



STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA DI BIDANG KEPARIWISATAAN DI DESA WISATA SUKAMANDI, KECAMATAN SAGALAHERANG, KABUPATEN SUBANG

Muhammad Iqbal Katik Rajoendah¹, Asterina Anggraini², Imam Syafganti³, Annisa Wardhani⁴, Christina Lipuringtyas Rudatin⁵, Djuni Akbar⁶

^{1,2,3,4,5,6}Politeknik Negeri Jakarta

e-mail: ¹muhammad.iqbalkatikrajoendah@bisnis.pnj.ac.id, ²asterina.anggraini@bisnis.pnj.ac.id,
³imam.syafganti@bisnis.pnj.ac.id, ⁴annisa.wardhani@bisnis.pnj.ac.id, ⁵christina.lr@bisnis.pnj.ac.id,
⁶djuni.akbar@bisnis.pnj.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang menjadi prioritas utama kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Sukamandi, Kecamatan Sagalaherang, Kabupaten Subang adalah kurangnya pemahaman mengenai pengelolaan desa wisata berkelanjutan dan peran kelompok sadar wisata (pokdarwis), serta ketidakmampuan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kepariwisataan untuk mendukung pengelolaan desa wisata berkelanjutan dan pemanfaatan media sosial untuk promosi desa wisata. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR), yang melibatkan tahapan survei, koordinasi dengan pemerintah desa, pelatihan, dan evaluasi. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang pengelolaan desa wisata berkelanjutan, peran pokdarwis, pengemasan produk UMKM, dan strategi promosi melalui media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Sukamandi, meningkatkan kesejahteraan ekonomi, serta melestarikan budaya dan lingkungan lokal.

Kata Kunci: Pengelolaan Desa Wisata, Kelompok Sadar Wisata, Pengemasan Produk UMKM, Promosi Digital, Pariwisata Berkelanjutan

Abstract

The primary issues addressed in the community service initiative in Sukamandi Tourism Village, Sagalaherang District, Subang Regency, are the lack of understanding regarding sustainable tourism village management and the role of tourism awareness groups (pokdarwis), as well as the inability to utilize social media for promotion. The objective of this initiative is to enhance the quality of human resources in the tourism sector to support sustainable tourism village management and the use of social media for village tourism promotion. The method employed is Participatory Action Research (PAR), which involves stages of survey, coordination with village government, training, and evaluation. The training results indicate a significant improvement in participants' understanding of sustainable tourism village management, the role of pokdarwis, UMKM product packaging, and social media promotion strategies. This initiative is expected to encourage the development of sustainable tourism in Sukamandi Village, improve economic welfare, and preserve local culture and the environment.

Keywords: *Tourism Village Management, Tourism Awareness Group, UMKM Product Packaging, Digital Promotion, Sustainable Tourism.*

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan perekonomian, pariwisata juga telah menjadi sektor ekonomi yang diutamakan dalam pembangunan di Indonesia. Karena kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto dan penciptaan kesempatan kerja, sektor pariwisata

dikembangkan untuk menjawab tantangan pembangunan berkelanjutan (Hasibuan et al., 2023). Salah satu konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah desa wisata; konsep ini memungkinkan masyarakat mendapat tambahan sebagai pelaku utama untuk mengelola sumber daya alam dan budaya mereka

menjadi objek wisata yang menghasilkan uang (Fadila Bahmid et al., 2023). Desa wisata berperan penting dalam melestarikan budaya lokal dan menciptakan kesempatan kerja (Cohen & Cohen, 2019)

Jumlah perjalanan wisatawan tetap menunjukkan pertumbuhan positif meskipun beberapa kali terjadi krisis ekonomi secara global (Executive Council UNWTO, 2014), pernyataan ini menguatkan pandangan bahwa pariwisata merupakan sektor yang sangat berprospek di dunia. Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak potensi wisata menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor strategis. Dalam rangka pengembangan sektor strategis ini, hampir seluruh kota/kabupaten di Indonesia berusaha untuk mengembangkan industri pariwisata, termasuk yang dilakukan oleh Kabupaten Subang.

