

Penguatan Kapasitas SDM melalui Sadar Wisata 5.0 dalam Menciptakan Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan

Strengthening Hr Capacity Through Tourism Awareness (5.0) In Creating Sustainable Tourism Management

^{1*)}Agung Sulisty, ²⁾Tri Eko Yudiandri, ³⁾Fitri Dwi Kusumawati

^{1,2)}Prodi Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta,
Jl. Ringroad Timur No.52, Banguntapan, Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55198, Indonesia

³⁾Prodi Pengelolaan Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta,
Jl. Laksda Adisucipto No.km 6, Nologaten, Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, Indonesia

*corresponding authors: agungsulisty@stipram.ac.id

DOI:

[10.30595/jppm.v8i2.21127](https://doi.org/10.30595/jppm.v8i2.21127)

Histori Artikel:

Diajukan:
02/02/2024

Diterima:
30/07/2024

Diterbitkan:
15/08/2024

Abstrak

Beberapa POKDARWIS memiliki permasalahan dalam peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM. Keadaan tersebut memberikan dampak terhadap pengelolaan dan perkembangan desa atau kampung wisata. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memperkuat kualitas dan kapasitas SDM melalui program sadar wisata 5.0 yang digaungkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Beberapa agenda kegiatan yang dilakukan berfokus pada: 1) pendampingan dan penguatan SDM POKDARWIS, 2) penguatan konten digital marketing, 3) memperkuat pemahaman generasi muda terhadap perkembangan pariwisata dan 4) memperkuat kerjasama dengan lembaga pendukung pariwisata. Kegiatan ini diikuti 30 peserta kegiatan yang berasal dari berbagai elemen masyarakat di kampung wisata Purbayan. Kegiatan ini berupaya meningkatkan kapasitas serta keterampilan SDM sebagai upaya menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Hasil evaluasi menunjukkan, sebanyak 27 peserta (90%) telah memahami pentingnya kerjasama antar SDM serta mampu meningkatkan kapasitas dan keterampilan SDM. Lebih lanjut, kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif terhadap pengelolaan kampung wisata Purbayan yang berkelanjutan. Penguatan kerjasama dengan berbagai pihak, mampu tertuang dalam nota kesepahaman yang menjadi langkah awal kerjasama di periode berikutnya.

Kata kunci: Kampung Wisata; Pariwisata berkelanjutan; Penguatan SDM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

Several POKDARWIS have problems in increasing HR capacity and skills. This situation impacts the management and development of villages or tourist villages. This community service program aims to strengthen the quality and power of human resources through the Tourism Awareness 5.0 program initiated by the Ministry

of Tourism and Creative Economy of the Republic of Indonesia. Some of the activity agendas focused on: 1) Mentoring and strengthening POKDARWIS human resources, 2) Supporting digital marketing content, 3) Strengthening the younger generation's understanding of tourism development, and 4) Strengthening collaboration with tourism-supporting institutions. This activity was attended by 30 participants from various elements of society in the Purbayan tourist village. This activity seeks to increase the capacity and skills of human resources to create sustainable tourism management. The evaluation results showed that as many as 27 participants (90%) understood the importance of collaboration between human resources and were able to increase the capacity and skills of human resources. Furthermore, this service activity can positively impact the sustainable management of the Purbayan tourist village. Strengthening cooperation with various parties can be stated in a memorandum of understanding, which will be the first step in partnership in the next period.

Keywords: Sustainable Marketing; Tourist Village; Strengthening Human Resource

Pendahuluan

Program kampanye sadar wisata 5.0 merupakan kebijakan Pemerintah sebagai upaya menciptakan pariwisata berkelanjutan (Sulistyo, Yudiandri, et al., 2023). Sebagai instrument baru dalam sektor pariwisata, keberadaan desa dan kampung wisata perlu mendapat perhatian. Perubahan pengelolaan dan perilaku wisatawan menuju pariwisata hijau, menjadi peluang yang harus diambil (OECD, 2022). Perubahan tersebut direspon oleh pemerintah melalui berbagai kebijakan yang dimunculkan. Kegiatan pelatihan, pendampingan hingga stimulus menjadi upaya nyata dalam rangka pengembangan potensi pariwisata di daerah (Hermawan et al., 2023; Sulistyo, Fatmawati, et al., 2022; Sulistyo, Nurhaji, et al., 2023).

