

Pendampingan Pengelola Desa Wisata Karangjaya, Karawang melalui Platform Digital Berbasis Komunitas

Neni Sumarni ^{a*}, Enjang Suherman ^b, Rieke Retnosary ^c, Rena Augia P ^d, Ihsan Nasihin ^e

^{a,b,c,d,e} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed tourist behavior in searching for information, making reservations, and sharing travel experiences. Modern tourists increasingly rely on digital platforms, social media, and destination information systems when making travel decisions. However, many tourism villages continue to manage their destinations conventionally, resulting in relatively low competitiveness compared with destinations that have adopted digital technologies. Therefore, this community service program aimed to develop a strategic framework for tourism village development by utilizing digital technology through a community-based approach known as Community-Based Sustainable Tourism (CBST). The program applied the Participatory Action Research (PAR) method through mentoring for tourism village managers. The CBST approach is important because it positions local communities as both the primary actors and the principal beneficiaries of tourism development. The program resulted in a strategic solution through the development of a community-based digital platform that functions as a medium for promotion, reservations, destination information, tour package management, and visitor monitoring through an integrated dashboard. Through this platform, village communities can manage tourism more independently, transparently, sustainably, and competitively.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku wisatawan dalam mencari informasi, melakukan reservasi, hingga berbagi pengalaman wisata. Wisatawan modern semakin mengandalkan platform digital, media sosial, dan sistem informasi destinasi dalam menentukan keputusan berkunjung. Namun, sebagian besar desa wisata masih mengelola destinasi secara konvensional sehingga daya saingnya relatif rendah dibandingkan dengan destinasi yang telah mengadopsi teknologi digital. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan rancangan strategis pengembangan desa wisata dengan memanfaatkan teknologi digital melalui pendekatan berbasis komunitas yang dikenal sebagai Community-Based Sustainable Tourism (CBST). Metode pengabdian menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) melalui pendampingan kepada pengelola desa wisata. Pendekatan CBST penting karena menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama sekaligus penerima manfaat utama dalam pengembangan pariwisata. Program ini menghasilkan solusi strategis melalui pengembangan platform digital berbasis komunitas yang berfungsi sebagai media promosi, reservasi, penyedia informasi destinasi, pengelolaan paket wisata, dan pemantauan kunjungan melalui dashboard terintegrasi. Melalui platform tersebut, masyarakat desa dapat mengelola pariwisata secara lebih mandiri, transparan, berkelanjutan, dan berdaya saing.

ARTICLE HISTORY

Received 06 August 2026
Accepted 27 August 2026
Published 01 October 2026

KEYWORDS

Mentoring; Tourism Village Managers; Community-Based Sustainable Tourism (CBST); Digital Platform; Competitiveness.

KATA KUNCI

Pendampingan; Pengelola Desa Wisata; CBST; Platform Digital; Daya Saing.

1. Pendahuluan

Pariwisata desa menjadi salah satu strategi nasional untuk mendorong pemerataan pembangunan ekonomi, pengentasan kemiskinan, serta pelestarian budaya dan lingkungan (Hariyadi *et al.*, 2024; Hastuti *et al.*, 2024; Hernández *et al.*, 2025; Lusi *et al.*, 2023). Pemerintah Indonesia melalui Kementerian

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif secara konsisten mendorong pengembangan desa wisata sebagai motor penggerak ekonomi lokal yang berbasis pada potensi alam, budaya, dan kearifan lokal. Namun, dalam praktiknya, banyak desa wisata masih menghadapi tantangan dalam pemasaran, manajemen destinasi, serta keberlanjutan pengelolaan lokal (Juliana *et al.*, 2022; Salim *et al.*, 2022; Saraswati, 2021; Sugiartana *et al.*, 2021).

Pariwisata di Kabupaten Karawang memiliki potensi yang besar dengan adanya dukungan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Karawang Nomor 3 Tahun 2016 (Sumarni & Faddila, 2023). Pengembangan wisata di Karawang diharapkan mampu mendorong pengembangan wisata daerah dan lokal. Pengembangan desa wisata di Kabupaten Karawang memiliki landasan hukum melalui Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 8 Tahun 2020 tentang Desa Wisata. Peraturan tersebut menjadi dasar dalam pengelolaan dan penetapan kawasan desa wisata di Kabupaten Karawang. Pelaksanaannya kemudian diperkuat melalui Peraturan Bupati Kabupaten Karawang Nomor 301 Tahun 2023 tentang Tata Cara Penilaian, Penetapan, Pengawasan dan Pengendalian Desa Wisata serta Peraturan Bupati Kabupaten Karawang Nomor 50 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 8 Tahun 2020 tentang Desa Wisata. Untuk mendorong daya saing dan keberlanjutan destinasi, diperlukan pendekatan Community-Based Sustainable Tourism (CBST), yaitu pengembangan pariwisata dengan menempatkan masyarakat lokal sebagai pemeran utama dalam menjalankan desa wisata (Haryono, 2025; Pane *et al.*, 2021). Selain itu, digitalisasi diperlukan untuk mendukung desa wisata di Karawang agar mampu mempromosikan dan memasarkan potensi wisatanya secara lebih efektif.



