

Penguatan Kapasitas Masyarakat untuk Pengelolaan Desa Wisata Mandiri Berkelanjutan

Hary Firmansyah¹, Aditya Tri Maulana², Rizki Nur Iman³, Dacep Perdiansyah⁴, Ardian Fathan Arrahman⁵, Jaohara Wianda⁶

¹ Afiliasi (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan)

² Afiliasi (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan)

³ Afiliasi (Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Perjuangan)

⁴ Afiliasi (Program Studi PGSD, Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Perjuangan)

⁵ Afiliasi (Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Perjuangan)

⁶ Afiliasi (Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Perjuangan)

*Penulis Korespondensi: haryfirmansyah92@unper.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 01/01/2026

Diterima: 21/01/2026

Diterbitkan: 19/03/2026

Keywords:

Capacity Building; Community;
Independent Tourism Village;
Sustainable

Kata Kunci:

Penguatan Kapasitas;
Masyarakat; Desa Wisata
Mandiri; Berkelanjutan



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2026 Hary Firmansyah, Aditya Tri Maulana, Rizki Nur Iman, Dacep Perdiansyah, Ardian Fathan Arrahman, Jaohara Wianda

Abstract

The purpose of this activity was to increase the capacity of natural resource management in Tanjungsari Village by introducing the location of tourist attractions through sitemaps created on the Google Maps feature, as an effort to promote regional tourism that will become the flagship of Tanjungsari Village in an effort to increase the attraction and economic resources that could be felt by residents in the local area through the optimization of natural resources managed by the tourism awareness group from the local youth organization. The method used in this activity was a participatory method that involves the participation of the local community to play an active role in the succession of activities carried out. From the implementation of this activity, it could be concluded that the program implemented has succeeded in increasing awareness and active participation of the community in optimizing natural resources as a basis for improving the community's economy through the natural tourism sector which is still in the stage of further development by the local government. Therefore, this activity requires further development carried out periodically by various parties.

Abstrak

Tujuan diadakannya kegiatan ini untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan sumberdaya alam yang ada di Desa Tanjungsari dengan melakukan pengenalan lokasi objek wisata melalui sitemaps yang telah dibuat, sebagai upaya dalam mempromosikan wisata daerah untuk menjadi wisata unggulan Desa Tanjungsari dalam upaya meningkatkan daya tarik dan sumber ekonomi melalui optimalisasi sumber daya alam yang dikelola oleh kelompok sadar wisata dari karangtaruna dan kolaborasi dengan pelaku usaha ecommerce setempat. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu metode partisipatory yang melibatkan keikutsertaan masyarakat setempat untuk berperan aktif dalam sukseki kegiatan yang dilaksanakan. Dari pelaksanaan kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa program yang dijalankan berhasil meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif masyarakat dalam optimalisasi sumber daya alam sebagai basis media peningkatan ekonomi masyarakat melalui sektor wisata alam yang masih dalam tahap pengembangan lebih lanjut oleh pemerintah setempat. Oleh karenanya kegiatan ini membutuhkan pengembangan lebih lanjut yang dilakukan secara berkala oleh berbagai pihak.

Cara mensitasi artikel:

Hary Firmansyah, Aditya Tri Maulana, Rizki Nur Iman, Dacep Perdiansyah, Ardian Fathan Arrahman, Jaohara Wianda (2026). Penguatan Kapasitas Masyarakat untuk Pengelolaan Desa Wisata Mandiri Berkelanjutan. *Journal of Empowerment Community*, 8(1), 145–150. <https://doi.org/10.36423/jec.v8i1.2632>

PENDAHULUAN

Setiap desa memiliki keberagaman sumber daya, yang berpotensi menjadi media peningkatan ekonomi bagi masyarakat setempat. Desa dengan keberlimpahan potensi alam yang beragam dan diberdayakan, menjadi alternatif pada peningkatan taraf ekonomi masyarakat dalam jangka panjang. Setiap desa memiliki ciri khas yang unik dan berbeda satu sama lainnya. Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu tempat destinasi wisata alam yang banyak dikunjungi wisatawan memiliki *hidden gem* yang menarik dan masuk menjadi rekomendasi pada banyak pencarian tempat wisata yang ada di website maupun media social. Berikut jumlah kunjungan wisatawan ke berbagai objek wisata yang ada di beberapa kabupaten dan kota di provinsi Jawa Barat:

