kebutuhan dan penyelesaian masalah praktis, pengembangan ilmu pengetahuan dan keberagaman masyarakat, dan proses perubahan sosial keberagaman. Dengan demikian, maka masyarakat adalah agen utama dalam sebuah perubahan sosial, sehingga dosen/mahasiswa pelaksana PKM merupakan pihak lain yang melakukan fasilitasi dari proses perubahan tersebut. Oleh sebab itu, dosen/mahasiswa harus menghormati peran utama masyarakat. Dosen/mahasiswa dan masyarakat harus saling bahu membahu secara partisipatif untuk melakukan perubahan sosial.

Adapun hasil pelaksanaan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dalam Pelatihan Tata Kelola dan Digitalisasi Objek Wisata Rintisan Berbasis *Smart Tourism* Di Desa Tanjungsari dijelaskan sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Tim PKM melakukan diskusi dan mencari solusi penyelesaian permasalahan bersama mitra tentang permasalahan yang dihadapi. Tim PKM mengajukan program-program yang akan dilaksanakan sebagai realisasi dari solusi permasalahan. Pelaksanaan program yang akan dilaksanakan yaitu berupa pelatihan dan pendampingan selama kurun waktu pelaksanaan kegiatan dan mitra juga menyepakati waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tersebut. Kegiatan sosialisasi ini meliputi kegiatan sebagai berikut:

a. Pelatihan Perencanaan Objek Wisata

Pelatihan perencanaan objek wisata dalam manajemen pariwisata ditujukan kepada masyarakat desa guna mengetahui alur-alur dalam pengelolaan organisasi yang dalam membangun objek wisata yang baik. Perencanaan pariwisata yaitu menetapkan tujuan dengan memperhatikan potensi yang dimiliki objek wisata tersebut serta harus mempunyai visi, misi, tujuan dan program kegiatan (Ignatius Adiwidjaja, 2023).

Manajemen pariwisata memiliki pengelolaan organisasi dalam topik pariwisata yang mencakup pengelolaan ekonomi dan geografi lokasi wisata. Pembangunan pariwisata merupakan satu cara untuk merekayasa pembangunan bidang ekonomi sehingga terjadinya pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat yang berada di wilayah terdampak lokasi pariwisata tersebut (Ignatius Adiwidjaja, 2023). Pelatihan manajemen pariwisata menjadi aspek penting dalam mengelola destinasi wisata dan menciptakan ide kreativitas dalam mempromosikan tempat wisata. Perencanaan objek wisata bertujuan untuk menghasilkan kepuasan bagi para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata,

menciptakan kesejahteraan masyarakat dalam pembentukan pelestarian lingkungan objek wisata.

Adapun hasil daripada kegiatan ini ialah masyarakat diberikan penjelasan dan pemahaman mengenai pembangunan kehidupan masa depan yang baik guna mampu memberikan kesejahteraan pada masyarakat, pembangunan atas kepuasan wisatawan, masyarakat dan lingkungan, memaksimalkan dampak positif dan negatif yang ada pada objek wisata, serta menjadi acuan penilaian asset sumber daya lokal yang ada.

b. Hubungan Perilaku Wisatawan dengan Masyarakat Lokal

Perilaku wisatawan penting untuk diketahui pengelola objek wisata juga masyarakat lokal dalam analisa pengembangan destinasi wisata, evaluasi destinasi wisata dan niat perilaku wisatawan ke depan. Industri pariwisata harus memerhatikan mengenai teori perilaku wisatawan guna memprediksi keberlanjutan destinasi wisata yang dijalankan. Perilaku yang ditunjukkan oleh wisatawan sangat berdampak pada niat yang muncul (Eka Widya Ningrum, 2023). Motivasi wisatawan dalam menunjukkan perilaku pada saat menjalani kegiatan wisata ialah dengan alasan mereka ingin mendapatkan pengalaman yang berbeda pada saat sedang melakukan kegiatan pariwisata, ingin menyegarkan tubuh dan pikiran, serta ingin merasakan udara yang segar sekaligus dapat melihat kebudayaan asli dari penduduk lokal yang sedang menjalani kehidupannya.

