

Penguatan kapasitas SDM

by 121 UMY

Submission date: 11-Nov-2023 05:33AM (UTC+0700)

Submission ID: 2202670174

File name: Submit_Pengabdian_UNTAG_Surabaya_Agung_Sulistyo.docx (4.15M)

Word count: 4382

Character count: 29437

PENGUATAN KAPASITAS SDM MELALUI SADAR WISATA 5.0 DALAM MENCIPTAKAN PENGELOLAAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

7 Agung Sulistyo^{1*}, Tri Eko Yudiandri², Apit Buchori³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta | agungsulistyo@stipram.ac.id*

²Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta | triekoyudiandri@stipram.ac.id

³Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta | apitbuchori@stipram.ac.id

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

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

Pendahuluan.

Program kampanye sadar wisata 5.0 merupakan kebijakan Pemerintah sebagai upaya penciptaan pariwisata berkelanjutan [1]. Sebagai instrument baru dalam sektor pariwisata, keberadaan desa dan kampung wisata perlu mendapat perhatian khusus. Perubahan pengelolaan dan perilaku wisatawan menuju pariwisata hijau, menjadi peluang yang harus diambil [2]. 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 [3]–[5].

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 [6]. 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 [7]. Hambatan lain yang muncul adalah komunikasi yang tidak lancar dalam penyamaan pemikiran hingga kapasitas dan kualitas SDM [1]. Beberapa penelitian yang dilakukan menjelaskan jika pengembangan pariwisata dan berbagai potensi yang ada memerlukan kolaborasi berbagai pihak [8]–[10].

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 di wilayahnya, 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 dan upaya menciptakan pengelolaan berkelanjutan.

Sebagai langkah memperkuat SDM POKDARWIS perlu ditunjang dengan beberapa aspek penting, seperti: nilai yang ditawarkan [11], kepercayaan terhadap pengelola [12], gagasan yang muncul [13], visi misi pengelolaan [14], serta strategi yang digunakan [15]. Lebih lanjut, upaya pengembangan pengelolaan POKDARWIS perlu memperhatikan beberapa aspek, seperti: memiliki struktur organisasi, memiliki agenda kegiatan, serta memiliki tujuan yang ingin dicapai [16], [17]. Peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM perlu dimiliki oleh pengelola serta POKDARWIS. Kondisi tersebut secara langsung menjadi nilai penting dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Melalui riset yang dilakukan, pengelolaan yang memiliki kapasitas SDM merupakan kunci keberhasilan pengelolaan pariwisata [3], [18], [19].

POKDARWIS sebagai salah satu mitra Pemerintah Desa dan beberapa kelompok masyarakat perlu diperkuat keberadaannya. Kebijakan serta program yang mendukung peningkatan kapasitas SDM perlu dimunculkan sebagai salah satu upaya nyata. Berbagai perhatian yang diberikan akan memudahkan POKDARWIS dalam menyusun strategi serta menawarkan daya tarik yang dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut, SDM yang ada 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 pada sisi POKDARWIS perlu diselesaikan. Penguatan kapasitas SDM akan mampu meningkatkan keberhasilan dalam upaya pengelolaan pariwisata berkelanjutan [18].

Pentingnya penguatan SDM dalam pengelolaan organisasi menjadi beberapa hasil penelitian [20], [21]. 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 bersama-sama. POKDARWIS dalam membangun kerjasama kemitraan dengan berbagai pihak eksternal perlu terus diuayakan. Program sadar wisata yang digaungkan oleh Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata melalui Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) dapat dijadikan salah satu solusi. Kegiatan tersebut disusun secara terstruktur serta menyeluruh 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 POKDARWIS dalam menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

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.

10

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 permasalahan yang memerlukan upaya penyelesaian, antara lain:

- Penyamaan 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 [22], [23]. 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 [24] dan mendapatkan konsumen baru [25]. Melalui teknologi, kelengkapan informasi tentang produk dan layanan berkualitas dapat diberikan [26], [27]. Kinerja teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, terlihat dalam beberapa kriteria, seperti peralatan digital yang dipakai dan tujuan yang akan diraih [27], [28]. Penentuan peralatan digital yang tepat, mampu menghasilkan berbagai keuntungan salah satunya adalah memperluas pasar [29], meningkatkan aset, laba serta kepuasan pelanggan [30]. Penggunaan teknologi dalam organisasi merupakan kegiatan inovatif yang terus dikembangkan [31]. 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 [32]. 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 [33], [34]. Pemasaran berbasis digital memberikan kemudahan bagi organisasi untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, melalui saluran komunikasi pemasaran terintegrasi, atraktif, dalam, serta terarah [24]. Pemasaran digital tidak menjadikan pelanggan sebagai target pasif saja, namun menjadi kontributor komunikasi dua arah [35], [36].