Lebih lanjut, klasifikasi serta pengelompokan desa dan kampung wisata menjadi salah satu upaya lain sebagai bentuk motivasi. Level kampung atau desa wisata seperti: mandiri, berkembang, maju, serta rintisan merupakan bukti capaian desa wisata (Muhammad et al., 2020). Pengelolaan yang dilakukan kelompok sadar wisata (POKDARWIS) diharapkan menjadi lokomotif penggerak. Namun demikian, fakta di lapangan

menunjukkan kendala yang dialami POKDARWIS dalam memfasilitasi kebutuhan masyarakat (Maulana & Pratama, 2021). Hambatan lain yang muncul adalah komunikasi yang tidak lancar dalam penyamaan pemikiran hingga minimnya kapasitas dan kualitas SDM (Sulistyo, Yudiandri, et al., 2023). Beberapa penelitian menjelaskan jika pengembangan pariwisata dan berbagai potensi yang ada memerlukan kolaborasi berbagai pihak (Adi & Heripracoyo, 2018; Cartwright et al., 2021; Sulistyo, Yudiandri, Ernawati, et al., 2022).

Kemampuan dan keterampilan SDM yang belum maksimal juga dialami oleh POKDARWIS kampung wisata Purbayan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai kelompok yang peduli terhadap perkembangan pariwisata, POKDARWIS perlu mendapat pendampingan. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan antara lain: 1) penyamaan persepsi masyarakat dan pengelolaan pariwisata 2) penyusunan konten *digital marketing*, 3) pemahaman generasi muda terhadap perkembangan pariwisata dan 4) kerjasama dengan lembaga pendukung pariwisata. Permasalahan tersebut menjadi penting untuk diselesaikan

sebagai dasar menciptakan pengelolaan berkelanjutan.

Sebagai langkah penguatan SDM, POKDARWIS perlu ditunjang dengan beberapa aspek penting, seperti: nilai yang ditawarkan (Sulistyo, Yudiandri, Laksono, et al., 2022), kepercayaan terhadap pengelola (Alves et al., 2019), gagasan yang muncul (Adamus-matuszyńska et al., 2021), visi misi pengelolaan (B. Walker et al., 2021), serta strategi yang digunakan (Yudiandri & Sulisty, 2022). Lebih lanjut, upaya pengembangan POKDARWIS perlu memperhatikan beberapa aspek, seperti: struktur organisasi, agenda kegiatan, serta tujuan yang ingin dicapai (Miranda & Miranda, 2018; Sulisty, Suhartapa, et al., 2022). Peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM perlu dimiliki oleh pengelola serta POKDARWIS. Kondisi tersebut secara langsung menjadi nilai penting dalam pengembangan pariwisata. Melalui riset yang dilakukan, pengelolaan yang memiliki kapasitas SDM merupakan kunci keberhasilan pengelolaan pariwisata (Hermawati, 2020; Mowforth & Munt, 2015; Sulisty, Fatmawati, et al., 2022).

POKDARWIS sebagai salah satu mitra Pemerintah Desa dan kelompok masyarakat perlu diperkuat. Kebijakan serta program peningkatan kapasitas SDM perlu dimunculkan sebagai salah satu upaya nyata. Berbagai perhatian akan memudahkan POKDARWIS dalam menyusun strategi serta menawarkan daya tarik yang dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, SDM didalam POKDARWIS akan fokus memperkuat keterampilan dan pengetahuan. Implementasi program sadar wisata, menempatkan POKDARWIS menjadi pihak yang memiliki peranan penting. Kelompok ini dibentuk sebagai penggerak serta kolaborator antara masyarakat dengan pihak lain. Berbagai

hambatan serta permasalahan SDM yang muncul perlu diselesaikan. Penguatan kapasitas SDM akan meningkatkan keberhasilan dalam upaya pengelolaan pariwisata berkelanjutan (Hermawati, 2020).

Pentingnya penguatan SDM dalam pengelolaan organisasi muncul dalam beberapa hasil penelitian (Bharath & Sreedevi, 2020; Salindri et al., 2022). Namun demikian, kondisi di lapangan menjelaskan sebaliknya. Kenyataan tersebut tentu saja berpotensi menghambat upaya memperkuat kapasitas dan keterampilan SDM. Berbagai elemen memiliki ide pengembangan desa ataupun kampung wisata, namun belum menerapkannya secara bersama-sama. Membangun kerjasama kemitraan dengan berbagai pihak perlu terus diupayakan. Program sadar wisata yang digaungkan oleh Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata melalui Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) dapat dijadikan salah satu solusi. Kegiatan tersebut disusun secara terstruktur untuk menyelesaikan celah permasalahan. Kegiatan ini berfokus pada penguatan masyarakat serta SDM yang berada pada naungan POKDARWIS. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat kualitas dan keterampilan SDM dalam menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