Tabel 1. Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata (Orang)		
	Wisatawan Manca Negara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
	2023	2023	2023
Provinsi Jawa Barat	293.856	59.038.244	59.332.100
Bogor	138.731	6.180.677	6.319.408
Sukabumi	3.988	2.763.179	2.767.167
Cianjur	81.407	1.907.178	1.988.585
Bandung	15.833	1.014.251	1.030.084
Garut	182	3.874.395	3.874.577
Tasikmalaya	1.144	897.455	898.599
Ciamis	533	1.098.910	1.099.443
Kuningan	26	3.081.058	3.081.084
Cirebon	0	683.909	683.909
Majalengka	19	1.050.505	1.050.524
Sumedang	12.023	1.803.403	1.815.426
Indramayu	3	836.782	836.785

Dari tabel 1 yang ditampilkan, bisa diketahui bahwa diantara berbagai kabupaten dan kota yang masuk daftar kunjungan wisatawan, Kabupaten Ciamis menjadi salah satu pilihan rekomendasi dari daerah yang banyak dikunjungi. Menariknya terdapat salah satu desa di kabupaten Ciamis yang memiliki *hidden gem* wisata alam menarik untuk dikunjungi namun belum cukup populer untuk diketahui khalayak. Desa tersebut yakni Desa Tanjungsari yang terletak di Kecamatan Sadananya dengan ragam bentang alam eksotis. Desa ini dianugerahi potensi wisata

alam yang begitu mempesona, dengan *landscape* persawahan yang terhampar. Terdapat dua destinasi wisata alam utama yang belum tereksplorasi yaitu Leuwi Pamipiran dan Curug Panganten yang merupakan contoh nyata dari potensi yang belum dimanfaatkan optimal. Permasalahan yang dihadapi yaitu belum adanya metode pemasaran dan pengembangan fasilitas fisik yang komprehensif dan terarah. Keindahan Desa Tanjungsari sejauh ini hanya bergema dari mulut ke mulut, tanpa didukung oleh upaya promosi yang masif ke dunia digital maupun kolaborasi strategis dengan pelaku industri lainnya. Sehingga jumlah kunjungan wisatawan belum sebanding dengan potensi besar yang membangkitkan ekonomi masyarakat setempat. Oleh karenanya, dibutuhkan sebuah cara pendekatan yang strategis dan berkelanjutan untuk mengangkat, mempromosikan, dan mengelola aset berharga ini. Pengembangan dan penerapan strategi pemasaran yang efektif bukan hanya sebuah pilihan, melainkan sebuah keharusan untuk membuka peluang Desa Tanjungsari, memperkenalkan Leuwi Pamipiran dan Curug Panganten kepada publik, serta mengubah potensi yang belum dikembangkan ini menjadi sebuah destinasi wisata alam unggulan dengan integrasi melalui kolaborasi pelaku usaha *ecommerce* lokal yang telah mendapatkan pendampingan sebagai moderasi pada pengenalan kawasan desa setempat.