Gambar 1. Profil Desa Wisata Karangjaya

Sumber: Website Desa Wisata (2026)

Salah satu contoh kondisi tersebut terdapat pada Desa Wisata Karangjaya yang telah memiliki platform digital, tetapi kelengkapan dan keberlanjutan informasi di dalam platform tersebut masih kurang karena pemahaman pengelola dalam melakukan pembaruan data masih terbatas. Hal ini sesuai dengan pernyataan pengelola desa wisata sekaligus Ketua Forum Desa Wisata, Bapak Holil, bahwa 3 dari 5 orang pengelola telah memahami teknologi, sedangkan pengelola lainnya masih memerlukan pelatihan. Wawancara dengan pengelola tersebut terlihat pada Gambar 4.

Selain itu, pencatatan laporan kunjungan wisatawan masih dilakukan secara konvensional, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Handwritten data entry form for village tourism visits. The form is titled 'Data Saja' and contains a list of visitors with their names, IDs, destinations, and dates. The data is as follows:

NAMA	KODE BA	ALAMAT	LEMBAGA PENDIRI	JUMLAH PENGUNJUN	PAKET PELATIH	WAKTU KUNJUN
1. Sri Al Mubtahir - 0806000027	Prof. - Kumpu	45	Kumpu	27/08/14/23		
2. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10 - 23		
3. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10 - 23		
4. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
5. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
6. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
7. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
8. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
9. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
10. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
11. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
12. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
13. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
14. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
15. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
16. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
17. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
18. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
19. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		
20. Rudi Mubtahir - 0877 776 316	Turangga - Kumpu	26	Kumpu	30/10/23		

Gambar 2. Data Kunjungan

Sumber: Desa Wisata Karangjaya (2026)

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pelatihan dan pendampingan untuk mendukung transformasi digital di Desa Wisata Karangjaya. Oleh karena itu, tujuan dan fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah mendorong penguatan kapasitas dan keberlanjutan pengelolaan desa wisata melalui pendekatan terpadu berbasis komunitas dan teknologi digital. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola desa wisata dalam menerapkan tata kelola yang profesional, partisipatif, dan berkelanjutan sehingga potensi lokal dapat dioptimalkan secara efektif. Program ini juga diarahkan pada pengembangan platform digital desa wisata berbasis komunitas yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi, komunikasi, dan pengelolaan informasi wisata secara terintegrasi. Dalam aspek sumber daya manusia, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan promosi digital melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan konten kreatif, serta penerapan strategi pemasaran daring yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, kegiatan ini berupaya mengintegrasikan prinsip Community-Based Sustainable Tourism (CBST) dalam pengelolaan destinasi dengan menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan pariwisata. Integrasi peningkatan kapasitas, digitalisasi, dan pendekatan berbasis komunitas tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan daya saing destinasi secara berkelanjutan serta mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang terdapat di Desa Wisata Karangjaya meliputi 1) pengelolaan destinasi belum berbasis sistem digital; 2) promosi wisata masih konvensional dan terbatas; 3) kapasitas sumber daya manusia dalam digital tourism masih rendah; 4) belum tersedia platform reservasi dan informasi yang terintegrasi; 5) prinsip keberlanjutan belum diimplementasikan secara sistematis; dan 6) data kunjungan dan ekonomi wisata belum terdokumentasi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian dilakukan melalui pendampingan yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital.

2. Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), yaitu pendekatan penelitian partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek sekaligus mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan (Fajrin *et al.*, 2025). Dalam pendekatan ini, masyarakat tidak hanya berperan sebagai objek penelitian, tetapi terlibat secara langsung sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Keterlibatan aktif tersebut bertujuan memastikan bahwa program yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan, potensi, dan karakteristik lokal sehingga memiliki keberlanjutan yang lebih baik.

Pendekatan PAR dalam program ini dipadukan dengan strategi *community development*, *capacity building*, dan *technology transfer*. Melalui pendekatan *community development*, kegiatan difokuskan pada pemberdayaan masyarakat lokal dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Selanjutnya, *capacity building* dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kompetensi masyarakat, khususnya dalam aspek manajemen destinasi, pemasaran digital, dan pengelolaan layanan wisata. Sementara itu, *technology transfer* diarahkan pada pengenalan dan penerapan teknologi digital yang relevan, seperti penggunaan platform pemasaran daring, sistem reservasi, serta pengelolaan konten digital destinasi.