Metode

Sebagai salah satu wilayah binaan KEMENPAREKRAF, kampung wisata Purbayan menjadi sasaran program sadar wisata 5.0. Beberapa pihak yang terlibat dalam kegiatan ini diantaranya: Pemerintah Desa, lembaga masyarakat, POKDARWIS, kelompok masyarakat,

akademisi hingga beberapa industri pendukung pariwisata (ASITA, HOTEL). Total peserta yang terlibat dalam kegiatan ini berjumlah 30 orang. Beberapa kegiatan

yang dilakukan melalui pendampingan kampung wisata Purbayan, tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 1. Metode Pendampingan Kampung Wisata Purbayan

No	Metode dan Uraian kegiatan	Lama kegiatan
1	Sosialisasi melalui paparan rencana pendampingan. Kemudian dilanjut diskusi dengan Pemerintah Desa, POKDARWIS serta beberapa kelompok Masyarakat. Upaya ini dilakukan sebagai Langkah awal dalam menyamakan pemikiran dan pemahaman tentang pengembangan pariwisata di kampung wisata Purbayan.	1 hari
2	FGD dengan tim <i>digital marketing</i> kampung wisata Purbayan. Upaya ini dilakukan sebagai langkah untuk melihat sejauh mana implementasi dan strategi <i>digital marketing</i> yang telah dilakukan.	1 hari
3	FGD dengan kelompok pemuda sebagai <i>Gen-Z support</i> . Upaya ini dilakukan untuk mendengar harapan dari kelompok pemuda sebagai upaya penyamaan persepsi terhadap pengelolaan dan pengembangan kampung wisata Purbayan.	1 hari
4	FGD dengan beberapa perwakilan industri pendukung pariwisata. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat sudut pandang pelaku industri terhadap pengembangan kampung wisata Purbayan, termasuk penyusunan paket wisata yang menarik.	1 hari
5	Evaluasi hasil kegiatan pendampingan serta pemaparan saran yang dapat digunakan dalam pengelolaan kampung wisata Purbayan berikutnya.	1 hari

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program sadar wisata berupaya memperkuat kapasitas dan keterampilan SDM POKDARWIS. Berbagai pendampingan komprehensif perlu dilakukan sebagai implementasi keilmuan yang dimiliki. Berdasarkan permasalahan yang ada, kegiatan pendampingan menggunakan metode *focus group discussion*, pengamatan lapangan, evaluasi kegiatan hingga berbagai kegiatan lain yang berkaitan dengan penguatan kapasitas SDM. Kegiatan pendampingan ini dilakukan selama lima hari, dimulai tanggal 10 juli 2023 hingga 14 juli 2023.

Pada tahap awal, kegiatan sosialisasi kampanye sadar wisata

dilakukan untuk membangkitkan semangat serta pemahaman seluruh pihak terkait pengelolaan pariwisata. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan *focus group discussion* (FGD) untuk mengetahui persepsi seluruh elemen agar lebih jelas dan objektif. Berbagai kegiatan yang dilakukan melalui forum FGD menjadi sarana dalam menyuarakan aspirasi dan penyamaan persepsi dalam mendukung pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Pada setiap pelaksanaan kegiatan, pengamatan di lapangan juga dilakukan untuk menyamakan ide dan strategi dengan fakta di lapangan. Tahap evaluasi dilakukan disela-sela kegiatan serta dibagian akhir kegiatan. Evaluasi melalui diskusi dan mendengar kesamaan persepsi

serta pengisian lembar *pos-test* oleh peserta kegiatan. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman peserta kegiatan tentang pentingnya penguatan kapasitas dan keterampilan SDM POKDARWIS.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kegiatan pendampingan yang telah dilaksanakan, diperoleh berbagai hasil sebagai berikut:

1. Rencana kegiatan dan FGD dengan masyarakat serta pengelola POKDARWIS.

Kegiatan pendampingan dalam pengabdian masyarakat ini merupakan penerapan program sadar wisata

KEMENPAREKRAF. Hasil analisa lapangan pada tahap awal ditemukan beberapa masalah yang memerlukan upaya penyelesaian, antara lain:

- Kesamaan persepsi masyarakat dan pengelolaan pariwisata.
- Penyusunan konten *digital marketing*.
- Pemahaman generasi muda terhadap perkembangan pariwisata.
- Kerjasama dengan industri pendukung pariwisata.