Dilihat dari motivasi tersebut nampaknya didasari oleh keinginan dari wisatawan untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda dari biasanya ditawarkan disuatu destinasi. Perjalanan wisatawan seperti ini tergolong wisata minat khusus. Wisatawan biasanya mempunyai motivasi untuk mencari sesuatu yang unik dan baru yang lebih menantang untuk jenis atraksi yang diminati dan mencari sesuatu berkualitas, serta mendapatkan nilai pengetahuan/wawasan baru dan nilai tantangan atau petualangan (*adventure*). Perilaku konsumen (wisatawan) adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu kelompok atau organisasi dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Candra Pomantow, 2022).

Ada dua hasrat yang dilakukan oleh manusia sehingga mereka terdorong untuk hidup beradaptasi dalam suatu kelompok yaitu hasrat untuk bersatu dengan manusia lain di sekitarnya, dan hasrat untuk bersatu dengan alam sekitarnya. Kunjungan wisatawan ke destinasi menyebabkan terjadinya proses adaptasi baik terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan budaya yang memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda. Pengalaman yang berkualitas diperoleh melalui unsur partisipasi yaitu keterlibatan aktif wisatawan, baik secara fisik, mental, maupun emosional terhadap objek atau aktivitas yang diikuti. Wisatawan beradaptasi dengan lingkungan alam pedesaan baik terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan budaya.

Adaptasi antara wisatawan dan masyarakat lokal terjadi secara kondusif artinya masyarakat lokal tidak merasa canggung dan malu dalam melakukan aktivitas bila mereka dilihat atau dipotret oleh wisatawan. Dilain pihak wisatawan dapat menunjukkan sikap bersahabat dengan masyarakat lokal. Setiap perilaku manusia akan menunjukkan tingkat kebudayaan yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Candra Pomantow, 2022).

Berdasarkan realita di lapangan memang betul-betul wisatawan berwisata ke pedesaan merupakan bentuk wisata minat khusus yang sering dianggap sebagai wisata aktif yang merupakan kegiatan wisatawan dalam berwisata baik yang terkait dengan lingkungan fisik alam (*trekking*). Keaslian dari pengembangan mutu produk wisata pedesaan merupakan bahan ramuan penting dalam pemodelan pariwisata pedesaan yang berhasil. Pengembangan pariwisata pedesaan sebagai salah satu pembangunan berlanjut

harus terus menerus dan kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas untuk menarik perhatian agar dikunjungi dan mengembangkan citra hijau sesuai dengan lingkungan daerah pedesaan.

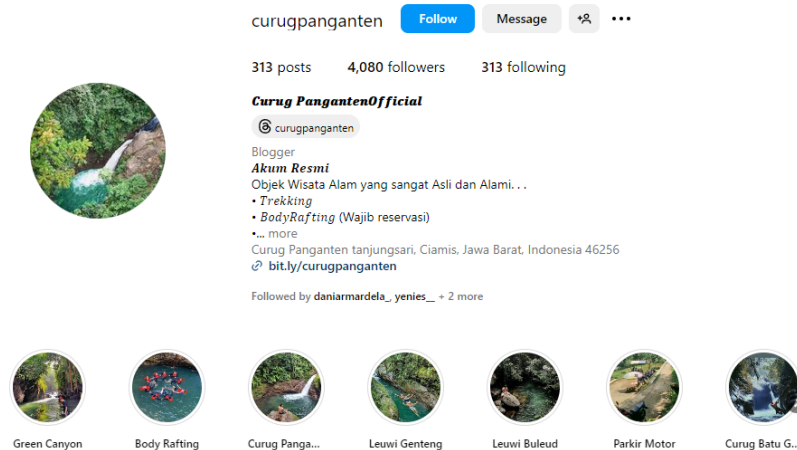
c. Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Wisata (Trekking)