Untuk mengetahui keberhasilan program pendampingan, digunakan instrumen berupa kriteria keberhasilan program. Kriteria tersebut digunakan untuk mengidentifikasi tingkat capaian kegiatan berdasarkan skor dan kategori keberhasilan yang telah ditetapkan.

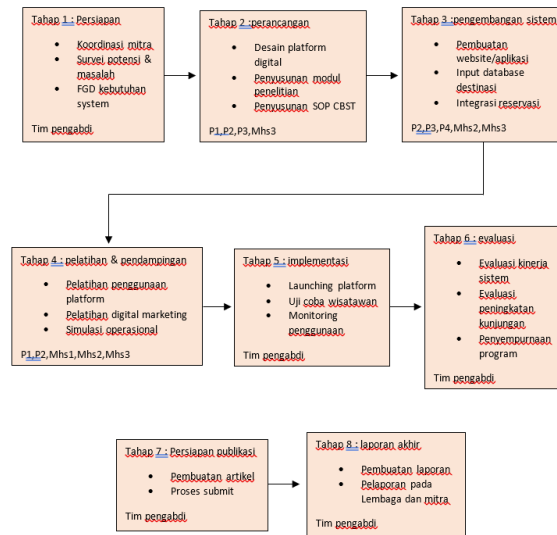
Tabel 1. Kriteria Keberhasilan Program

Skor	Kategori	Tingkat Capaian	Kriteria Umum
4	Sangat Berhasil	86–100%	Target tercapai atau terlampaui, berfungsi dengan baik, terdokumentasi, dan telah digunakan secara mandiri.
3	Berhasil	71–85%	Sebagian besar target tercapai dan dapat diterapkan, tetapi masih memerlukan penyempurnaan kecil.
2	Cukup Berhasil	51–70%	Target baru tercapai sebagian dan pelaksanaannya masih memerlukan pendampingan lanjutan.
1	Kurang Berhasil	1–50%	Capaian masih rendah, belum berfungsi secara optimal, dan membutuhkan perbaikan substansial.
0	Tidak Tercapai	0%	Kegiatan belum dilaksanakan atau tidak terdapat bukti capaian.

Sumber: Tim Pengabdian (2026)

Dalam implementasinya, mitra memiliki peran strategis dalam mendukung keberhasilan program. Mitra berkontribusi dalam penyediaan data dan informasi terkait kondisi destinasi wisata yang menjadi dasar dalam perumusan program. Selain itu, mitra menyediakan sumber daya manusia, khususnya pengelola destinasi yang menjadi peserta utama dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan (Muda Y.P., 2025). Dukungan fasilitas pelatihan, baik berupa tempat maupun sarana pendukung, juga disediakan oleh mitra untuk memastikan kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Selanjutnya, mitra berperan dalam pengelolaan dan keberlanjutan platform digital yang dikembangkan setelah program selesai. Dengan demikian, hasil kegiatan diharapkan tidak bersifat sementara, tetapi dapat terus dimanfaatkan dan dikembangkan oleh masyarakat secara berkelanjutan. Dengan pendekatan yang partisipatif, integratif, dan berorientasi pada pemberdayaan, program ini diharapkan mampu menghasilkan model pengelolaan desa wisata yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital sekaligus memiliki kekuatan sosial melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Sumber: Tim Pengabdian (2026)

3. Hasil

3.1 Kondisi Awal Mitra

Berdasarkan hasil identifikasi awal, pengelolaan desa wisata masih dilakukan secara konvensional dan belum didukung oleh pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Informasi mengenai daya tarik wisata, fasilitas, paket wisata, harga, jadwal kegiatan, dan layanan reservasi belum tersedia secara terintegrasi. Promosi destinasi umumnya masih mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut, media sosial pribadi, serta publikasi yang dilakukan secara tidak terjadwal. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran desa wisata relatif terbatas dan calon wisatawan mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi yang lengkap dan terpercaya sebelum melakukan kunjungan.

Selain itu, pengelola belum memiliki sistem pencatatan data wisatawan, transaksi, reservasi, dan evaluasi kepuasan pengunjung yang dapat digunakan secara optimal sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan. Pencatatan kunjungan masih dilakukan secara konvensional, sedangkan koordinasi antar-pengelola dan pengelolaan layanan wisata belum didukung oleh sistem digital yang terintegrasi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dalam pengelolaan destinasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan prinsip keberlanjutan.

Permasalahan juga ditemukan pada aspek promosi dan sumber daya manusia. Strategi promosi masih bersifat konvensional dan penggunaan media digital belum optimal sehingga jangkauan pasar relatif terbatas. Di sisi lain, sebagian pengelola belum memahami pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, pemasaran melalui internet, pelayanan reservasi secara daring, serta pemanfaatan data pengunjung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan mitra tidak hanya berkaitan dengan penyediaan teknologi, tetapi juga dengan peningkatan kapasitas masyarakat agar mampu menggunakan dan mengelola teknologi tersebut secara mandiri.

