

## DIGITALISASI PARIWISATA DAN PENGEMBANGAN PRODUK WISATA BERBASIS KOMUNITAS DI DESA PADAK GUAR KECAMATAN SAMBALIA KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Embun Suryani<sup>1</sup>, Siti Aisyah Hidayati<sup>1</sup>, Muhammad Akhyar<sup>1</sup>, Baiq Anggun Hilendri<sup>1</sup>, Halil Akhyar<sup>1</sup>, Rakha Adicandra<sup>1</sup>, Nadia Fakhira<sup>1</sup>, Cintia Zelin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

\*Co-Author: [embunsuryani@unram.ac.id](mailto:embunsuryani@unram.ac.id)

**ABSTRAK.** Keberadaan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Lombok Timur telah meningkatkan jumlah wisatawan, dengan Desa Padak Guar sebagai salah satu daerah penyangga yang memiliki potensi wisata bahari yang besar. Desa ini memiliki pantai berpasir putih, terumbu karang, dan kekayaan biota laut, serta terpilih sebagai Dewi Bahari. Meskipun memiliki potensi, kondisi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di desa ini masih tergolong rendah, dengan sekitar 15% penduduk tidak bekerja dan 23% berada dalam kategori prasejahtera. Pengunjung ke Desa Padak Guar hanya mencapai 1.000-1.500 wisatawan per tahun akibat kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan produk wisata. Mayoritas pelaku wisata lokal tidak memanfaatkan media sosial untuk promosi, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk wisata. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan destinasi wisata melalui pendekatan Community-Based Tourism (CBT), melibatkan partisipasi masyarakat, dan optimalisasi keuntungan bagi komunitas lokal. Tujuannya meliputi pemasaran digital yang melibatkan penduduk setempat, pengembangan produk berbasis kearifan lokal, serta sinergi antara seluruh pemangku kepentingan untuk pariwisata berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat serta memberikan pengalaman lapangan bagi mahasiswa, melalui kegiatan MBKM Membangun Desa. Selain itu, kontribusi pada Indikator Kinerja Utama (IKU) diukur melalui publikasi dan keterlibatan dosen di masyarakat. Untuk mencapai target tersebut, digunakan metode *Community development* dan *Participatory Tecnology Development*. Kegiatan ini menekankan keterlibatan masyarakat dan terbagi menjadi tiga yaitu: 1) sosialisasi tentang kegiatan pengabdian yang akan dilakukan; 2) *demonstration plot* untuk pengembangan pemasaran digital; dan 3) pendampingan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan produk wisata. Kegiatan ini dilaksanakan bermitra dengan kepala Desa Padak Guar dan masyarakat pelaku usaha wisata. petani garam Desa Pijot. Luaran yang ditargetkan adalah publikasi di jurnal nasional terakreditasi sinta, dan publikasi berita di media massa online.

Kata kunci: Communnity-Based Tourism; Digitalisasi; Pemasaran digital; Produk wisata

**Abstract.** The establishment of the Mandalika Special Economic Zone (SEZ) in East Lombok has increased the number of tourists, with Padak Guar Village serving as one of the supporting areas that possesses significant marine tourism potential. The village features white sandy beaches, coral reefs, and rich marine biodiversity, and has been selected as a *Dewi Bahari* (Marine Tourism Village). Despite this potential, the economic conditions and welfare of the community remain relatively low, with approximately 15% of the population unemployed and 23% classified as pre-prosperous. Tourist visits to Padak Guar Village reach only 1,000–1,500 visitors per year due to limited utilization of digital technology and insufficient development of tourism products. Most local tourism actors do not use social media for promotion, and community participation in tourism product development is still low. This community service activity aims to develop tourism destinations through a Community-Based Tourism (CBT) approach, involving active community

participation and optimizing benefits for the local community. Its objectives include digital marketing that engages local residents, development of products based on local wisdom, and synergy among all stakeholders to achieve sustainable tourism. This activity is expected to enhance community skills while providing field experience for students through the *Merdeka Belajar–Kampus Merdeka* (MBKM) Village Development program. In addition, contributions to the Key Performance Indicators (IKU) are measured through publications and faculty engagement with the community. To achieve these targets, Community Development and Participatory Technology Development methods are employed. The activity emphasizes community involvement and is divided into three stages: (1) socialization of the planned community service activities; (2) demonstration plots for the development of digital marketing; and (3) mentoring in the use of technology for tourism product development. This activity is carried out in partnership with the Head of Padak Guar Village, local tourism business actors, and salt farmers from Pijot Village. The targeted outputs include publications in SINTA-accredited national journals and news publications in online mass media.

Keywords: Community-Based Tourism; Digitalization; Digital Marketing; Tourism Products