Lebih lanjut, rencana kerja pendampingan kampung wisata Purbayan dapat dilihat melalui gambar berikut:

FGD dengan pimpinan wilayah: Melakukan pengenalan dan paparan rencana program pendampingan dengan Kepala Desa (Kalurahan).	FGD dengan kelompok masyarakat: - Berdiskusi dengan POKDARWIS. - Berdiskusi dengan LPMK Purbayan. - Berdiskusi dengan pemuda (karang taruna) - Berdiskusi dengan pelaku usaha pendukung pariwisata.	Fokus implementasi kegiatan pendampingan: - Penyamaan persepsi. - Penyusunan paket wisata. - Komunikasi efektif lembaga masyarakat. - Efektivitas pemasaran dan promosi melalui event.
Observasi kampung wisata: - Daya tarik. - Paket wisata. - Implementasi digital marketing. <i>Re-branding</i> kampung wisata.	Implementasi Kerjasama dengan pihak eksternal: - Instansi Pemerintah - Industri hotel - Industri perjalanan wisata. - Perguruan Tinggi	Upaya berjenjang pasca pendampingan: - Komunikasi intensif - Motivasi POKDARWIS. - Motivasi Pelaku UMKM. - Analisa kepuasan. - Analisa pengelolaan.

Gambar 1. Rencana kerja pendampingan kampung wisata Purbayan

Berdasarkan observasi dan pemetaan awal, ditemukan beberapa permasalahan yang perlu diselesaikan dalam lima hari kegiatan. Kegiatan diskusi (FGD) dengan pimpinan desa (Kalurahan) menghasilkan kesepakatan dan kesepahaman dalam upaya pengelolaan pariwisata melalui POKDARWIS. Kelompok tersebut perlu

diperkuat dengan keberadaan SDM yang mumpuni. Pihak Kalurahan akan merancang program penguatan kapasitas SDM serta membangun kerjasama berkelanjutan dengan pihak eksternal. Pihak pemangku wilayah menyadari jika pemberdayaan kelompok masyarakat tidak dapat dilakukan sendiri, oleh sebab itu

keterbukaan dalam membangun kerjasama dengan pihak lain akan dilakukan.

Pihak desa (Kalurahan) memiliki peranan penting dalam menghasilkan kebijakan sebagai upaya memperkuat pengelolaan pariwisata. Legalitas diperlukan sebagai dasar legalitas pengelolaan (Ahmet Ertek, 2021; Riyanto et al., 2019). Implementasi berikutnya menjadikan kelompok masyarakat menjadi pihak yang perlu didengar aspirasinya. Kondisi tersebut sebagai upaya mempertimbangkan perkembangan situasi di masyarakat. Lebih lanjut, kerjasama dengan berbagai pihak perlu dilakukan sebagai upaya menciptakan pariwisata berkelanjutan.

2. FGD dengan tim *digital marketing* kampung wisata Purbayan.

Teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja layanan (Hofacker et al., 2020) dan mendapatkan konsumen baru (Foroudi et al., 2017). Melalui teknologi, kelengkapan informasi tentang produk dan layanan berkualitas dapat diberikan (Alzougool, 2019; Bondra & Davis, 1996). Kinerja teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, terlihat dalam beberapa kriteria, seperti peralatan digital yang dipakai dan tujuan yang akan diraih (Arrigo, 2018; Bondra & Davis, 1996). Penentuan peralatan digital yang tepat, mampu menghasilkan berbagai keuntungan salah satunya adalah memperluas pasar (El-Gohary & Eid, 2012), meningkatkan aset, laba serta kepuasan pelanggan (Hennig-Thurau et al., 2010). Penggunaan teknologi dalam organisasi merupakan kegiatan inovatif yang terus

dikembangkan (Rogers, 1983). Melihat peran penting teknologi dalam pemasaran pariwisata berbasis digital, tidak semua pengelola desa wisata mampu menentukan dan menerapkan teknologi digital.

Beberapa permasalahan yang muncul, diantaranya belum menerapkan teknologi secara menyeluruh, serta pemilihan dan penggunaan alat pemasaran digital yang kurang tepat (Nofal et al., 2020). Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan permasalahan lain dalam pemasaran berbasis digital diantaranya kemampuan sumber daya manusia dalam penggunaan teknologi digital serta kemampuan membuat konten pemasaran yang menarik. Munculnya teknologi digital, diharapkan mampu menjadi salah satu penggerak utama pemasaran pariwisata (Li et al., 2021; Zhang et al., 2020). Pemasaran berbasis digital memberikan kemudahan bagi organisasi untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, melalui saluran komunikasi pemasaran terintegrasi, atraktif, dalam, serta terarah (Hofacker et al., 2020). Pemasaran digital tidak menjadikan pelanggan sebagai target pasif saja, namun menjadi kontributor komunikasi dua arah (Karjaluo et al., 2015; Wertime & Fenwick, 2008).