Kabupaten Subang, Jawa Barat, memiliki potensi besar dalam pengembangan desa wisata karena letaknya yang strategis, didukung dengan kekayaan alam dan budaya yang beragam. Salah satu desa wisata yang sedang berkembang di wilayah ini adalah Desa Wisata Sukamandi, Kecamatan Sagalaherang. Desa ini memiliki daya tarik wisata berupa keindahan alam perbukitan, keberadaan sumber mata air, serta tradisi dan produk budaya lokal yang unik. Dengan potensi pertanian dan keindahan alamnya, desa ini mungkin memiliki potensi untuk pengembangan ekonomi lokal melalui pariwisata atau pengembangan produk lokal (UMKM).

Visi “Kabupaten Subang yang Bersih, Maju, Sejahtera dan Berkarakter” dan salah satu Misi yang dalam konteks kepariwisataan berbunyi “Meningkatnya kesejahteraan masyarakat melalui pembangunan bidang, pertanian, ekonomi kerakyatan, industri kreatif, perikanan kelautan, serta penggalan potensi pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal”, tercantum dalam Rencana Strategis (RENSTRA) Perubahan 2018 – 2023 Dinas Pariwisata,

Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Subang. Dalam Renstra tersebut terdapat tujuan “Terwujudnya Kabupaten Subang sebagai destinasi wisata yang berdaya saing di Jawa Barat” dengan sasaran “Meningkatnya Kunjungan Wisatawan”. Dalam mencapai sasaran, beberapa strategi sudah dicanangkan, di antaranya yaitu “Peningkatan SDM Kepariwisata melalui Pemberdayaan Masyarakat”.

Implementasi strategi tersebut dilakukan dengan menjalankan beberapa program prioritas/utama, yang salah satunya adalah Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Seperti kebanyakan desa wisata lainnya, Desa Sukamandi menghadapi tantangan besar dalam pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan, salah satunya adalah kualitas sumber daya manusia (SDM). Berdasarkan survei awal, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain:

- a. Kurangnya kemampuan manajerial masyarakat dalam pengelolaan desa wisata. Banyak pelaku wisata lokal belum memiliki pemahaman yang memadai tentang strategi pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan.
- b. Minimnya pemahaman masyarakat tentang peran pokdarwis (kelompok sadar wisata). Pokdarwis yang seharusnya menjadi motor penggerak desa wisata masih belum berfungsi secara optimal akibat kurangnya pelatihan dan pendampingan.
- c. Ketidakmampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi. Di era digital, media sosial menjadi alat penting untuk menarik wisatawan. Sayangnya, banyak masyarakat belum memiliki keterampilan promosi yang efektif.
- d. Produk UMKM lokal yang belum mampu bersaing. Meski memiliki banyak produk khas, seperti kerajinan tangan

dan makanan tradisional, pengemasan produk belum memenuhi standar yang menarik bagi wisatawan.

Isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sukamandi mencakup aspek ekonomi, sosial, dan teknis. Secara ekonomi, desa ini memiliki ketergantungan yang besar pada sektor pertanian, sehingga potensi pariwisata belum menjadi sumber pendapatan utama. Dari segi sosial, minimnya kolaborasi antarwarga dalam mengelola destinasi wisata menyebabkan pengembangan desa berjalan lambat. Secara teknis, keterbatasan pelatihan dan akses informasi menjadi penghambat peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi konkret atas berbagai permasalahan di Desa Sukamandi. Program ini berfokus pada peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan berbasis kebutuhan lokal. Pengembangan SDM di sektor pariwisata terbukti mampu meningkatkan daya saing destinasi yang menunjukkan bahwa desa wisata dengan pelaku wisata terlatih memiliki tingkat kunjungan yang lebih tinggi (Lopes et al., 2018). Selain itu, pengabdian masyarakat ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan pariwisata berkelanjutan, sehingga dapat mendukung pelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Pengabdian masyarakat ini berlandaskan pada teori *community-based tourism* (CBT), yang menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata. CBT tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya (Giampiccoli & Saayman, 2018). Selain itu, teori pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) juga relevan untuk mendukung program ini. Teori ini menekankan pentingnya meningkatkan

kapasitas individu dan kelompok dalam mengambil keputusan yang memengaruhi kehidupan masyarakat. Pemberdayaan mencakup akses terhadap sumber daya, peluang, dan kemampuan untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan lokal (Alsop et al., 2006). Hal ini sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program pengembangan desa wisata.