Hasil peneliti mengemukakan, pemasaran digital mampu meningkatkan efisiensi komunikasi, mendorong interaksi pelanggan [37], membangun merek serta prospek penjualan [38]. Mengembangkan citra produk dibenak konsumen dapat dilakukan melalui konten virtual [39] sehingga organisasi akan mendapatkan perhatian pelanggan [40]–[42]. Konten digital marketing dapat berupa kata, gambar ataupun grafik gerak yang menarik perhatian konsumen [41], [43]. Penelitian lain menjelaskan bahwa konten menarik

menyebabkan pengguna memilih portal digital sebagai komponen kunci dalam membaca, mempelajari, dan mendapatkan pengalaman yang berkesan [44].

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 mendesai 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 seluruh 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 pengelolaan melalui kontribusi masyarakat. Pariwisata berkelanjutan menegaskan pentingnya pengelolaan dengan mempertimbangkan generasi berikutnya [45]. Pemuda dan POKDARWIS perlu duduk bersama dalam mencapai kesepakatan. Peran pemuda dibutuhkan dalam beberapa implementasi strategi yang akan 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 menncurahkan ide serta mengambil peran pada kegiatan pengelolaan pariwisata.

4. FGD dengan pelaku industri pendukung pariwisata.

Pariwisata memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian Masyarakat [46]. 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 yang baik tersebut, maka 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 juga 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 kesepakatan dan kerjasama dengan industri serta Perguruan Tinggi

Kerjasama dengan Perguruan Tinggi perlu ditingkatkan oleh POKDARWIS sbagai salah satu cara menutup celah kekurangan SDM. Kerjasama yang dilakukan dapat berupa penelitian, pengabdian masyarakat ataupun hal lain yang berkaitan dengan Tri Dharma

Perguruan Tinggi. Kegiatan pendampingan ini akan mampu menjadi jembatan awal kerjasama dengan beberapa Perguruan Tinggi lainnya. STIPRAM Yogyakarta serta UNISA Yogyakarta menjadi salah satu kampus yang akan berkolaborasi dalam hal pengembangan SDM. Kepemanduan wisata serta penguatan SDM bidang komunikasi menjadi prioritas yang akan 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 ini dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung. Setiap kegiatan harian yang dilakukan dievaluasi melalui diskusi. Pada tahap awal kegiatan pengetahuan serta keterampilan peserta tentang pentingnya kualitas SDM masih sangat minim. Sebanyak 21 peserta (70%) belum memahami pentingnya kerjasama serta peningkatan kualitas dan kapasitas SDM. Namun demikian, diakhir kegiatan tersebut 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 jalinan komunikasi dengan POKDARWIS kampung wisata Purbaya masih dilakukan. Upaya ini sebagai cara untuk 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 dan Saran

Hasil evaluasi kegiatan menunjukan sebanyak 27 peserta kegiatan (90%) telah memahami pentingnya kerjasama antar SDM serta 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. Berbagai kerjasama yang dilakukan, perlu dievaluasi kembali sebagai cara peningkatan kualitas dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Lebih lanjut, aktivitas promosi pemasaran kampung wisata Purbayan perlu terus dilakukan sebagai salah satu cara *branding* sektor pariwisata.

References

- [1] A. Sulisty, T. E. Yudiandri, R. N. Annisa, and M. Mudiono, "Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Kampanye Sadar Wisata 5.0 Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Masyarakat Mandiri*, vol. 7, no. 5, pp. 4438–4449, Oktober 2023, doi: 10.31764/jmm.v7i5.16808.
- [2] OECD, "OECD Tourism Trends and Policies 2022," OECD Tourism Trends and Policies 2022. Accessed: Aug. 31, 2023. [Online]. Available: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- [3] A. Sulisty, I. Fatmawati, and N. Nuryakin, "Creating Sustainable Tourism Through Innovation (Digital-Based Marketing In The Tinalah Rural Tourism)," *Proceedings of the*

International Academic Conference on Tourism (INTACT), no. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, pp. 400–416, Dec. 2022, doi: https://doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_29.