Hasil penelitian mengemukakan jika pemasaran digital mampu meningkatkan efisiensi komunikasi, mendorong interaksi pelanggan (Ritz et al., 2019), membangun merek serta prospek penjualan (Na & Kim, 2019). Mengembangkan citra produk dibenak konsumen dapat dilakukan melalui konten virtual (Cheong, 1995) sehingga organisasi akan mendapatkan perhatian pelanggan (Hermann & Bossle, 2020;

Mathew & Soliman, 2021; Salminen et al., 2019). Konten *digital marketing* dapat berupa kata, gambar ataupun grafik gerak yang dapat menarik perhatian konsumen (Holliman & Rowley, 2014; Mathew & Soliman, 2021). Penelitian lain menjelaskan bahwa konten yang menarik menyebabkan pengguna memilih portal digital sebagai komponen kunci dalam membaca, mempelajari, dan mendapatkan pengalaman yang berkesan (Babin & Hulland, 2019).

Kegiatan PGD dengan tim pengelola *digital marketing* kampung wisata Purbayan, difokuskan pada penyusunan narasi berita (*copy writing*). Pengelola mengalami kesulitan dalam pembuatan konten serta penyusunan naskah artikel berita yang akan dimunculkan pada portal media sosial yang dimiliki. Sebagai salah satu upaya penyebaran informasi, penyusunan *copy writing* menjadi penting untuk dipahami. Kegiatan pendampingan menghadirkan pihak eksternal untuk memberikan pemahaman terkait hal tersebut. Program studi ilmu komunikasi Universitas Aisyiyah digandeng untuk melakukan *review* dan evaluasi terkait pengelolaan *digital marketing*. Berbagai masukan diberikan kepada POKDARWIS dalam membuat narasi pemberitaan yang baik dan menarik. Lebih lanjut, kegiatan pendampingan ini menjadi jembatan bagi POKDARWIS dan Perguruan Tinggi untuk menjalin kerjasama yang ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman.



Gambar 2. Kerjasama peningkatan keterampilan SDM

3. FGD dengan pemuda

Peranan pemuda perlu dilibatkan dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berkaitan dengan kreativitas anak muda sebagai sumber daya utama. Perkembangan di lapangan menjelaskan jika pemuda perlu diberikan pemahaman tentang pariwisata berkelanjutan yang mampu memberikan dampak positif bagi elemen masyarakat. Situasi tersebut menjadi salah satu permasalahan dalam pengelolaan pariwisata di kampung wisata Purbayan. Pemuda dan POKDARWIS memiliki keinginan menciptakan pariwisata berkelanjutan. Namun demikian, beberapa pihak tersebut belum memiliki persepsi dan pemahaman yang sama tentang pengelolaan.



Gambar 3. Pemberdayaan pemuda dalam pengelolaan pariwisata

Melalui kegiatan diskusi, POKDARWIS dan para pemuda

diberikan penjelasan tentang kelembagaan dan pengelolaan melalui kontribusi masyarakat. Pariwisata berkelanjutan menegaskan pentingnya pengelolaan mempertimbangkan peran generasi berikutnya (Asmelash & Kumar, 2019). Pemuda dan POKDARWIS perlu duduk bersama dalam mencapai kesepahaman. Peran pemuda dibutuhkan dalam beberapa implementasi strategi yang digunakan. Kreativitas serta inovasi yang dimiliki oleh pemuda, perlu dikombinasikan dengan ide serta pengalaman yang dimiliki personel POKDARWIS lainnya. Melalui FGD disepakati jika perlunya memberikan kesempatan bagi pemuda untuk mencurahkan ide serta mengambil peran pada kegiatan pengelolaan pariwisata.

4. FGD dengan pelaku industri pendukung pariwisata.

Pariwisata memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat (Fafurida & Mulyaningsih, 2023). Salah satu dampaknya adalah dengan munculnya industri pendukung pariwisata. Kondisi tersebut secara tidak langsung memberikan keuntungan bagi perputaran ekonomi di wilayah tersebut. Wisatawan tidak hanya ingin menikmati daya tarik saja, namun juga hal lain yang dapat menunjang kegiatan tersebut. Beberapa aktivitas ekonomi ataupun industri yang muncul akibat perkembangan pariwisata antara lain: penginapan, transportasi, kuliner, souvenir, biro perjalanan, serta beberapa industri lainnya. Melihat hubungan tersebut, kerjasama antara sektor pariwisata dan industri pendukung pariwisata perlu diperkuat.