Dalam konteks promosi digital, teori komunikasi pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communication*) digunakan sebagai landasan untuk merancang strategi promosi yang efektif melalui media sosial. Teori ini menegaskan bahwa pesan promosi harus disampaikan secara konsisten dan sesuai dengan karakteristik audiens yang ditargetkan (Belch et al., 2020). Dengan pendekatan teoritis ini, program pengabdian masyarakat ini tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada perubahan pola pikir masyarakat untuk mendukung pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Metode pengabdian yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah pendekatan Participatory Action Research (PAR), yang dikenal sebagai pendekatan transformatif dalam pengabdian masyarakat. Pendekatan ini berfokus pada riset yang bertujuan untuk pemberdayaan dan perubahan (Rahmat & Mirnawati, 2020). Tahap pertama, yaitu *to know*, dilakukan melalui survei dan observasi langsung oleh tim pengabdian untuk memahami situasi atau kondisi serta kebutuhan desa wisata. Pada tahap kedua, *to understand*, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa Sukamandi agar kepala desa dapat melibatkan seluruh masyarakat baik perangkat desa, anggota kelompok sadar wisata (pokdarwis), dan pengelola UMKM desa wisata dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Selanjutnya, tahap *to plan* melibatkan penyusunan rencana aksi bersama pemerintah

desa Sukamandi, yang mencakup skema pengabdian masyarakat serta jadwal dan tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat. Pada tahap *to act*, tim pengabdian menyelenggarakan pelatihan yang diikuti oleh pokdarwis, perangkat desa, dan pengelola UMKM di Desa Sukamandi. Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, tim pengabdian memberikan pretest kepada peserta pelatihan untuk mengukur kemampuan dan pengetahuan awal yang dimiliki oleh peserta tentang pengelolaan desa wisata. Tahap terakhir, *to change*, menekankan perubahan yang terjadi setelah pelatihan, di mana pengelola desa wisata dan masyarakat semakin memahami peran mereka dalam mengembangkan desa wisata serta meningkatkan daya saing produk UMKM lokal. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan evaluasi dengan memberikan posttest kepada peserta pelatihan.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Program Studi MICE Politeknik Negeri Jakarta dilaksanakan pada tanggal 29 Agustus 2023 di Desa Sukamandi. Jumlah tim pengabdian berjumlah 9 orang dari dosen dan mahasiswa. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan sebanyak 20 orang yang terdiri dari anggota kelompok sadar wisata, perangkat desa, dan pengelola desa UMKM. Tahapan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian adalah tahap persiapan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan evaluasi.

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pengabdian membuat peta analisis situasi atau kondisi serta permasalahan yang dihadapi masyarakat di desa wisata berdasarkan observasi lapangan dan diskusi dan koordinasi dengan kepala desa (Gambar 1). Hasil observasi dan diskusi mengungkapkan bahwa pengelola desa wisata masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai peran pokdarwis, konsep desa wisata

berkelanjutan, strategi promosi melalui media sosial, serta daya saing produk UMKM lokal yang masih rendah. Pada tahap ini juga ketua tim pengabdian memperkenalkan tim pengabdian dan narasumber yang akan memberikan materi dan pelatihan selama kegiatan pengabdian. Tim pengabdian juga melakukan diskusi dengan kepala desa tentang jadwal dan tempat untuk pelatihan.