Permasalahan lainnya adalah belum tersedianya platform reservasi dan sistem informasi yang terintegrasi untuk memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi dan melakukan pemesanan. Prinsip keberlanjutan juga belum diimplementasikan secara sistematis dalam pengelolaan destinasi, baik dari aspek lingkungan, sosial, maupun ekonomi. Selain itu, data terkait jumlah kunjungan wisatawan dan dampak ekonomi dari aktivitas pariwisata belum terdokumentasi dengan baik. Kondisi tersebut menyulitkan proses evaluasi, perencanaan, dan pengambilan keputusan berbasis data. Secara keseluruhan, kondisi awal tersebut menunjukkan perlunya transformasi pengelolaan desa wisata yang berbasis digital, berkelanjutan, dan partisipatif guna mendukung peningkatan daya saing serta keberlanjutan destinasi wisata.

3.2 Kondisi Awal Mitra

Kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) dan Community-Based Sustainable Tourism (CBST). Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam proses identifikasi masalah, perencanaan program, penerapan teknologi, evaluasi, dan penyusunan rencana tindak lanjut.

Pada tahap awal, tim pengabdian bersama pemerintah desa, kelompok sadar wisata, pelaku usaha lokal, dan perwakilan masyarakat melakukan pemetaan terhadap potensi serta permasalahan pengelolaan desa wisata. Pemetaan tersebut mencakup daya tarik wisata, produk ekonomi kreatif, kuliner lokal, fasilitas pendukung, aksesibilitas, sumber daya manusia, kegiatan masyarakat, serta media promosi yang telah digunakan.

Hasil pemetaan kemudian menjadi dasar dalam menentukan jenis teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan pengelola. Dengan demikian, teknologi yang diperkenalkan tidak hanya berorientasi pada kecanggihan sistem, tetapi juga mempertimbangkan kemudahan penggunaan, manfaat praktis, kemampuan operasional masyarakat, dan keberlanjutan pengelolaannya. Tahapan pelaksanaan pengabdian bersama mitra ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Bersama Mitra

Sumber: Tim Pengabdian (2026)

4. Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang telah disepakati bersama dengan mitra. Pendampingan tata kelola dilakukan oleh beberapa dosen dengan bidang keahlian Manajemen Sumber Daya Manusia. Meskipun bidang keahlian tersebut tidak secara khusus berasal dari bidang pariwisata, pendampingan tata kelola disesuaikan dengan kebutuhan pengelola desa wisata berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh tim. Pendampingan tersebut mendukung penyusunan SOP dan penguatan tata kelola pengelolaan desa wisata. Sementara itu, pendampingan platform digital, operasional, dan pemasaran digital dilakukan oleh dosen dengan bidang keahlian pemasaran digital dan sistem informasi. Luaran yang dihasilkan meliputi platform digital untuk mendukung promosi serta aplikasi pendataan kunjungan wisatawan.

Pemanfaatan teknologi dapat membantu pengelola dalam menyampaikan informasi mengenai produk wisata kepada calon wisatawan. Hal tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Moerdyanto *et al.* (2026), yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital dapat menjadi salah satu strategi pemasaran untuk mengoptimalkan proses penjualan. Perkembangan teknologi digital telah

mengubah cara wisatawan mencari informasi, merencanakan perjalanan, hingga mengevaluasi pengalaman wisata (Purwono *et al.*, 2019; Rais *et al.*, 2022; Sumarni, 2023). Wisatawan modern semakin mengandalkan platform digital, media sosial, dan aplikasi daring dalam menentukan destinasi wisata (Adinugraha, 2022; Nogueira *et al.*, 2022). Kondisi tersebut menuntut desa wisata untuk melakukan transformasi digital agar tetap relevan dan kompetitif. Digitalisasi desa wisata tidak hanya mencakup promosi daring, tetapi juga dapat meliputi pengelolaan data wisatawan, layanan digital, sistem reservasi, dan komunikasi interaktif antara pengelola dan wisatawan (Karpova *et al.*, 2019; Mumtaz *et al.*, 2021).

Kegiatan pengembangan desa wisata berbasis digital memberikan manfaat terutama dalam mendukung peningkatan kapasitas pengelola dan penguatan pengelolaan destinasi. Pelatihan dan pendampingan memberikan kesempatan kepada pengelola untuk memanfaatkan media sosial, platform pemasaran digital, serta sistem pendataan kunjungan. Penguatan kelembagaan Kelompok Sadar Wisata juga menjadi bagian dari upaya mendukung keberlanjutan pengelolaan destinasi melalui peningkatan kapasitas organisasi, manajemen, dan koordinasi antaranggota. Pendekatan tersebut sejalan dengan penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menempatkan pemanfaatan teknologi, kapasitas masyarakat, dan pengelolaan berbasis komunitas sebagai bagian dari pengembangan desa wisata (Uğurlu, 2022; Vila *et al.*, 2024). Transformasi pengelolaan desa wisata yang berbasis digital, berkelanjutan, dan partisipatif juga diperlukan untuk mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata (Saura *et al.*, 2020; Sharma *et al.*, 2025).