Melalui FGD ditemukan beberapa permasalahan yang muncul. Industri perhotelan dan bisnis perjalanan wisata belum sepenuhnya bersinggungan dengan keberadaan kampung wisata Purbayan. Kerjasama dengan Perguruan Tinggi perlu diperkuat dan diperluas. Kegiatan pendampingan yang dilakukan diharapkan mampu menutup celah tersebut. Menghadirkan beberapa perwakilan dari industri serta Perguruan Tinggi menjadi langkah yang direalisasikan. Pelaku industri dibidang perhotelan serta biro perjalanan wisata memberikan masukan terkait penyusunan paket wisata yang memiliki nilai jual. Pengelola POKDARWIS perlu mempertimbangkan *value* yang akan diperoleh wisatawan ketika melakukan kunjungan di kampung wisata Purbayan. Dengan demikian, paket wisata yang ditawarkan menjadi nilai lebih dan menarik bagi wisatawan.



Gambar 4. Nota kesepahaman dan kerjasama dengan industri serta Perguruan Tinggi

Kerjasama dengan Perguruan Tinggi perlu ditingkatkan oleh POKDARWIS sebagai salah satu cara menutup kekurangan SDM. Kerjasama yang dilakukan dapat berupa penelitian, pengabdian masyarakat ataupun hal lain yang berkaitan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan pendampingan ini mampu menjadi jembatan awal kerjasama dengan beberapa Perguruan Tinggi lainnya. STIPRAM Yogyakarta serta UNISA Yogyakarta menjadi beberapa kampus yang akan berkolaborasi dalam hal pengembangan SDM. Kepemanduan wisata serta penguatan komunikasi SDM menjadi prioritas yang diperkuat. Melalui kegiatan pendampingan, tertuang beberapa nota kesepahaman yang menjadi landasan awal dimulainya kerjasama diantara kedua belah pihak.

5. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan.

Proses kegiatan monitoring serta evaluasi pengabdian dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Setiap kegiatan harian yang dilakukan dievaluasi melalui diskusi. Pada tahap awal kegiatan, pengetahuan dan keterampilan tentang pentingnya SDM masih sangat minim. Sebanyak 21 peserta (70%) belum memahami pentingnya kerjasama, peningkatan kualitas dan kapasitas SDM. Namun demikian, diakhir kegiatan berubah menjadi lebih baik. Sebanyak 27 peserta kegiatan (90%) telah memahami pentingnya kerjasama antar SDM serta peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM.

Meskipun kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan,

namun komunikasi dengan POKDARWIS kampung wisata Purbaya masih dilakukan. Langkah ini sebagai cara menjaga kualitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Beberapa implementasi bukti dari kegiatan tersebut adalah banyaknya *event* promosi yang digelar, peningkatan hasil kualitas konten *digital marketing* hingga mampu menjadi salah satu juara pada kategori desa atau kampung wisata berkembang Anugrah Desa Wisata Indonesia 2023 (ADWI).

Simpulan

Evaluasi kegiatan menunjukkan sebanyak 27 peserta kegiatan (90%) telah memahami pentingnya kerjasama SDM, peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM. Kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif terhadap pengelolaan kampung wisata Purbayan. Kegiatan berikutnya yang perlu dilakukan adalah merealisasikan seluruh rencana yang telah disusun sebelumnya. Kerjasama yang dilakukan perlu dievaluasi sebagai cara peningkatan kualitas pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Lebih lanjut, aktivitas promosi pemasaran kampung wisata Purbayan perlu terus dilakukan sebagai salah satu cara *branding* sektor pariwisata.

Referensi

- Adamus-matuszyńska, A., Dzik, P., Michnik, J., & Polok, G. (2021). Visual component of destination brands as a tool for communicating sustainable tourism offers. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. Scopus. <https://doi.org/10.3390/su13020731>
- Adi, S., & Heripracoyo, S. (2018). Potential benefits and logical design of web collaboration to support tourism