Gambar 1. Tahap Persiapan (Koordinasi dengan Kepala Desa)

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, pengabdian dilakukan dengan skema pelatihan. Pelatihan dipimpin oleh moderator dan 2 orang narasumber. Pelatihan diisi dengan sesi pretest, sesi materi dari narasumber, sesi tanya jawab serta diskusi. Materi pelatihan yaitu pengelolaan desa wisata berkelanjutan, peran dan fungsi pokdarwis, pengemasan produk UMKM, dan promosi desa wisata melalui media sosial.

Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan dan Peran Pokdarwis

Narasumber pertama memberikan materi pelatihan tentang pengelolaan desa wisata berkelanjutan dan peran pokdarwis (Gambar 2). Desa wisata merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, melestarikan budaya, dan menjaga kelestarian lingkungan (Rifqi et al., 2023). Namun, pengelolaan desa wisata yang tidak berkelanjutan dapat menyebabkan permasalahan seperti kerusakan lingkungan, kurangnya partisipasi

masyarakat, dan ketidakstabilan ekonomi bagi warga setempat. Oleh karena itu, pelatihan pengelolaan desa wisata berkelanjutan menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa desa wisata dapat berkembang secara optimal tanpa merusak sumber daya alam dan budaya lokal. Desa wisata berkelanjutan adalah desa yang mengembangkan sektor pariwisata dengan beberapa prinsip keberlanjutan, yaitu sosial ekonomi, budaya, dan lingkungan (Sukaris et al., 2023). Sebagaimana data yang didapatkan oleh tim pengabdian bahwa persentase desa wisata di Kecamatan Sagalaherang yang memiliki aktivitas belum mencapai 50% yang artinya manfaat ekonomi bagi masyarakat desa (termasuk kontribusi Pendapatan Asli Daerah) masih minim mengingat belum mencapai 50% desa wisata yang beraktivitas. Salah satu manfaat ekonomi bagi masyarakat adalah berkurangnya jumlah pengangguran dengan banyaknya kegiatan atau aktivitas desa wisata karena dibutuhkan banyak tenaga atau sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata. Dari aspek sosial, pengelolaan desa wisata berkelanjutan karena desa wisata berkelanjutan mendorong keterlibatan aktif masyarakat. Partisipasi masyarakat juga menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama dalam menjaga keberlanjutan desa wisata. Selain itu, adanya kegiatan gotong royong dalam pengelolaan desa wisata mempererat hubungan sosial masyarakat.



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber Pertama

Selain aspek ekonomi dan sosial, aspek budaya juga memberikan manfaat berupa pelestarian adat dan tradisi lokal. Desa wisata yang berkelanjutan mendorong masyarakat untuk mempertahankan adat istiadat, upacara tradisional, dan nilai-nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Misalnya, ritual keagamaan, prosesi adat, dan tradisi lokal dapat terus berlangsung karena menjadi daya Tarik utama bagi wisatawan.

Desa wisata berkelanjutan berfokus pada pemanfaatan potensi wisata tanpa merusak lingkungan sehingga ekosistem tetap terjaga untuk generasi mendatang. Dengan menerapkan prinsip keberlanjutan, desa wisata dapat memberikan berbagai manfaat lingkungan, seperti pelestarian alam dan keanekaragaman hayati. Desa wisata berkelanjutan mendorong masyarakat untuk menjaga kelestarian hutan, sungai, dan ekosistem lainnya. Dengan adanya wisata berbasis alam seperti ekowisata, konservasi flora dan fauna lokal menjadi prioritas sehingga habitat alami tetap terjaga. Bersamaan dengan itu, tidak seperti pariwisata massal yang sering menyebabkan kerusakan lingkungan, desa wisata berkelanjutan membatasi jumlah wisatawan untuk mencegah eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan. Dengan pendekatan ini, dampak negatif terhadap lingkungan dapat diminimalkan.