Pentingnya keterlibatan masyarakat lokal di sebuah objek wisata karena pariwisata akan dapat mempengaruhi masyarakat lokal. Oleh sebab itu hendaknya ada penentuan sikap masyarakat terhadap pengembangan pariwisata. Bila terjadi sikap negatif berlebihan maka mungkin kurang realistis mengembangkan pariwisata. Upaya untuk mendorong pariwisata dengan memberdayakan masyarakat sekitar untuk memberikan pelayanan kepada pengunjung sehingga wisatawan merasa aman dan tentram (Ignatius Adiwidjaja, 2023). Sebaliknya bila lebih sedikit sikap negatif yang terjadi, maka pengembangannya perlu dilanjutkan dengan memberi pendidikan, pelatihan, dan sadar wisata agar dapat menguntungkan semua pihak. Peranan masyarakat lokal sebagai produk wisata berupa keramah tamahan, dan aktivitas kesehatan berupa aktivitas sosial ekonomi maupun sosial budaya.

Untuk mencapai pariwisata kerakyatan berkelanjutan dalam pengelolaannya harus melibatkan komunitas lokal menjadi suatu kekuatan positif dalam melestarikan kualitas sumber daya alam dan budaya sebagai aset wisata. Pengembangan pariwisata adalah rangkaian upaya yang dilakukan dengan tujuan mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata untuk menyatukan segala bentuk aspek diluar pariwisata yang berkaitan langsung maupun tidak langsung (Ignatius Adiwidjaja, 2023). Pengalaman pengunjung ditunjukkan dengan semakin baik pengalaman yang diperoleh dan semakin baik kondisi kehidupan masyarakat lokal di objek wisata maka akan semakin kecil kemungkinan kerusakan alam maupun budaya.

d. Penggunaan Teknologi dan Promosi Wisata

Kemajuan di era digitalisasi memberikan banya manfaat luas bagi seluruh pengguna teknologi. Digitalisasi membutuhkan infrastruktur teknologi yang memadai seperti jaringan internet yang stabil dan terjangkau (Risma Yuliawati, 2023). Dalam hal ini, peran teknologi dalam sektor pariwisata menjadi tolak ukur suatu objek wisata dalam menyebarluaskan dan mempromosikan mengenai potensi objek wisata. Kehadiran teknologi berperan dalam mempermudah kehidupan masyarakat atau wisatawan dalam mengetahui berbagai jenis konten yang disajikan. Promosi pada dasarnya merupakan upaya memperkenalkan suatu produk kepada pihak lain beserta kelebihan dan keunggulannya sehingga orang lain tertarik untuk mengenal lebih jauh produk tersebut (Misran Rahman, 2022). Dalam kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan oleh tim PKM, pembahasan mengenai pentingnya teknologi dalam pembangunan pariwisata bertujuan untuk membuka gerbang pemikiran masyarakat mengenai pengaruh dalam penggunaan teknologi pada sektor pariwisata dapat menjadi salah satu akses promosi objek wisata dapat mudah dikenal oleh masyarakat luar secara luas. Berdasarkan hasil pengamatan dan data yang diperoleh oleh penulis, diketahui bahwa pengelola objek wisata sudah melakukan kegiatan promosi wisata melalui pemanfaatan penggunaan media sosial *Instagram* mengenai pengenalan objek wisata yang tersedia di Desa Tanjungsari. Berikut halaman media sosial *Instagram* Curug Panganten *Official* Desa Tanjungsari yang menjadi wajah bagi potensi wisata di desa yang dipublikasikan melalui konten-konten digital.



Gambar 3. Tangkapan Layar Instagram Curug Panganten Official

Namun, seiring perjalanan zaman yang semakin maju, maka kegiatan promosi wisata juga dapat dilakukan melalui penggunaan *website* objek wisata yang akan menampilkan banyak konten guna bertujuan untuk mengenalkan potensi objek wisata secara luas. Selain itu, pembuatan *website* objek wisata menjadi salah satu dorongan bagi pengelola objek wisata guna mengenalkan potensi wisata ke seluruh penjuru daerah. Oleh karenanya, penggunaan *website* objek wisata menjadi salah satu solusi di masa kini dalam menarik wisatawan luar untuk memperkenalkan tempat wisata beserta *benefit* wisata lainnya.