METODE

Penerapan Metode Partisipatory di Desa Tanjungsari yaitu membangun hubungan dan identifikasi masalah bersama. Pada tahap ini, tim pengabdian tidak langsung membawa program, tetapi membangun kepercayaan antara pihak yang akan terlibat. Selanjutnya dilakukan dialog awal dan penyamaan persepsi dengan mengadakan pertemuan terbuka antar perangkat desa, tokoh masyarakat, pemuda Karang Taruna, dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) (Syahputra et al., 2025) yang terlibat dalam pengelolaan obyek wisata ini. Tujuannya untuk mendengarkan aspirasi, harapan, dan kekhawatiran mereka mengenai pengembangan wisata (Ramadhan et al., 2025). Kemudian berkaitan dengan pendampingan *ecommerce*, melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang diadakan dengan kelompok berbeda ibu-ibu PKK mengenai beragam produk lokal yang bisa diadaptasi ke platform digital, menjadikan adanya perspektif yang mendalam bagaimana optimalisasi ekspansi produk dikenal lebih luas oleh konsumen diberbagai tempat (Yusvita Aprilyan et al., 2022). Selanjutnya pada tahap perencanaan dan perancangan program bersama segala rencana dirumuskan dari hasil identifikasi bersama, bukan dari ide tim pengabdian KKN semata. Lalu pada perumusan visi desa wisata, masyarakat didampingi untuk merumuskan visi bersama, dalam menjadikan Desa Tanjungsari sebagai destinasi wisata alam eduwisata yang berkelanjutan, yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat dan melestarikan lingkungan (Aminuddin et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian KKN ini diantaranya yaitu Sosialisasi pada Digitalisasi Pemasaran dan Pembuatan akun *online* bagi UMKM di Desa Tanjungsari, pada program kerja ini, mahasiswa berbagi pengalaman serta pengetahuan mengenai pentingnya digitalisasi *marketing* pada era sekarang, dilanjutkan dengan membantu Masyarakat pemilik UMKM dalam pembuatan akun *online shop* dan membantu dalam meningkatkan brand image produk UMKM melalui promosi yang lebih menarik (Kamil & Miranda, 2024).



Gambar 1. Sosialisasi Digital Marketing Bersama UMKM Desa Tanjungsari

Kemudian setelah adanya tingkat adaptasi pada penggunaan media digital dilakukan pembentukan kelompok kerja partisipatif, dimana masyarakat membentuk Kelompok Kerja (Pokja) Pelaku UMKM Digital yang beranggotakan para pelaku UMKM di sektor produk snack. Kemudian untuk aksi nyata yang dilakukan, pelaku UMKM yang telah mendapatkan pendampingan pemasaran digital bersama tim pengabdian KKN, merancang konten visual berupa foto dan video serta menentukan jadwal posting (Haholongan et al., 2024). Kemudian pada pelaksanaan partisipasi aktif, peran tim pengabdian KKN bergeser menjadi pendamping teknis (Saharuddin, 2017). Pelatihan yang disesuaikan kebutuhan (*Need-Based Training*) memberikan pelatihan fotografi ponsel dan manajemen media sosial untuk kelompok kerja pemasaran di *ecommerce* serta membuat *exposure* dan engagement di platform digital yang digunakan (Sisfor, 2019). Lalu implikasi lanjutan dari kegiatan ini yaitu dengan melaksanakan Sosialisasi Digital Marketing dan Pembuatan Akun Online shop. Kegiatan ini dilaksanakan Oleh anggota KKN Bersama Masyarakat Desa Tanjungsari sebagai Pelaku UMKM. Dimana pada kegiatan ini Mahasiswa KKN memberikan Pengetahuan tentang pentingnya digitalisasi marketing di era globalisasi seperti sekarang (Putra et al., 2023), dimana segala sesuatu bisa diakses melalui internet. Mahasiswa juga membagikan pengalaman dan pengetahuan tentang bagaimana caranya melakukan promosi dan juga meningkatkan branding toko melalui peningkatan postingan video di aplikasi tiktok dan juga shopee. Selain itu mahasiswa juga membantu dalam pembuatan akun shopee bagi UMKM yang belum mempunyai akun shopee dan juga membantu bagaimana cara mengembangkan akun shopee tersebut.

Selanjutnya terkait destinasi wisata curug panganten dan leuwi pamipiran, masyarakat sepakat untuk melakukan gotong royong membersihkan jalur menuju Curug Panganten serta membuat sistem ticketing sebagai langkah pemeliharaan tempat dan pemenuhan biaya operasional untuk pengelola tempat wisata bersama Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Pengelolaan Desa Wisata Mandiri dan pengelolaan *e-commerce* UMKM lokal memiliki hubungan yang simbiosis mutualisme dan saling memperkuat (Asmarullah et al., 2025). Keduanya merupakan