Desa wisata Sukamandi di Kecamatan Sagalaherang, Kabupaten Subang, memiliki potensi wisata yang kaya, termasuk keindahan alam seperti persawahan, Bukit Jamali, dan Curug Cibingbin, serta keragaman budaya dan produk UMKM. Pengembangan desa wisata berkelanjutan di Sukamandi telah memberikan dampak positif pada perekonomian lokal. Peningkatan jumlah wisatawan mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti kerajinan tangan dan kuliner khas, yang meningkatkan pendapatan

masyarakat. Selain itu, pembukaan 11 titik jalan baru pertanian sepanjang 7 km mendukung sektor pertanian dan aksesibilitas wisata, yang berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi warga. Dari aspek sosial, partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata telah memperkuat rasa memiliki dan kebersamaan. Kegiatan gotong royong dalam pembangunan infrastruktur dan pengelolaan destinasi wisata meningkatkan solidaritas dan kerja sama antar warga. Selain itu, dengan adanya pelatihan dan pemberdayaan, kapasitas sumber daya manusia di bidang pariwisata meningkat, yang berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Desa wisata Sukamandi berkomitmen untuk melestarikan budaya lokal melalui berbagai atraksi dan kegiatan budaya. Budaya dan produk UMKM yang beragam menjadi daya tarik bagi wisatawan, sekaligus memastikan bahwa tradisi dan kearifan lokal tetap terjaga dan diwariskan kepada generasi mendatang. Pengembangan pariwisata di Sukamandi dilakukan dengan prinsip keberlanjutan, memastikan bahwa keindahan alam seperti persawahan, Bukit Jamali, dan Curug Cibingbin tetap terjaga. Upaya konservasi dan edukasi lingkungan diterapkan untuk menjaga kelestarian alam, sehingga desa tetap asri dan menarik bagi wisatawan. Secara keseluruhan, dibutuhkan strategi peningkatan sumber daya manusia di bidang kepariwisataan di Desa Wisata Sukamandi yang menjadi prioritas desa wisata Sukamandi agar dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan sehingga menjadikan desa Sukamandi sebagai model pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Pokdarwis merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari masyarakat lokal dan berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat dan industri pariwisata (Trisnawaty, 2023). Peran pokdarwis yang dapat menjadi fokus utama di

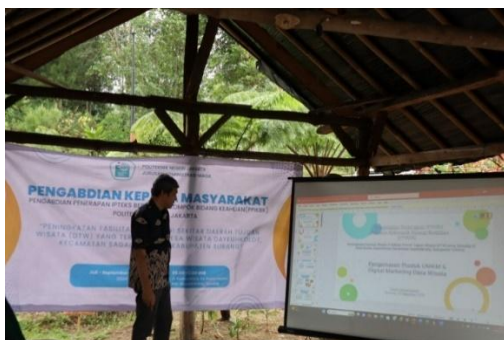
desa wisata Sukamandi yaitu, pemberdayaan masyarakat lokal. Melalui berbagai program, pokdarwis memberdayakan masyarakat dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata dan pengembangan produk UMKM, seperti kerajinan tangan dan kuliner khas desa. Untuk menjalankan program tersebut juga pokdarwis dapat melakukan kerja sama dengan komunitas yang fokus dalam pengembangan produk UMKM.

Pengemasan Produk UMKM dan Promosi Desa Wisata

Narasumber kedua memberikan materi pelatihan tentang pengemasan produk UMKM dan promosi desa wisata melalui media sosial (Gambar 3). Pengemasan produk penting bagi UMKM karena dapat meningkatkan daya jual dan daya saing produk (Azzahra et al., 2024). Kemasan yang baik dan menarik memberikan nilai tambah, memikat konsumen, dan mencerminkan kualitas serta kepercayaan diri UMKM terhadap produknya. Pengemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen (Qur'ani et al., 2024). Dalam konteks desa wisata, produk UMKM yang dikemas dengan baik dapat menjadi cendera mata yang diminati, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Untuk meningkatkan kualitas pengemasan produk UMKM di Desa Sukamandi, diperlukan beberapa langkah strategis, antara lain:

- a. Standarisasi Label Produk: Memberikan edukasi mengenai informasi yang wajib dicantumkan pada label produk, seperti komposisi, tanggal produksi dan kedaluwarsa, informasi nutrisi, serta data produsen. Hal ini penting untuk memenuhi standar keamanan pangan

- dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
- b. Kolaborasi dengan Desainer Lokal: Mendorong kerja sama antara pelaku UMKM dengan desainer lokal atau institusi pendidikan yang memiliki program desain untuk menciptakan kemasan yang estetis dan sesuai dengan identitas produk lokal.
 - c. Pemanfaatan Teknologi Digital: Menggunakan teknologi digital untuk menciptakan desain kemasan yang profesional dan efisien. Pelaku UMKM dapat memanfaatkan perangkat lunak desain yang *user-friendly* atau platform *online* yang menawarkan template kemasan.
 - d. Peningkatan Akses ke Bahan Kemasan Berkualitas: Membantu pelaku UMKM dalam mengakses penyedia bahan kemasan berkualitas dengan harga terjangkau melalui kerja sama dengan pemasok atau melalui program subsidi pemerintah.



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Narasumber Kedua

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Wisata Sukamandi, salah satu fokus utama adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi desa wisata. Promosi desa wisata merupakan upaya strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap potensi yang

dimiliki oleh suatu desa (Aurelya et al., 2022). Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya setempat. Salah satu peran pokdarwis adalah giat melakukan promosi desa wisata.

Berdasarkan survei yang dilakukan sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha wisata dan anggota Pokdarwis di Desa Sukamandi telah memiliki akun media sosial, seperti Facebook dan Instagram. Namun, pemanfaatannya masih terbatas pada unggahan foto tanpa strategi pemasaran yang jelas. Selain itu, kendala utama dalam promosi desa wisata melalui media sosial adalah kurangnya konsistensi dalam membuat konten. Banyak akun media sosial yang tidak aktif dalam jangka waktu yang lama sehingga informasi yang diberikan kepada calon wisatawan kurang diperbarui. Lebih dari itu, sebagian besar akun media sosial yang digunakan untuk promosi desa wisata masih kurang berinteraksi dengan audiens. Misalnya, jarang membalas komentar atau pesan dari calon wisatawan, sehingga mengurangi efektivitas komunikasi dan promosi. Strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan promosi desa wisata melalui media sosial, di antaranya:

- a. Membuat kalender konten dengan cara menyusun jadwal unggahan secara konsisten untuk menjaga eksistensi desa wisata di media sosial dan menggunakan momen-momen tertentu seperti hari libur dan event desa untuk meningkatkan interaksi dengan audiens.
- b. Meningkatkan interaksi dan kolaborasi dengan cara aktif membalas komentar dan pesan dari calon wisatawan untuk menciptakan keterlibatan yang lebih baik serta dapat berkolaborasi dengan *influencer* lokal dan *travel* blogger untuk memperluas jangkauan promosi

c. Pemanfaatan platform digital lainnya, seperti TikTok dan YouTube untuk promosi berbasis video pendek yang sedang tren saat ini. Selain itu, dapat menggunakan Google My Business untuk meningkatkan visibilitas desa wisata di pencarian internet.

Tahap Evaluasi

Tim pengabdian memberikan posttest kepada peserta pelatihan untuk mengukur kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan

berupa pemaparan materi dari narasumber. Berdasarkan hasil pretest dan posttest terdapat efektivitas dari kegiatan pelatihan yang dilakukan (Tabel 1). Hal ini merupakan langkah awal yang penting menuju pengelolaan desa wisata berkelanjutan di desa wisata Sukamandi. Selanjutnya, diperlukan upaya dari seluruh elemen masyarakat untuk dapat melakukan strategi pengembangan desa wisata berkelanjutan yang menjadi prioritas utama desa wisata Sukamandi.