- [4] A. Sulistyoy, A. Nurhaji, T. E. Yudiandri, H. Ernawati, and A. Buchori, “Pengembangan Wisata Alam Unggulan Dalam Menciptakan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Subang (Studi Kasus: Curug Cileat),” *Jurnal Kepariwisata*, vol. Volume 17, No 1, pp. 1–17, Jan. 2023, doi: <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v17i1.193>.
- [5] S. Hermawan, E. Mihardja, D. A. Pambudi, and J. Jason, “Hydrodynamic Model Optimization for Marine Tourism Development Suitability in Vicinity of Poso Regency Coastal Area, Central Sulawesi, Indonesia,” *Sustainability*, vol. 15, no. 4, 2023, doi: 10.3390/su15043150.
- [6] D. Muhammad, A. A. Hanggraito, H. A. Anshori, and nahda F. Aisyahdi, *Kajian Klasifikasi desa Wisata kabupaten Sleman*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, 2020.
- [7] F. I. Maulana and F. C. Pratama, “Sustainable Development Planning of Tourist Village Using Participatory Mapping (Case study: Sanankerto Village, Malang, Indonesia),” in *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, Mangindaan D., Ed., IOP Publishing Ltd, 2021. doi: 10.1088/1755-1315/794/1/012244.
- [8] S. Adi and S. Heripracoyo, “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*, vol. 9, no. 11, pp. 177–191, 2018.
- [9] S. Cartwright, I. Davies, and C. Archer-Brown, “Managing relationships on social media in business-to-business organisations,” *Journal of Business Research*, vol. 125, pp. 120–134, Mar. 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2020.11.028.
- [10] A. Sulistyoy, T. E. Yudiandri, H. Ernawati, and A. Adianto, “Literasi Digital Pelaku UMKM Dalam Upaya Menciptakan Bisnis Berkelanjutan,” *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan APMD*, vol. Volume 1, No 2, pp. 87–103, Desember 2022, doi: <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.197>.
- [11] A. Sulistyoy, T. E. Yudiandri, T. A. Laksono, and A. Rusmini, “Analysis of Tourist Satisfaction Attitudes in Creating Sustainable Tourism: A Study on Sindoro Sumbing Edu Park,” *Proceedings of the Postgraduate Research Colloquium (PGRC)*, p. 222, Dec. 2022.
- [12] H. Alves, A. M. Campón-Cerro, and J. M. Hernández-Mogollón, “Enhancing rural destinations’ loyalty through relationship quality,” *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, vol. 23, no. 2, pp. 185–204, Jan. 2019, doi: 10.1108/SJME-09-2018-0041.
- [13] A. Adamus-matuszyńska, P. Dzik, J. Michnik, and G. Polok, “Visual component of destination brands as a tool for communicating sustainable tourism offers,” *Sustainability*, vol. 13, no. 2, pp. 1–18, 2021, doi: 10.3390/su13020731.
- [14] T. B. Walker, T. J. Lee, and X. Li, “Sustainable development for small island tourism: developing slow tourism in the Caribbean,” *Journal of Travel and Tourism Marketing*, vol. 38, no. 1, pp. 1–15, 2021, doi: 10.1080/10548408.2020.1842289.
- [15] T. E. Yudiandri and A. Sulistyoy, “Excellent And Sustainable Tourism Management Through The Baldrige Criteria: Case Study: Mangunan Orchard Tourism Attraction,” *Journal of Research on Business and Tourism*, vol. Volume 2 No. 2, pp. 78–94, Dec. 2022, doi: <https://doi.org/10.37535/104002220221>.
- [16] A. T. Miranda and J. L. F. Miranda, “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*, vol. 12, no. 1, pp. 105–119, Jan. 2018, doi: 10.1108/APJIE-12-2017-0045.
- [17] A. Sulistyoy, S. Suhartapa, and A. Wibowo, “Implementasi Marketing Mix Pada Objek Wisata Dira Park Ambulu Dalam Menciptakan Pengelolaan Berkelanjutan,” *Tourism Scientific Journal*, vol. Volume 8, No 1, pp. 12–28, Dec. 2022, doi: 10.32659/tsj.v8i1.217.