Solusi yang diterapkan dalam program ini dirancang secara terpadu untuk menjawab permasalahan tata kelola, digitalisasi, dan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan desa wisata berbasis *Community-Based Sustainable Tourism* (CBST). Pendekatan yang digunakan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dan partisipatif. Secara umum, solusi program mencakup empat komponen utama, yaitu pendampingan tata kelola CBST, pengembangan platform digital, pelatihan *digital marketing*, serta pendampingan operasional. Pendekatan tersebut sejalan dengan pengabdian terdahulu oleh Agussaini dan Zainuddin (2025) yang menyatakan bahwa pendekatan berbasis masyarakat dapat mendukung optimalisasi strategi pengembangan wisata.

Pertama, pendampingan tata kelola CBST difokuskan pada penguatan sistem pengelolaan desa wisata yang berbasis pada prinsip partisipasi masyarakat dan keberlanjutan. Kegiatan ini meliputi penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan wisata yang mencakup aspek pelayanan, pengelolaan atraksi, serta koordinasi antarpemangku kepentingan. Selain itu, dikembangkan model partisipasi masyarakat yang mendorong keterlibatan aktif warga dalam setiap tahapan pengelolaan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Pendampingan juga mencakup pengelolaan lingkungan destinasi, seperti pengelolaan sampah, konservasi sumber daya alam, serta penerapan praktik wisata ramah lingkungan guna mendukung keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang.

Kedua, pengembangan platform digital dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas dan mendukung pengelolaan informasi desa wisata melalui pemanfaatan teknologi informasi. Platform ini dirancang sebagai sistem yang memuat fitur profil desa wisata, paket wisata, sistem reservasi, kalender kegiatan, pemasaran produk lokal, serta dashboard data kunjungan. Pengembangan fitur tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pengelola. Dengan adanya platform tersebut, pengelola memiliki sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi destinasi sekaligus mendukung pengelolaan data kunjungan secara lebih terstruktur.

Ketiga, pelatihan *digital marketing* diberikan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan komunikasi pemasaran. Pelatihan mencakup strategi pemasaran melalui media sosial, teknik produksi konten foto dan video yang sesuai dengan karakter destinasi, serta kemampuan *copywriting* untuk menyusun pesan promosi. Selain itu, peserta diperkenalkan pada platform digital seperti Google Maps dan *Online Travel Agent* (OTA). Berdasarkan hasil pelaksanaan, terdapat lima orang pengelola yang menjadi sasaran kegiatan dan empat orang telah mampu memahami materi *digital marketing* serta membuat konten. Dengan demikian, capaian peserta yang memenuhi kemampuan tersebut sebesar 80% (4 dari 5 orang). Berdasarkan kriteria keberhasilan program pada Tabel 2, capaian 80% termasuk dalam kategori Berhasil, yaitu pada rentang 71–85%.

Keempat, pendampingan operasional dilakukan untuk mendukung penggunaan sistem digital yang telah dikembangkan dalam kegiatan pengelolaan sehari-hari. Kegiatan meliputi simulasi penggunaan sistem digital, pelatihan manajemen *booking*, serta pendampingan dalam pengelolaan layanan digital.

Pendampingan tersebut ditujukan agar pengelola tidak hanya memperoleh produk teknologi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menggunakannya dalam kegiatan operasional. Berdasarkan hasil pelaksanaan, sistem pendataan kunjungan telah dikembangkan untuk membantu pengelola dalam mencatat data kunjungan wisatawan. Program dan indikator capaian kegiatan pengabdian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Program dan Indikator Capaian Kegiatan Pengabdian