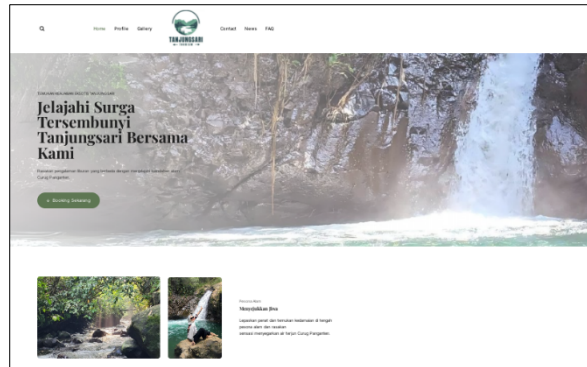
Promosi wisata diartikan sebagai suatu kegiatan yang ditujukan guna memberitahukan, membujuk serta memengaruhi wisatawan dalam menggunakan produk yang dihasilkan suatu lembaga. Melalui promosi wisata ini dapat memberikan hasil dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan tingkah laku para wisatawan dalam membujuk mereka untuk menerima konsep, jasa atau produk yang tersedia pada objek wisata. Dengan adanya promosi lewat media elektronik diharapkan agar pengunjung wisata dapat lebih mudah untuk mengetahui lebih luas mengenai objek wisata yang hendak ia kunjungi dan apa saja yang menarik dalam objek wisata tersebut (Ignatius Adiwidjaja, 2023). Berdasarkan hasil dari promosi wisata di Desa Tanjungsari, dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sosial sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan
3. Membangun dan meningkatkan infrastruktur desa untuk membuka jejaring sosial dalam mempercepat pembangunan sosial
4. Mengendalikan kegiatan pembangunan agar budaya dan fungsi lingkungan dapat terjaga kelestariannya
5. Memelihara dan mengembangkan suasana kehidupan yang dinamis

Dalam membangun situs *website* desa wisata merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan desa wisata dan menarik minat wisatawan. Situs *website* objek wisata dapat menjadi pusat informasi bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke desa wisata. Situs web ini dapat digunakan untuk memperkenalkan keindahan dan daya tarik desa wisata, menampilkan galeri foto dan video, memberikan informasi mengenai paket-paket wisata, serta memberikan informasi mengenai fasilitas dan layanan yang

tersedia. Situs web juga dapat digunakan untuk memudahkan wisatawan dalam melakukan pemesanan paket wisata atau reservasi penginapan.

Berikut ialah hasil implementasi pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan berbasis smart tourism di Desa Tanjungsari dalam membuat website objek wisata Desa Tanjungsari pada situs web Objek Wisata Desa Tanjungsari <https://www.tanjungsaritourism.com> yang memperlihatkan informasi seputar objek wisata, keindahan alam, budaya, serta sejarah objek wisata Desa Tanjungsari secara lengkap dan jelas.



Gambar 4. Ipteks Website

Sumber : <https://www.tanjungsaritourism.com>

Dalam mengembangkan destinasi objek wisata, penggunaan *webstite* objek wisata menjadi salah satu unsur penting dalam memberikan dampak terhadap manfaat *website* desa wisata sebagai media promosi dan pengembangan desa yang lebih maju. Dengan adanya *website* desa wisata ini dapat memberikan peluang bagi pengelola objek wisata dalam mengembangkan kemampuan dan keterampilannya untuk dapat menggunakan *website* dalam mengekspos berbagai potensi desa yang layak untuk dipublikasikan.

Keberadaan *website* desa wisata ini juga dapat meningkatkan pelayanan yang dilakukan oleh pengelola objek wisata dalam layanan pengelolaan informasi dan administrasi data dan dokumen seputar kondisi lingkungan sosial masyarakat desa dan potensi wisata desa, layanan pengaduan wisatawan atau masyarakat yang tersedia pada *dashboard website* objek wisata. Kegunaan dari hadirnya *website* objek ini berguna sebagai alat komunikasi dua arah untuk dapat menampung keluhan, aspirasi dari wisatawan atau masyarakat lokal. Salah satu bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh pemerintahan kelurahan adalah menerima dan merespon laporan atau keluhan masyarakat (M. Afdal Tahir, 2022). Dengan demikian, keberadaan manfaat dari kegunaan *website* objek wisata ini menjadi salah satu upaya dalam pendekatan antara pengelola objek wisata dengan pihak luar dari mereka.