- [18] A. Hermawati, "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*, vol. 6, no. 4, pp. 863–883, Jun. 2020, doi: 10.1108/IJTC-06-2019-0085.
- [19] M. Mowforth and I. Munt, *Tourism and sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World: Fourth edition*. in *Tourism and Sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World: Fourth Edition*. 2015, p. 456. doi: 10.4324/9781315795348.
- [20] M. Bharath and V. Sreedevi, "Zoom in on the levels of employee engagement, perception, satisfaction; employee roles influenced – health care sample study," *Vilakshan - XIMB Journal of Management*, vol. 18, no. 1, pp. 62–75, Apr. 2020, doi: 10.1108/XJM-07-2020-0046.
- [21] Y. A. Salindri, A. Sulisty, R. N. Annisa, F. Hadianto, and M. B. Arifkusuma, "Pemberdayaan UKM YAD Blangkon Yogyakarta Melalui Pemasaran Berbasis Digital Sebagai Upaya Menembus Pasar Global," *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. Vol.1No. 4, pp. 41–46, Oktober 2022.
- [22] T. Ahmet Ertek, "The geoheritage of göreme national park and the rock sites of cappadocia, Turkey," *Zeitschrift für Geomorphologie*, vol. 62, pp. 333–348, 2021, doi: 10.1127/zfg_suppl/2021/0702.
- [23] A. Riyanto, T. N. Sulaeman, N. Rachman, D. M. Chaidir, W. Trilaksono, and A. Farajallah, "Short communication: Herpetofauna diversity, potential ecotourism in Mount Galunggung, West Java, Indonesia," *Biodiversitas*, vol. 20, no. 4, pp. 1173–1179, 2019, doi: 10.13057/biodiv/d200433.
- [24] C. Hofacker, I. Golgeci, K. G. Pillai, and D. M. Gligor, "Digital marketing and business-to-business relationships: a close look at the interface and a roadmap for the future," *EJM*, vol. 54, no. 6, pp. 1161–1179, May 2020, doi: 10.1108/EJM-04-2020-0247.
- [25] P. Foroudi, S. Gupta, A. Nazarian, and M. Duda, "Digital technology and marketing management capability: achieving growth in SMEs," *QMR*, vol. 20, no. 2, pp. 230–246, Apr. 2017, doi: 10.1108/QMR-01-2017-0014.
- [26] B. Alzougool, "The use and continuance use of social media applications by small and medium enterprises in Kuwait," *GKMC*, vol. 68, no. 6/7, pp. 471–490, Sep. 2019, doi: 10.1108/GKMC-11-2018-0094.
- [27] J. C. Bondra and T. R. V. Davis, "Marketing's role in cross-functional information management," *Industrial Marketing Management*, vol. 25, no. 3, pp. 187–195, May 1996, doi: 10.1016/0019-8501(95)00076-3.
- [28] E. Arrigo, "Social media marketing in luxury brands: A systematic literature review and implications for management research," *MRR*, vol. 41, no. 6, pp. 657–679, Jun. 2018, doi: 10.1108/MRR-04-2017-0134.
- [29] H. El-Gohary and R. Eid, "DMA Model: Understanding digital marketing adoption and implementation by Islamic Tourism Organizations," *Tourism Analysis*, vol. 17, no. 4, pp. 523–532, 2012, doi: 10.3727/108354212X13473157390885.
- [30] T. Hennig-Thurau *et al.*, "The Impact of New Media on Customer Relationships," *Journal of Service Research*, vol. 13, no. 3, pp. 311–330, Aug. 2010, doi: 10.1177/1094670510375460.
- [31] E. M. Rogers, *Diffusion of innovations*, 3rd ed. New York : London: Free Press ; Collier Macmillan, 1983.
- [32] M. I. Nofal, A. S. Al-Adwan, H. Yaseen, and G. A. A. Alsheikh, "Digital marketing effect to intention to domestic tourism during COVID-19 in Jordan," *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, vol. 8, no. 4, pp. 2471–2483, 2020, doi: 10.21533/pen.v8i4.1754.
- [33] X. Li, C. Xie, A. M. Morrison, and T. H. H. Nguyen, "Experiences, motivations, perceptions, and attitudes regarding ethnic minority village tourism," *Sustainability*, vol. 13, no. 4, pp. 1–18, 2021, doi: 10.3390/su13042364.