- promotion and marketing at provincial level in Indonesia. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(11), 177–191.
- Ahmet Ertek, T. (2021). The geoheritage of göreme national park and the rock sites of cappadocia, Turkey. *Zeitschrift Fur Geomorphologie*, 62, 333–348.
https://doi.org/10.1127/zfg_suppl/2021/0702
- Alves, H., Campón-Cerro, A. M., & Hernández-Mogollón, J. M. (2019). Enhancing rural destinations' loyalty through relationship quality. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(2), 185–204. <https://doi.org/10.1108/SJME-09-2018-0041>
- Alzougool, B. (2019). The use and continuance use of social media applications by small and medium enterprises in Kuwait. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 68(6/7), 471–490.
<https://doi.org/10.1108/GKMC-11-2018-0094>
- Arrigo, E. (2018). Social media marketing in luxury brands: A systematic literature review and implications for management research. *Management Research Review*, 41(6), 657–679.
<https://doi.org/10.1108/MRR-04-2017-0134>
- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators. *Tourism Management*, 17, 67–83.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>
- B. Walker, T., Lee, T. J., & Li, X. (2021). Sustainable development for small island tourism: Developing slow tourism in the Caribbean. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(1), 1–15.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1842289>
- Babin, J., & Hulland, J. (2019). Exploring online consumer curation as user-generated content: A framework and agenda for future research, with implications for brand management. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 325–338.
<https://doi.org/10.1108/SJME-07-2019-0053>
- Bharath, M., & Sreedevi, V. (2020). Zoom in on the levels of employee engagement, perception, satisfaction; employee roles influenced – health care sample study. *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, 18(1), 62–75.
<https://doi.org/10.1108/XJM-07-2020-0046>
- Bondra, J. C., & Davis, T. R. V. (1996). Marketing's role in cross-functional information management. *Industrial Marketing Management*, 25(3), 187–195. [https://doi.org/10.1016/0019-8501\(95\)00076-3](https://doi.org/10.1016/0019-8501(95)00076-3)
- Cartwright, S., Davies, I., & Archer-Brown, C. (2021). Managing relationships on social media in business-to-business organisations. *Journal of Business Research*, 125, 120–134.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.028>
- Cheong, R. (1995). The virtual threat to travel and tourism. *Tourism Management*, 16(6), 417–422.

- [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00049-T](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00049-T)
- El-Gohary, H., & Eid, R. (2012). DMA Model: Understanding digital marketing adoption and implementation by Islamic Tourism Organizations. *Tourism Analysis*, 17(4), 523–532. <https://doi.org/10.3727/108354212X13473157390885>
- Fafurida, & Mulyaningsih, T. (2023). A Systematic Literature Review of Development Rural Tourism. *Quality - Access to Success*, 24(194), 35–48. Scopus. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.05>
- Foroudi, P., Gupta, S., Nazarian, A., & Duda, M. (2017). Digital technology and marketing management capability: Achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 20(2), 230–246. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0014>
- Hennig-Thurau, T., Malthouse, E. C., Friege, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). The Impact of New Media on Customer Relationships. *Journal of Service Research*, 13(3), 311–330. <https://doi.org/10.1177/1094670510375460>
- Hermann, R. R., & Bossle, M. B. (2020). Bringing an entrepreneurial focus to sustainability education: A teaching framework based on content analysis. *Journal of Cleaner Production*, 246, 119038. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119038>
- Hermawan, S., Mihardja, E., Pambudi, D. A., & Jason, J. (2023). Hydrodynamic Model Optimization for Marine Tourism Development Suitability in Vicinity of Poso Regency Coastal Area, Central Sulawesi, Indonesia. *Sustainability (Switzerland)*, 15(4). Scopus. <https://doi.org/10.3390/su15043150>
- Hermawati, A. (2020). Transglobal leadership approach to sustainable tourism competitiveness at tourism sector-engaged MSMEs through integrated human resource performance and responsible marketing. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 863–883. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0085>
- Hofacker, C., Golgeci, I., Pillai, K. G., & Gligor, D. M. (2020). Digital marketing and business-to-business relationships: A close look at the interface and a roadmap for the future. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1161–1179. <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2020-0247>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Karjaluoto, H., Mustonen, N., & Ulkuniemi, P. (2015). The role of digital channels in industrial marketing communications. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30(6), 703–710.