2. Pelatihan

Lokasi pelatihan dilaksanakan di Aula Balai Desa Tanjungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis, dengan menggunakan materi pelatihan sesuai dengan modul yang sudah direncanakan. Adapun kegiatan pelatihan ini diuraikan sebagai berikut:

a. Entrepreneurship

Entrepreneurship merupakan suatu proses penerapan inovasi kewirausahaan dalam menciptakan kreativitas dalam kegiatan yang memiliki nilai-nilai yang berbeda dalam mengasah kemampuan menghadapi tantangan hidup dengan melihat peluang serta risiko dalam mencapai suatu keuntungan dan perubahan. Dalam sektor pariwisata,

entrepreneurship menjadi suatu proses di mana seseorang dalam suatu organisasi dapat menghasilkan upaya dalam mengorganisir sarana dan prasarana destinasi wisata dalam mencari dan menciptakan peluang suatu nilai objek wisata yang dapat tumbuh dan berkembang kepada seluruh masyarakat secara luas dengan tetap menyesuaikan banyaknya perkembangan zaman di era globalisasi. Dengan demikian, peran *entrepreneurship* ialah menjadi pondasi pengelolaan destinasi wisata yang dapat menghasilkan inovasi dan keunikan pada objek wisata.

Adapun tujuan dari *entrepreneurship* berfokus dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat dalam menurunkan angka kemiskinan suatu masyarakat. Melalui *entrepreneurship* dorongan yang diberikan kepada masyarakat dapat menumbuhkan semangat mereka dalam menyokong perekonomian masyarakat melalui munculnya usaha-usaha kecil ibu rumah tangga, para karang tarna, dan masyarakat lokal secara menyeluruh yang berguna dalam memenuhi kebutuhan ekonomi mereka. Dengan memberdayakan para karang taruna dan ibu rumah tangga, maka dengan pelatihan ini bukan tidak mungkin akan tercipta sumber-sumber ekonomi baru yang sangat menguntungkan (Achmad Hanafi Setiawan, 2024). Selain itu, tujuan dari entrepreneurship ialah dapat memberikan pengaruh positif kepada masyarakat dalam menumbuhkan semangat berinovasi guna masyarakat dapat berimprovisasi dalam usaha yang ditekuni dalam dan penyesuaian dan perkembangan zaman yang terus-menerus berjalan.

Entrepreneurship dalam sektor pariwisata yang dikembangkan pada objek wisata di Desa Tanjungsari dapat memberikan manfaat-manfaat dalam keberlangsungan objek wisata dalam memberikan peluang untuk melakukan suatu perubahan dalam menganalisa peluang untuk dapat melakukan perubahan penting dalam kepedulian lembaga terhadap masalah-masalah sosial yang dapat muncul serta kesiapan lembaga dalam mencapai *goals* (pencapaian) objek wisata. Selanjutnya, dalam manfaat yang dihasilkan *entrepreneurship* pada sektor pariwisata ialah dapat memberikan peluang dalam mencapai potensi objek wisata lainnya yang dapat dikelola oleh lembaga. Hal tersebut juga berkaitan dengan manfaat entrepreneurship terhadap peran dalam mendapatkan pengakuan atas destinasi wisata yang telah dibangun yang dapat tercerminkan kepada wisatawan dalam membentuk kepercayaan mereka yang kemudian dapat diterima oleh para wisatawan yang telah menerima pelayanan pada objek wisata. Peran penting yang dimainkan cukup besar dalam hal ini cukup besar dalam lingkungan masyarakat penduduk objek wisata.