dua sisi dari koin yang sama dalam membangun ekonomi desa yang berkelanjutan. Adanya hubungan simbiosis antara desa wisata dan *e-commerce* UMKM Lokal, karena mereka tidak hanya menikmati keindahan Leuwi Pamipiran dan Curug Panganten, tetapi juga bisa membeli produk lokal yang ditawarkan secara langsung. Pengalaman yang dirasakan tersebut membangun cerita dan kepercayaan yang nyata. Kemudian dari *e-commerce* yang sudah didampingi menjadi media pemasaran yang populer dan banyak dikenal publik sehingga memungkinkan nilai ekonomi dari desa wisata terus mengalir bahkan setelah wisatawan pulang, dan memperluas jangkauan pasar jauh melampaui batas geografis desa. Kemudian dampak pada Desa tentunya tidak hanya bergantung pada kunjungan musiman karena adanya ekosistem yang terbangun. Selanjutnya pada strategi promosi, konten digital yang terintegrasi melalui testimoni wisatawan yang membeli produk secara *online*.



Gambar 2. Kunjungan ke Leuwi Pamipiran (KKN Desa Tanjungsari, 2025)

SIMPULAN

Dari hasil temuan selama mahasiswa berkegiatan di posko KKN Desa Tanjungsari yang akan menjadi desa wisata tidak bisa terpisahkan dari pengelolaan *e-commerce* UMKM lokal. *E-commerce* merupakan pilar pendukung keberlanjutan ekonomi yang membuat desa wisata tidak rentan terhadap fluktuasi kunjungan wisatawan. Dengan integrasi yang baik, dapat tercipta sebuah ekosistem ekonomi sirkular, dimana wisatawan datang lalu mereka dapat menikmati pengalaman dari suasana alam yang didapat & Produk yang ditawarkan, kemudian setelah itu membeli produk secara langsung/ *online*. Dampak dari pembelanjaan itu menjadi keuntungan yang bisa dialokasikan untuk kelestarian alam & pemberdayaan masyarakat. Dengan demikian, kedua hal ini adalah strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan akhir yakni menjadi desa dengan kemandirian dan kesejahteraan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, H., Dhora Nailufar, F., & Alexander Mujiburrohman, M. (2022). Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat. *Journal of Public Power*, 6(2), 76–84. <https://doi.org/10.32492/jpp.v6i1.6102>
- Asmarullah, A., Septriana, C., Nursamida, N., Anisa, A., Husna, N., Haryana, L. N., Firka, F., Zaskia,

- P., Tasya, A., Syawal, M., Amanah, A. I., Yudistira, A., Raunsai, S., & Pradipta, A. (2025). Strategi Pengembangan dan Optimalisasi Wisata Air Terjun Sebagai Destinasi Ekowisata Melalui Promosi Digital dan Program KKN di Desa Bulumanai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(1), 801–807. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i1.521>
- Haholongan, R., Antaty, S. N. A., Yan, S. K., Azzahra, J. P., Zahra, J. A., Dasura, A., & Pratama, R. A. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6073–6082.
- Kamil, I., & Miranda, T. (2024). Literature Review Pengaruh E-Commerce Terhadap Umkm Pada Era New Normal. *Journal of Economic and Digital Business*, 1(1), 35–43.
- Putra Sadrakh Zefanya, Harianto, S. T., & Matondang, Y. C. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(2), 119–131. <https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494>
- Ramadhan, A. M., Ramdani, D., Ekonomi, F., & Ekonomi, F. (2025). *Analisis dampak lingkungan, budaya, umkm masyarakat di kawasan wisata air terjun lewi tilu kabupaten bandung barat*. 02, 134–140.
- Saharuddin, S. (2017). Pengabdian KKN-PPM Desa Wonorejo Kecamatan Mangkutana Kabupaten Luwu Timur. *RESONA : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20–25. <https://doi.org/10.35906/jipm01.v1i1.243>
- Sisfor, R. S. (2019). Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce pada UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 36–43. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v3i1.2061>
- Syahputra, M., Fikri, A. N., & Suryaningsih, S. (2025). Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Potensi Desa Wisata dan Meningkatkan Ekonomi Masyarakat di Desa Resun. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.59025/1drje689>
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>