Tabel 1. Instrumen Pertanyaan dan Hasil Pretest serta Posttest

INSTRUMEN PERTANYAAN		PRETEST				POSTTEST			
Pemahaman tentang Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan									
No.	Butir Pertanyaan	Tidak Paham	Kurang Paham	Paham	Sangat Paham	Tidak Paham	Kurang Paham	Paham	Sangat Paham
1.	Bapak/Ibu/Saudara memahami konsep desa wisata berkelanjutan dan manfaatnya bagi masyarakat	25%	50%	25%	0%	0%	15%	60%	25%
2.	Bapak/Ibu/Saudara memahami prinsip-prinsip dasar dalam mengelola desa wisata secara berkelanjutan	35%	45%	20%	0%	5%	15%	65%	15%
3.	Bapak/Ibu/Saudara memahami tantangan utama dalam pengelolaan desa wisata berkelanjutan	40%	35%	25%	0%	10%	10%	60%	20%
4.	Bapak/Ibu/Saudara memahami cara melibatkan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata	50%	30%	20%	0%	0%	5%	60%	35%
5.	Bapak/Ibu/Saudara memahami bagaimana menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan dalam desa wisata	60%	30%	10%	0%	5%	15%	55%	25%
Pemahaman tentang Peran dan Fungsi Pokdarwis									
1.	Bapak/Ibu/Saudara memahami apa itu Pokdarwis dan fungsinya dalam pengelolaan desa wisata	10%	25%	50%	15%	0%	10%	50%	40%
2.	Bapak/Ibu/Saudara memahami peran Pokdarwis	15%	30%	50%	5%	0%	15%	50%	35%

	dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pariwisata								
3.	Bapak/Ibu/Saudara memahami tugas Pokdarwis dalam menjaga kelestarian lingkungan di desa wisata	20%	30%	50%	0%	5%	5%	50%	40%
4.	Bapak/Ibu/Saudara memahami bagaimana Pokdarwis dapat berkolaborasi dengan pemerintah dan pelaku usaha untuk mengembangkan desa wisata	25%	35%	40%	0%	0%	0%	50%	50%
5.	Bapak/Ibu/Saudara memahami langkah-langkah untuk membentuk dan mengembangkan Pokdarwis di desa wisata	30%	35%	35%	0%	0%	0%	25%	75%
Pemahaman tentang Pengemasan Produk UMKM									
1.	Bapak/Ibu/Saudara memahami pentingnya pengemasan produk UMKM yang menarik untuk meningkatkan daya jual	5%	35%	35%	25%	0%	0%	50%	50%
2.	Bapak/Ibu/Saudara memahami elemen-elemen utama dalam pengemasan produk yang menarik dan berkualitas	25%	35%	30%	10%	5%	20%	40%	35%
3.	Bapak/Ibu/Saudara memahami bagaimana branding dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM	25%	50%	25%	0%	5%	25%	40%	30%
4.	Bapak/Ibu/Saudara memahami teknik pemasaran produk UMKM yang efektif untuk wisatawan	35%	40%	25%	0%	5%	20%	45%	30%
5.	Bapak/Ibu/Saudara memahami cara meningkatkan daya saing produk UMKM melalui inovasi kemasan	40%	45%	15%	0%	10%	20%	40%	30%
Pemahaman tentang Promosi Desa Wisata melalui Media Sosial									
1.	Bapak/Ibu/Saudara memahami pentingnya media sosial dalam mempromosikan desa wisata	0%	25%	35%	40%	0%	15%	35%	50%

2.	Bapak/Ibu/Saudara memahami cara membuat konten menarik untuk promosi desa wisata di media sosial	25%	30%	45%	0%	5%	10%	50%	35%
3.	Bapak/Ibu/Saudara memahami platform media sosial yang paling efektif untuk promosi desa wisata	0%	20%	50%	30%	0%	0%	40%	60%
4.	Bapak/Ibu/Saudara memahami strategi meningkatkan interaksi audiens dalam promosi desa wisata di media sosial	30%	35%	30%	5%	5%	15%	40%	40%
5.	Bapak/Ibu/Saudara memahami bagaimana bekerja sama dengan <i>influencer</i> atau <i>travel blogger</i> untuk meningkatkan promosi desa wisata	40%	40%	20%	0%	15%	15%	45%	25%