3. Pendampingan

a. Manajemen Transportasi Objek Wisata

Kegiatan pariwisata merupakan suatu perjalanan wisatawan guna bertujuan untuk mendapatkan kesenangan serta hiburan yang sederhana. Dalam pengembangan destinasi objek wisata, pengelola wisata perlu menrencanakan pengoperasian layanan berkualitas yang diberikan kepada wisatawan dalam kegiatan berwisata. Transportasi merupakan suatu hal penting, khususnya dalam aspek pengelolaan objek wisata. Permasalahan yang sering ditemukan dalam praktis transportasi wisata terletak pada ketidakseimbangan antara kebutuhan sarana, prasarana, fasilitas transportasi, serta perkembangan kunjungan wisatawan yang tersentral pada potensi wisata tertentu. Oleh karena itu, dengan adanya pengembangan pariwisata masyarakat dapat membuka peluang usaha yang meningkatkan kesejahteraan (Data Wardana, 2020).

Sektor transportasi merupakan salah satu sektor yang sangat penting dan strategis dalam konteks pembangunan di suatu daerah. Pengembangan sektor transportasi

dimaksudkan untuk menggerakkan berbagai potensi daerah dalam hal ini bidang pariwisata. Transportasi menjadi suatu hal penting yang mendasar dalam kebutuhan perkembangan dan peningkatan terhadap destinasi objek wisata. Pelayanan transportasi pariwisata diperlukan suatu sistem dalam mempermudah akses kunjungan wisatawan. Dengan demikian, transportasi wisatawan pada objek wisata merupakan hal yang akan menciptakan keterikatan dalam prinsip layanan kualitas transportasi pariwisata humanis.

Adapun manfaat dalam mengelola transportasi wisata ialah sebagai berikut:

1. Manfaat ekonomi

Kegiatan-kegiatan industri pariwisata diarahkan atau ditujukan terhadap pemerataan kemakmuran. Dalam kegiatan kepariwisataan, pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat mengakses sumber daya alam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan kebutuhan dasar masyarakat lokal. Kebutuhan dasar bagi para wisatawan maupun masyarakat lokal diantaranya ialah; pangan, tempat istirahat, tempat hiburan dan kebutuhan lainnya dalam kegiatan pariwisata. Dalam hal ini, pengadaan distribusi kebutuhan dalam pariwisata dapat memicu pertumbuhan perkenomian.

2. Manfaat sosial

Aspek-aspek sosial meliputi aspek kebudayaan, pendidikan, kesehatan dan rekreasi (wisata) menjadi suatu kegiatan yang dapat terjadi dalam berwisata. Adanya kegiatan transportasi objek wisata maka dapat menjalin suatu kegiatan sosial dalam kehidupan kemasyarakatan.

Dengan demikian, transportasi objek wisata dapat memberikan produk pelayanan dalam bentuk jasa transportasi kepada wisatawan. Kemajuan pariwisata memberikan kekuatan transportasi wisata untuk dapat memberikan pelayanan terbaik dalam jasa transportasi kepada para wisatawan untuk menarik minat mereka agar dapat mengunjungi objek wisata berkali-kali.

4. Monitoring dan Evaluasi

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi dilakukan oleh Tim PKM terhadap para peserta pada pelaksanaan pelatihan. Peserta yang hadir dan ikut dalam kegiatan ini meliputi tim pengelola objek wisata, tokoh masyarakat dan seperangkat aparat Desa Tanjungsari. Semua peserta mengikuti kegiatan ini sampai selesai. Hasil penilaian para peserta dalam hasil diskusi/tanya jawab ini, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan peserta sudah dapat memahami pelatihan ini dengan baik.