No	Program/Kegiatan	Indikator Capaian	Target	Proses Capaian
1	Pendampingan Tata Kelola CBST	Tersusunnya SOP pengelolaan desa wisata	1 dokumen SOP lengkap	- Identifikasi kondisi awal tata kelola - FGD dengan pengelola dan masyarakat - Penyusunan draft SOP - Validasi bersama stakeholder
		Terbentuknya model partisipasi masyarakat	1 model partisipatif berbasis komunitas	- Mapping stakeholder lokal - Analisis peran masyarakat - Penyusunan skema partisipasi - Sosialisasi dan uji coba
		Implementasi pengelolaan lingkungan destinasi	Minimal 70% praktik ramah lingkungan diterapkan	- Pelatihan pengelolaan lingkungan - Penyediaan panduan eco-tourism - Monitoring implementasi - Evaluasi berkala
2	Pengembangan Platform Digital	Tersedianya website/platform desa wisata	1 platform aktif dan dapat diakses	- Analisis kebutuhan sistem - Desain UI/UX - Pengembangan sistem - Uji coba dan launching
		Fitur profil desa wisata tersedia	100% profil desa terinput	- Pengumpulan data desa - Penulisan konten profil - Upload ke sistem
		Fitur paket wisata online	Minimal 5 paket wisata tersedia	- Identifikasi produk wisata - Penyusunan paket - Input ke platform
		Sistem reservasi online berjalan	80% transaksi dapat dilakukan online	- Pengembangan sistem booking - Integrasi pembayaran (jika ada) - Simulasi transaksi
		Kalender event digital aktif	Minimal 3 event terjadwal	- Inventarisasi event - Penjadwalan - Publikasi digital
		Marketplace produk lokal tersedia	Minimal 10 produk lokal terdaftar	- Pendataan UMKM - Kurasi produk - Upload ke marketplace
		Dashboard data kunjungan tersedia	Data pengunjung dapat dipantau real-time	- Integrasi data analytics - Pelatihan penggunaan dashboard
3	Pelatihan Digital Marketing	Peningkatan kemampuan social media marketing	80% peserta mampu mengelola akun bisnis	- Pelatihan teori dan praktik - Studi kasus - Pendampingan langsung
		Produksi konten foto & video wisata	Minimal 20 konten digital dihasilkan	- Workshop fotografi & videografi - Praktik lapangan - Editing konten

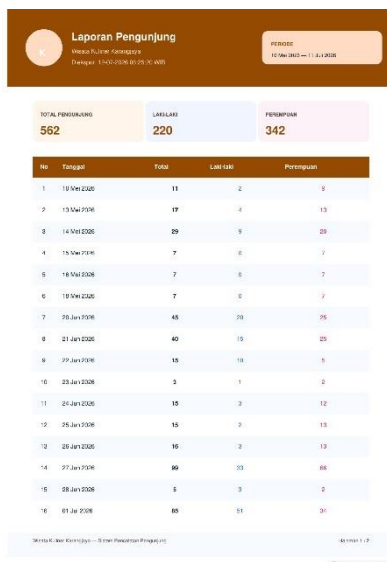
	Peningkatan kemampuan copywriting	80% peserta mampu membuat caption promosi	- Pelatihan copywriting - Latihan membuat konten - Review dan evaluasi
	Desa wisata terdaftar di Google Maps & OTA	Minimal 1 listing aktif per desa	- Registrasi Google Maps - Input data lokasi - Pendaftaran OTA
4	Pendampingan Operasional	Kemampuan penggunaan sistem digital	80% pengelola mampu mengoperasikan sistem
	Sistem manajemen booking berjalan	70% reservasi dikelola sistem	- Pelatihan penggunaan platform - Simulasi operasional - Pendampingan intensif
	Pengelolaan ulasan wisatawan	80% ulasan ditanggapi secara profesional	- Simulasi booking - Penggunaan dashboard - Monitoring transaksi
			- Pelatihan customer service digital - Simulasi respon ulasan - Monitoring performa

Sumber: Tim Pengabdian (2026)

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, pengelola desa wisata yang menjadi sasaran berjumlah lima orang. Dari jumlah tersebut, empat orang telah mampu memahami materi *digital marketing* dan membuat konten promosi, sehingga capaian kemampuan peserta mencapai 80%. Berdasarkan kriteria keberhasilan program, capaian tersebut termasuk kategori Berhasil. Selain itu, penyusunan SOP dilaporkan telah mencapai target yang ditetapkan, yaitu tersusunnya satu dokumen SOP pengelolaan desa wisata. Dengan demikian, hasil yang telah tersedia menunjukkan adanya capaian pada aspek tata kelola dan peningkatan kapasitas digital pengelola. Namun, indikator lainnya masih perlu disertai data realisasi agar tingkat pencapaiannya dapat dinilai secara objektif berdasarkan target yang telah ditetapkan.

Program pengabdian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa pendampingan tidak hanya menghasilkan keluaran berupa dokumen tata kelola dan peningkatan kemampuan pengelola, tetapi juga menghasilkan dukungan teknologi untuk pendataan kunjungan wisatawan. Meskipun demikian, hasil tersebut masih memerlukan pengembangan dan perbaikan pada tahap berikutnya agar pemanfaatan teknologi dapat dilakukan secara lebih optimal dan berkelanjutan oleh mitra.