KESIMPULAN & SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diinisiasi oleh tim dari Program Studi MICE Politeknik Negeri Jakarta membawa tema Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia di Bidang Kepariwisata di Desa Wisata Sukamandi, Kecamatan Sagalaherang, Kabupaten Subang, telah memberikan hasil yang positif bagi penduduk setempat. Pelatihan yang dilaksanakan mencakup berbagai aspek dalam pengelolaan desa wisata, mulai dari konsep desa wisata yang berkelanjutan, peran aktif kelompok sadar wisata, pengemasan produk UMKM, hingga strategi untuk promosi melalui platform media sosial dalam rangka mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan.

Hasil penilaian melalui pretest dan posttest mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Rata-rata nilai posttest menunjukkan peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan nilai pretest, yang mengindikasikan bahwa pelatihan ini sukses dalam memperkuat kapasitas dan keterampilan

masyarakat untuk mengelola desa wisata dengan cara yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Dengan bertambahnya pemahaman dan keterampilan sumber daya manusia di Desa Wisata Sukamandi, diharapkan pengelolaan desa wisata dapat beroperasi dengan lebih optimal, membuka lebih banyak peluang ekonomi, serta menjaga kelestarian budaya dan lingkungan setempat. Keberlanjutan program pelatihan dan pendampingan merupakan langkah penting agar masyarakat terus bisa beradaptasi dengan perkembangan dalam sektor pariwisata dan mampu bersaing dalam industri pariwisata yang kian kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsop, R., Bertelsen, M., & Holland, J. (2006). *Empowerment in Practice From Analysis to Implementation*. The World Bank.
- Aurelya, S., Hotiah, S., Aminah, S., Nofiani, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Strategi Promosi Menggunakan Sosial Media Untuk Mengoptimalkan

- Branding Desa Wisata. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 112–117. https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Azzahra, S., Sanistasya, P. A., Arsyad, A. W., & Althalets, F. (2024). Webinar Bisnis untuk Meningkatkan Branding Para Wirausaha Muda melalui Digital Branding di Kota Samarinda. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 4(4), 967–974.
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G., Powell, I., & Waller, D. (2020). *Advertising: An Integrated Marketing Communication Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Cohen, S. A., & Cohen, E. (2019). New directions in the sociology of tourism. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 22, Issue 2, pp. 153–172). Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1347151>
- Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Subang, *Rencana Strategis (RENSTRA) Perubahan 2018 – 2023*.
- Executive Council UNWTO. (2014). *Thematic discussion: The Role of Tourism Routes in Fostering Regional Development and Integration*. <https://doi.org/10.18111/unwtoecd.2014.1.1671v811w3771u14>
- Fadila Bahmid, N., Van Gobel, L., Antu, Y., Riyanto, F., & Nugraha, A. (2023). Development of Community-Based Tourism Village through Local Community Participation (A Literature Review). In *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary* (Vol. 1). <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple> INSTITERC OMPUBLISHER <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple>
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. In *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* (Vol. 7, Issue 4). www.ajhtl.com
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1200–1217.
- Qur'ani, B., T., R., & Widodo, S. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Kemasan Sekunder terhadap Penjualan Produk Bakery. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 53–62. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.156>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>
- Rifqi, M. R., Kamilah, & Syahriza, R. (2023). Analisis Pemanfaatan Potensi Lokal Sebagai Objek Wisata untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kaitannya Pada Pencapaian Sustainable Development Goals. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 3).
- Sukaris, S., Kurniawan, A., & Kurniawan, M. D. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Desa yang Berkelanjutan. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 17. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i1.4751>
- Trisnawaty. (2023). PERAN KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA (STUDI KASUS DI DESA KAMPUNG TAHU KECAMATAN DOLOK MASIHUL KABUPATEN SERDANG BEDAGAI) Trisnawaty 1 Politeknik Pariwisata Medan. *Jurnal Akomodasi Agung*, X(2).