5. Kendala yang Dihadapi

Pelaksanaan pelatihan digitalisasi objek wisata berbasis *smart tourism* tersebut, ternyata masih ditemukan sebagian peserta pelatihan yang belum mengetahui tentang pengetahuan digitalisasi tata kelola manajemen objek wisata. Sehingga masih terdapat beberapa kendala yang perlu dihadapi dan diatasi bagi peserta (pengelola objek wisata serta masyarakat lokal) dalam memahami refleksi dari pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan berbasis *smart tourism* guna mereka dapat memahami secara utuh tentang bagaimana penggunaan dan pengelolaan manajemen objek wisata dalam mendukung kemajuan teknologi untuk dapat menggunakan *webstite* objek wisata sebagai salah satu upaya penyesuaian masyarakat, khususnya pengelola objek wisata dalam pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan berbasis *smart tourism*. Adapun kendala yang dialami oleh pengelola objek wisata dan masyarakat lokal ialah sebagai berikut:

1. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pengelola objek wisata menjadi salah satu bentuk kendala yang terjadi dalam tata kelola dan digitalisasi wisata berbasis *smart tourism*. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan para pengelola objek wisata belum mampu untuk menghadapi berbagai jenis permasalahan yang kompleks terhadap kegiatan pariwisata yang terjadi. Pengelolaan manajemen objek wisata pun menjadi salah satu bentuk dari kurangnya pengetahuan dan keterampilan pengelola objek wisata untuk dapat berupaya menghadapi berbagai jenis permasalahan yang terjadi dalam dunia destinasi objek wisata.
2. Pemasaran dan promosi pariwisata berbasis *smart tourism* masih menjadi hal yang perlu dikembangkan. Pengelola objek wisata perlu mengembangkan kembali inovasi dan kreativitas yang terbaru guna dapat mempromosikan potensi dengan melalui berbagai jenis *platform* media sosial seperti penggunaan *website* dalam rangka mendukung kemajuan zaman pada masa digital.
3. Salah satu tantangan pengembangan objek wisata berupa keterbatasan kemampuan ekonomi dan literasi keuangan, yang akhirnya berimplikasi kepada akses finansial dan infrastruktur digital. Tantangan ini harus dijawab melalui pemberdayaan ekonomi. Selain itu, perlu peningkatan kapasitas, produktivitas, literasi, dan pengelolaan keuangan melalui sosialisasi dan edukasi yang didukung dengan inovasi dan digitalisasi proses bisnis. Dengan demikian, masyarakat desa dapat lebih berdaya dan kompetitif.
4. Diperlukannya pembentukan harmonisasi kebijakan, antara lain melalui dukungan pemerintah daerah dan pusat dalam memberi peluang kepada masyarakat di desa terhadap akses finansial untuk membangun desa mereka.
5. Munculnya hubungan masyarakat lokal yang belum dapat bersikap terbuka terhadap kegiatan wisatawan yang menjalani kegiatan wisata (*trekking*). Oleh karena itu, dalam hal ini, masih diperlukannya adaptasi antara wisatawan dan pengelola objek wisata yang mengantar wisatawan dalam kegiatan *trekking*. Masyarakat lokal harus terbiasa dengan apa yang terjadi bila wisatawan memotret padi di sawah, masuk ke rumah penduduk, melihat atau masuk ke sekolah dasar, dan sekedar membeli air mineral di warung-warung penduduk. Namun secara jelas aktivitas masyarakat lokal belum dapat dinikmati oleh wisatawan, dan aktivitas ekonomi belum mengarah kepada komodifikasi terhadap pariwisata karena mereka melakukan aktivitas semata-mata. Sesungguhnya segala aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal memiliki makna ekonomi yaitu untuk menghasilkan barang atau jasa yang dapat diperjual belikan dan sebagian untuk dikonsumsi.

Sebagai saran yang akan diusulkan kepada pengelola objek wisata di Desa Tanjungsari ini yaitu, berupa pendampingan untuk kegiatan lain dengan melibatkan banyak pihak dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan pengelola dan masyarakat lokal. Pendampingan ini juga perlu melibatkan motivasi partisipasi masyarakat untuk dapat mendukung kegiatan pariwisata. Dengan demikian, kegiatan PKM ini sangat membantu mitra terutama bagi tim pengelola objek wisata berserta perangkat aparat desa di Desa Tanjungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis dalam meningkatkan ilmu pengetahuan serta terjalinnya hubungan silaturahmi antara tim pengabdian dan perangkat desa tersebut.