- [34] Q. Zhang, Y. Liu, L. Liu, S. Lu, and J. Zhang, "Strategy analysis for the interaction between tourism development and local eco-environment in traditional villages," *J. Environ. Prot. Ecol.*, vol. 21, no. 6, pp. 2279-2289, 2020.
- [35] H. Karjalainen, N. Mustonen, and P. Ulkuniemi, "The role of digital channels in industrial marketing communications," *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 30, no. 6, pp. 703-710, Jul. 2015, doi: 10.1108/JBIM-04-2013-0092.
- [36] K. Wertime and I. Fenwick, *DigiMarketing, the Essential Guide to New Media and Digital Marketing*. 2008, p. 3.
- [37] W. Ritz, M. Wolf, and S. McQuitty, "Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models," *JRIM*, vol. 13, no. 2, pp. 179-203, Jun. 2019, doi: 10.1108/JRIM-04-2018-0062.
- [38] Y. Na and J. Kim, "Sensibility and response keywords of users according to posting types of fashion Instagram: Focused on Koreans' fashion brands," *IJCST*, vol. 32, no. 1, pp. 23-36, May 2019, doi: 10.1108/IJCST-03-2018-0032.
- [39] R. Cheong, "The virtual threat to travel and tourism," *Tourism Management*, vol. 16, no. 6, pp. 417-422, 1995, doi: 10.1016/0261-5177(95)00049-T.
- [40] R. R. Hermann and M. B. Bossle, "Bringing an entrepreneurial focus to sustainability education: A teaching framework based on content analysis," *Journal of Cleaner Production*, vol. 246, p. 119038, Feb. 2020, doi: 10.1016/j.jclepro.2019.119038.
- [41] V. Mathew and M. Soliman, "Does digital content marketing affect tourism consumer behavior? An extension of technology acceptance model," *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 20, no. 1, pp. 61-75, 2021, doi: 10.1002/cb.1854.
- [42] J. Salminen, V. Yoganathan, J. Corporan, B. J. Jansen, and S.-G. Jung, "Machine learning approach to auto-tagging online content for content marketing efficiency: A comparative analysis between methods and content type," *Journal of Business Research*, vol. 101, pp. 203-217, Aug. 2019, doi: 10.1016/j.jbusres.2019.04.018.
- [43] G. Holliman and J. Rowley, "Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice," *Journal of Research in Interactive Marketing*, vol. 8, no. 4, pp. 269-293, Oct. 2014, doi: 10.1108/JRIM-02-2014-0013.
- [44] J. Babin and J. Hulland, "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*, vol. 23, no. 3, pp. 325-338, Jan. 2019, doi: 10.1108/SJME-07-2019-0053.
- [45] A. G. Asmelash and S. Kumar, "Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators," *Tourism Management*, vol. 17, pp. 67-83, 2019, doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.020>.
- [46] Fafurida and T. Mulyaningsih, "A Systematic Literature Review of Development Rural Tourism," *Qual. Access Success*, vol. 24, no. 194, pp. 35-48, 2023, doi: 10.47750/QAS/24.194.05.

9

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif Republik Indonesia melalui Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata melalui Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan. Rasa terima kasih juga disampaikan kepada civitas akademika STIPRAM yang telah mendukung agenda pendampingan ini. Terakhir, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kalurahan, POKDARWIS serta seluruh elemen yang ada di wilayah Purbayan atas Kerjasama yang telah terjalin.

Penguatan kapasitas SDM

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

jurnalnew.unimus.ac.id

Internet Source

3%

2

jurnal.stieww.ac.id

Internet Source

3%

3

jurnal.apmd.ac.id

Internet Source

2%

4

repo.ppb.ac.id

Internet Source

1%

5

www.infodesaku.co.id

Internet Source

1%

6

journal.ummat.ac.id

Internet Source

1%

7

www.jurnal.stiepar.ac.id

Internet Source

<1%

8

jurnal.amikom.ac.id

Internet Source

<1%

9

Sintia Safrianti, Risnita Tri Utami, Dedi
Pardiansyah, Yulfiperius Yulfiperius.
"Mewujudkan Desa Wisata melalui

<1%

Pembekalan Clean, Health, Safety & Environment, Pelayanan Prima dan Exploring, Packaging & Presentation", Abdi haz: Jurnal Ilmiah Pengabdian pada Masyarakat, 2021

Publication

10	dirdosen.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
11	ejournal.stipram.ac.id Internet Source	<1 %
12	karya-ilmiah.um.ac.id Internet Source	<1 %
13	www.indonesianstudy.com Internet Source	<1 %
14	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
15	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
16	ugm.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