- <https://doi.org/10.1108/JBIM-04-2013-0092>
- Li, X., Xie, C., Morrison, A. M., & Nguyen, T. H. H. (2021). Experiences, motivations, perceptions, and attitudes regarding ethnic minority village tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–18. Scopus. <https://doi.org/10.3390/su13042364>
- Mathew, V., & Soliman, M. (2021). Does digital content marketing affect tourism consumer behavior? An extension of technology acceptance model. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 61–75. <https://doi.org/10.1002/cb.1854>
- Maulana, F. I., & Pratama, F. C. (2021). Sustainable Development Planning of Tourist Village Using Participatory Mapping (Case study: Sanankerto Village, Malang, Indonesia). In Mangindaan D. (Ed.), *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.* (Vol. 794). IOP Publishing Ltd; Scopus. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/794/1/012244>
- Miranda, A. T., & Miranda, J. L. F. (2018). Status and conditions of small- and medium-sized enterprises as predictors in empowering rural communities in Samar Island, Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 105–119. <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2017-0045>
- Mowforth, M., & Munt, I. (2015). *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World: Fourth edition* (p. 456). <https://doi.org/10.4324/9781315795348>
- Muhammad, D., Hanggraito, A. A., Anshori, H. A., & Aisyahdi, nahda F. (2020). *Kajian Klasifikasi desa Wisata kabupaten Sleman*. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.
- Na, Y., & Kim, J. (2019). Sensibility and response keywords of users according to posting types of fashion Instagram: Focused on Koreans' fashion brands. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 32(1), 23–36. <https://doi.org/10.1108/IJCST-03-2018-0032>
- Nofal, M. I., Al-Adwan, A. S., Yaseen, H., & Alsheikh, G. A. A. (2020). Digital marketing effect to intention to domestic tourism during COVID-19 in Jordan. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 8(4), 2471–2483. <https://doi.org/10.21533/pen.v8i4.1754>
- OECD. (2022, November 30). *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. OECD Tourism Trends and Policies 2022. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 179–203. <https://doi.org/10.1108/JRIM-04-2018-0062>
- Riyanto, A., Sulaeman, T. N., Rachman, N., Chaidir, D. M., Trilaksono, W., & Farajallah, A. (2019). Short communication: Herpetofauna

- diversity, potential ecotourism in Mount Galunggung, West Java, Indonesia. *Biodiversitas*, 20(4), 1173–1179. Scopus. <https://doi.org/10.13057/biodiv/d200433>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed). Free Press; Collier Macmillan.
- Salindri, Y. A., Sulisty, A., Annisa, R. N., Hadiano, F., & Arifkusuma, M. B. (2022). Pemberdayaan UKM YAD Blangkon Yogyakarta Melalui Pemasaran Berbasis Digital Sebagai Upaya Menembus Pasar Global. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol.1No. 4, 41–46.
- Salminen, J., Yoganathan, V., Corporan, J., Jansen, B. J., & Jung, S.-G. (2019). Machine learning approach to auto-tagging online content for content marketing efficiency: A comparative analysis between methods and content type. *Journal of Business Research*, 101, 203–217. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.04.018>
- Sulisty, A., Fatmawati, I., & Nuryakin, N. (2022). Creating Sustainable Tourism Through Innovation (Digital-Based Marketing In The Tinalah Rural Tourism). *Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT), Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 400–416. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_29
- Sulisty, A., Nurhaji, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Buchori, A. (2023). Pengembangan Wisata Alam Unggulan Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Subang (Studi Kasus: Curug Cileat). *Jurnal Kepariwisata, Volume 17, No 1*, 1–17. <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v17i1.193>
- Sulisty, A., Suhartapa, S., & Wibowo, A. (2022). Implementasi Marketing Mix Pada Objek Wisata Dira Park Ambulu Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan. *Tourism Scientific Journal*, Volume 8, No 1, 12–28. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.217>
- Sulisty, A., Yudiandri, T. E., Annisa, R. N., & Mudiono, M. (2023). Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Kampanye Sadar Wisata 5.0 Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(5), 4438–4449. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16808>
- Sulisty, A., Yudiandri, T. E., Ernawati, H., & Adianto, A. (2022). Literasi Digital Pelaku UMKM Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan APMD*, Volume 1, No 2, 87–103. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>
- Sulisty, A., Yudiandri, T. E., Laksono, T. A., & Rusmini, A. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction Attitudes in Creating Sustainable Tourism: A Study on Sindoro Sumbing Edu Park. *Proceedings of the Postgraduate Research Colloquium (PGRC)*, 222.
- Wertime, K., & Fenwick, I. (2008). *DigiMarketing, the Essential Guide to New Media and Digital Marketing*. In Wiley (p. 3).

Yudiandri, T. E., & Sulistyo, A. (2022). Excellent And Sustainable Tourism Management Through The Baldrige Criteria: Case Study: Mangunan Orchard Tourism Attraction. *Journal of Research on Business and Tourism*, Volume 2 No. 2, 78–94. <https://doi.org/10.37535/104002220221>

Zhang, Q., Liu, Y., Liu, L., Lu, S., & Zhang, J. (2020). Strategy analysis for the interaction between tourism development and local eco-environment in traditional villages. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 21(6), 2279–2289. Scopus.