Tim pengabdian juga mengembangkan dashboard data kunjungan untuk memudahkan pengelola desa wisata dalam melakukan pendataan kunjungan wisatawan. Data tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari administrasi pengelolaan destinasi dan berpotensi mendukung penyusunan laporan kepada dinas terkait di Pemerintah Kabupaten Karawang. Dengan demikian, dashboard tidak hanya mendukung kebutuhan internal pengelola, tetapi juga berpotensi membantu penyediaan data administrasi yang lebih terstruktur. Sistem yang dikembangkan dalam kegiatan pendampingan ini masih bersifat sederhana sehingga pengembangan lebih lanjut memerlukan kesiapan sumber daya dari pihak mitra. Hasil pengembangan dashboard data kunjungan ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Pengabdian Berupa Pembuatan Dashboard Kunjungan
Sumber: Tim Pengabdian (2026)

5. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat disimpulkan bahwa pendampingan yang dilakukan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dan *Community-Based Sustainable Tourism* (CBST) memberikan hasil pada aspek peningkatan kapasitas pengelola, tata kelola, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan Desa Wisata Karangjaya. Pendampingan memberikan pemahaman kepada pengelola mengenai pemanfaatan teknologi digital tidak hanya sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana promosi, komunikasi pemasaran, pengelolaan layanan wisata, dan pendataan kunjungan.

Pada aspek peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kegiatan melibatkan lima orang pengelola desa wisata. Berdasarkan hasil pelaksanaan, empat orang atau sebesar 80% telah mampu memahami materi *digital marketing* dan membuat konten promosi. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan telah memberikan peningkatan kemampuan dasar pengelola dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung kegiatan promosi desa wisata.

Pada aspek tata kelola, kegiatan pendampingan menghasilkan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) pengelolaan desa wisata sesuai dengan target program. Pendampingan juga diarahkan pada penguatan partisipasi masyarakat dan penerapan prinsip CBST dalam pengelolaan destinasi. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berorientasi pada penerapan teknologi, tetapi juga pada penguatan kapasitas dan tata kelola masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan desa wisata.

Pada aspek digitalisasi, tim pengabdian mengembangkan sistem pendataan kunjungan wisatawan dalam bentuk dashboard. Sistem tersebut ditujukan untuk membantu pengelola melakukan pencatatan dan pemantauan data kunjungan secara lebih terstruktur. Data yang dihasilkan juga berpotensi dimanfaatkan sebagai bahan administrasi dan pelaporan kepada instansi terkait di Pemerintah Kabupaten Karawang. Namun, sistem yang dikembangkan masih bersifat sederhana sehingga pengembangan dan pemanfaatan lebih lanjut memerlukan kesiapan sumber daya dari pihak mitra.

Program ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah pengelola yang terlibat secara aktif masih terbatas pada lima orang sehingga pengelolaan teknologi dan pembagian tugas operasional masih bergantung pada individu tertentu. Selain itu, ketersediaan sarana teknologi dan kestabilan jaringan internet masih menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam keberlanjutan pengelolaan platform dan sistem digital. Data kunjungan yang tersedia juga masih terbatas karena sistem baru digunakan dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan dan pengumpulan data

secara berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan pengelola, memperbaiki sistem, serta menghasilkan data yang dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan pengembangan desa wisata.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada rekan-rekan pengabdian dan juga mitra, dalam hal ini tentunya Kerjasama yang baik dan berkelanjutan akan memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan. Dari mitra juga penulis mendapatkan sertifikat :



Referensi

- Agussaini, H., & Zainuddin, Z. (2025). Pengembangan wisata pesisir berkelanjutan di Gampong Beureunut melalui konsep minapolitan. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 68–74. <https://doi.org/10.56347/kjpkkm.v4i2.325>
- Fajrin, Y., Sumarni, N., & Arisandi, V. (2025). Pendampingan pengembangan desa wisata menuju legalisasi berbasis pentahelix di Kabupaten Karawang. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 168–175. <https://doi.org/10.56347/kjpkkm.v4i2.351>
- Hariyadi, B. R., Rokhman, A., Rosyadi, S., Yamin, M., & Runtiko, A. G. (2024). The role of community-based tourism in sustainable tourism village in Indonesia. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(7), e05466. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-038>
- Haryono, J., Nurbaeti, N., Sulartiningrum, S., Arafah, W., & Ingkadijaya, R. (2025). Digital transformation of rural tourism villages: A systematic literature review on strategies, challenges, and opportunities for sustainable tourism development. *Technium Social Sciences Journal*, 73, 359–369. <https://doi.org/10.47577/tssj.v73i1.12936>
- Hastuti, H., Maulana, H. F., Mahyudin, M., & Rahim, A. (2024). Pengembangan pariwisata berbasis community based tourism pada Desa Wisata Waburi Park Buton Selatan. *Journal of Human and Education (JAHE)*, 4(1), 545–550. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.693>
- Juliana, J., Lemy, D. M., Hubner, I. B., Pramono, R., Maleachi, S., & Sitorus, N. B. (2022). Acceleration of community-based tourism village development in West Java Province. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 10–18. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.7368>
- Karpova, G. A., Kuchumov, A. V., Testina, Y. S., & Voloshinova, M. V. (2019). Digitalization of a tourist destination. In *Proceedings of the 2019 International SPBPU Scientific Conference on Innovations in Digital Economy* (pp. 1–6). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3372177.3373342>