KESIMPULAN

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Tanjungsari telah menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Melalui pelatihan, pemberdayaan, dan pembangunan infrastruktur, masyarakat berhasil mengaktifkan potensi wisata lokal yang sebelumnya tidak tergarap. Keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program telah memperkuat rasa kepemilikan mereka terhadap destinasi wisata, menjamin keberlanjutan pengelolaan, dan meningkatkan kenyamanan wisatawan. Peningkatan infrastruktur seperti jalan akses dan fasilitas sanitasi telah menarik lebih banyak wisatawan, sementara pengembangan website mempermudah akses informasi bagi calon pengunjung global.

Hasilnya mencakup peningkatan pendapatan masyarakat, pembukaan lapangan kerja, pelestarian budaya, dan kesejahteraan yang lebih baik. Meski kemajuan signifikan telah dicapai, tantangan seperti persaingan pariwisata dan perubahan iklim tetap ada. Untuk mengatasi tantangan ini dan mencapai keberhasilan lebih besar, perlu dilakukan penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas SDM, diversifikasi produk wisata, kerjasama dengan pemerintah dan swasta, serta pemantauan dan evaluasi berkala. Dengan perencanaan matang dan dukungan berbagai pihak, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Tanjungsari dapat terus mengoptimalkan potensi lokal untuk kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kemendikbudristek atas dukungan pendanaan yang telah diberikan untuk kegiatan pelatihan tata kelola dan digitalisasi objek wisata rintisan berbasis *Smart Tourism* di Desa Tanjungsari. Dan mengucapkan terimakasih juga kepada masyarakat, kelompok sadar wisata dan pihak Pemerintah Desa Tanjungsari Kecamatan Sadananya Kabupaten Ciamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Hanafi Setiawan, R. M. (2024). Evaluasi Hasil Pelatihan Produksi Sabun Pencuci Piring Di Kampung Kadikaran Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 358-367.
- Ainun Mardiah, R. R. (2021). Pelatihan Pembuatan Sabun Cair Sebagai Peluang Wirausaha Rumah Tangga di Kota Pekanbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1211-1218.
- Alliya Safitri, S. I. (2021). Tata Kelola Pengembangan Pariwisata: Sebuah Kajian Pustaka Terstruktur. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 166-175.
- Candra Pomantow, F. M. (2022). Analisis Perilaku Wisatawan Dalam Memilih Objek Wisata Di Kota Manado. *Humanlight Journal of Psychology*, 102-113.
- Christian Harazaki Mendrofa, D. S. (2019). Tantangan Dan Peluang Pariwisata Cerdas: Akomodasi Ekonomi Berbagi. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 42-45.
- Data Wardana, Z. A. (2020). Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Teluk Jering Di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 211-2019.

- Eka Widya Ningrum, D. D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan Dalam Menjaga Lingkungan Objek Wisata (Studi Kasus: Candi Gedong Songo). *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*, 78-89.
- Fauziah Hanum, D. S. (2020). Konsep Smart Tourism Sebagai Implementasi Digitalisasi Di Bidang Pariwisata. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 14-17.
- Hendi Prasetyo, M. B. (2022). Urgensi Implementasi Smart Tourism untuk Kemajuan Pariwisata Indonesia. *Journal Of Tourism And Economic*, 147-160.
- Ignatius Adiwidjaja, M. Y. (2023). Pengembangan Objek Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Pembangunan Kabupaten Malang. *Reformasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 204-2013.
- M. Afdal Tahir, A. M. (2022). Pengembangan Dan Pelatihan Penggunaan Sistem Pelaporan Masyarakat Berbasis Online Di Kelurahan Lemba Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *ABDIMAS UNIPOL: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11-14.
- Misran Rahman, Y. N. (2022). Pemberdayaan Dan Tata Kelola Destinasi Pariwisata Desa Pentadu Timur Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 1280-1296.
- Risma Yulawati, I. I. (2023). Peran Pemerintah Dalam Mewujudkan Potensi Pengembangan Digitalisasi Di Desa Tertinggal Menurut Perspektif Fiqh Siyasah. *Jurnal EDUCATIO (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 205-211.