- Lugo Hernández, L. T., Uriás Rivas, M. O., Beltrán Lugo, L., & Barraza Rubio, G. (2025). Estrategias de turismo cultural para el desarrollo sustentable del municipio de Sinaloa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(3), 1054–1083. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i3.17701
- Lusi, N. M. P., & Anggriana, P. R. (2023). Pengaruh program desa wisata terhadap perkembangan ekonomi desa dan pelestarian budaya lokal. *Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial*, 12(1), 50–63. <https://doi.org/10.35724/sjias.v12i1.4870>
- Moerdyanto, A. W., Yel, M. B., & Sutisna, S. (2026). Strategi inovatif pemasaran digital berbasis media sosial untuk peningkatan omset Warkop Gasskeun. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 96–102. <https://doi.org/10.56347/kjpkkm.v5i1.409>
- Muda, Y. P. (2025). Pelatihan kepemimpinan dan kerja sama tim dalam peningkatan keterampilan berorganisasi bagi generasi muda Tangerang Selatan. *Kawanad: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 84–90. <https://doi.org/10.56347/kjpkkm.v4i2.332>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1). <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Musliha, M., & Adinugraha, H. H. (2022). Digital marketing in tourism destinations. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga*, 32(2), 130–137. <https://doi.org/10.20473/jeba.V32I22022.130-137>
- Nogueira, S., & Carvalho, J. (2022). The importance of technology and digital media to promote tourism destinations: A conceptual review. In *International Conference on Marketing and Technologies* (pp. 515–525). Springer Nature Singapore.
- Rais, S., Faridah, A., Yuliana, Y., & Ambiyar, A. (2022). A model development of community-based and digital tourism village in Belakang Padang. *International Journal of Health Sciences*, 6(S5), 11822–11835. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS5.11086>
- Salim, M., Sairdama, S. S., Mokodompit, E. A., Aji, B. S., & Khairuldin, W. M. K. F. W. (2022). Sustainable marketing strategies and challenges in tourism business. *International Journal of Health Sciences*, 6(S3), 6446–6450. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS3.7447>
- Saraswati, U. (2021). Rural tourism: Community empowerment in sustainable development. In *Proceedings of the 6th International Conference on Education & Social Sciences (ICESS 2021)* (pp. 359–364). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210918.065>
- Saura, J. R., Reyes-Menendez, A., & Palos-Sanchez, P. R. (2020). The digital tourism business: A systematic review of essential digital marketing strategies and trends. In *Digital marketing strategies for tourism, hospitality, and airline industries* (pp. 1–22). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9783-4.ch001>
- Sharma, S., Dogra, J., & Khan, S. (2024). Destination resilience and transformations in the tourism sector: New tendencies in destination development and management. *Tourism & Management Studies*, 20(4), 17–26. <https://doi.org/10.18089/tms.20240402>
- Sugartana, I. W., & Yasa, G. W. M. (2021). Village development with creativity based on local wisdom in Bali. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 4(7). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v4-i7-09>
- Sumarni, N. (2023). Marketing strategy formulating Mekarbuana Village Tourism Kec. Tegalwaru Regency, Karawang. *Media Wisata*, 21(1), 120–129. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.452>

- Sumarni, N., & Faddila, S. P. (2023). The existence of Mekarbuana tourism through the development of tourism products in increasing visitors or tourists: Case study on Mekarbuana Tourism, Karawang. *Media Wisata*, 21(2), 250–258. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i2.511>
- Sumarni, N., Arisandi, V., & Fajrin, Y. (2025). Tourism village concept assistance and mentoring in Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 608–613. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i2.2808>
- Sumarni, N., Suherman, E., Nurlenawati, N., & Nasihin, I. (2025). Can “Goyang Karawang” be a brand of Karawang tourism city? *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 42–49. <https://doi.org/10.36555/almana.v9i1.2752>
- Uğurlu, K. (2022). Technology in tourism marketing. In A. Hassan (Ed.), *Handbook of technology application in tourism in Asia* (pp. 69–113). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2210-6_4
- Vila, N. A., Cardoso, L., El Archi, Y., & Fraiz Brea, J. A. (2024). The role of digital technology and sustainable practices in tourists' decision making. In Y. El Archi, B. Benbba, L. Dávid, & L. Cardoso (Eds.), *Promoting responsible tourism with digital platforms* (pp. 36–59). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3286-3.ch003>