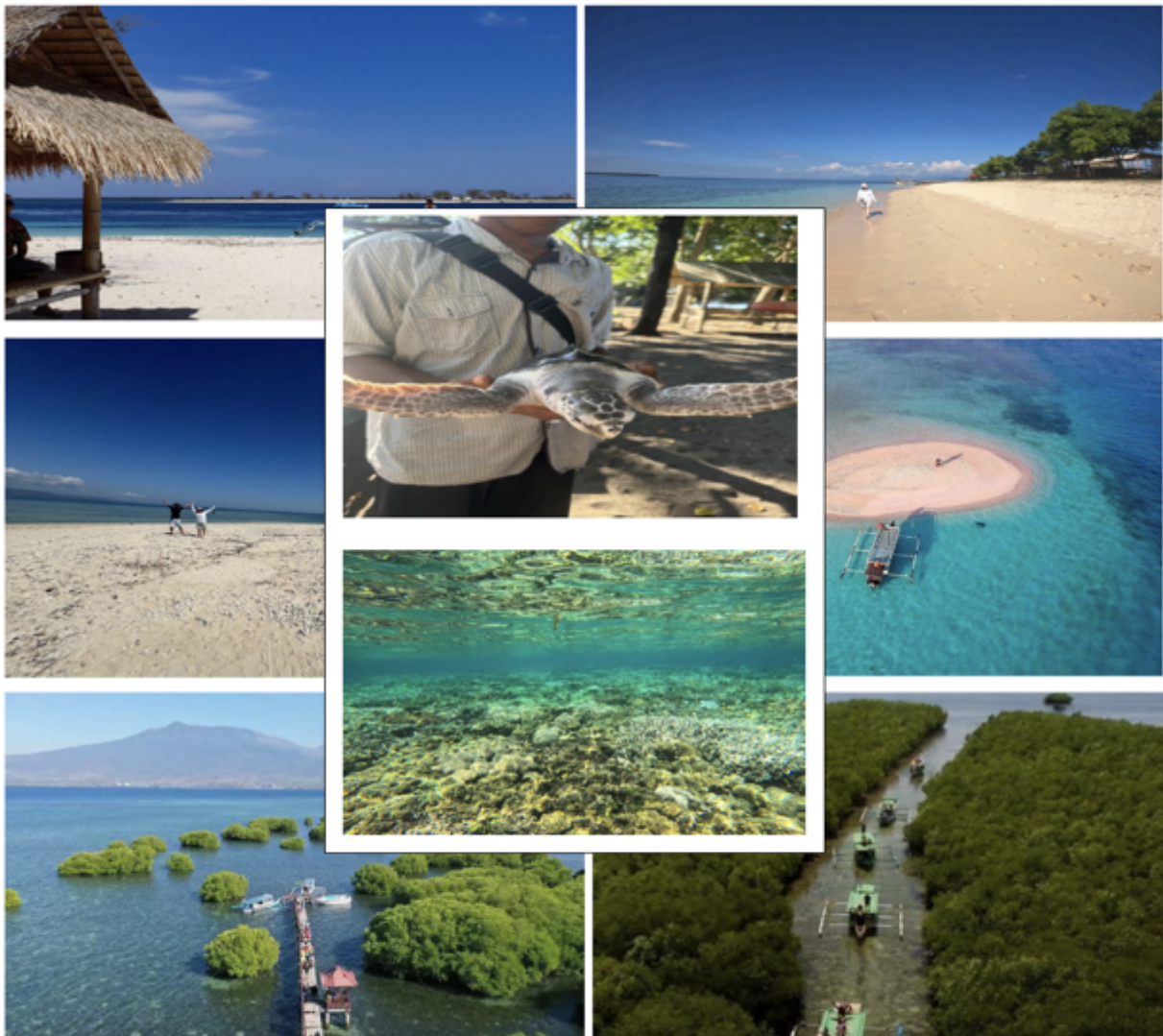
## LATAR BELAKANG

Keberadaan KEK Mandalika telah menimbulkan “*multi player effect*” meningkatnya jumlah wisatawan. Beberapa tempat wisata di Kabupaten Lombok Timur menjadi daerah penyangga yang sangat penting bagi keberadaan KEK Mandalika, diantaranya Desa Padak Guar yang mempunyai keindahan alam yang luar biasa. Potensi wisata yang dimiliki desa ini adalah karena adanya gili-gili yang mempunyai pasir putih dan masih alami dengan ciri khas masing-masing. Desa Padak Guar tidak saja memiliki keindahan laut, tetapi juga terkenal dengan kekayaan aneka ragam hayati dan biota lautnya, sehingga menjadi salah satu desa yang terpilih sebagai Dewi Bahari dan Kampung Bahari Nusantara. Melalui pengoptimalan sektor wisata bahari, desa ini berpotensi mewujudkan konsep ekonomi biru yang berkelanjutan. Ekonomi biru, yang sering disebut juga sebagai ekonomi laut atau ekonomi maritim, mengacu pada pemanfaatan sumber daya laut secara berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan menjaga kesehatan ekosistem laut. Ekonomi biru memiliki potensi untuk menurunkan tingkat kemiskinan serta memastikan pembangunan yang berkelanjutan, yang kini menjadi perhatian berbagai pihak, termasuk pembuat kebijakan, akademisi, dan beragam pemangku kepentingan (Voyer, 2019; Sethi, 2020).

Desa Padak Guar adalah salah satu desa yang berlokasi di Kecamatan Sambalia, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa ini memiliki luas sekitar 1.800 hektar dan dikelilingi oleh beberapa wilayah: di sebelah utara berbatasan dengan Desa Labuhan Pandan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Gunung Malang, di baratnya berbatasan dengan Kawasan Perhutanan, dan di timur berbatasan dengan Selat Alas. Dengan letaknya yang strategis di tepi pantai, Desa Padak Guar memiliki potensi wisata bahari yang melimpah, mencakup pantai dengan pasir putih, terumbu karang yang menakjubkan, serta keanekaragaman hayati laut yang mengagumkan. Dilihat dari segi infrastruktur/aksesibilitas menuju Desa Padak Guar, baik dari arah Kota Mataram maupun kota sekitarnya, sangat baik dengan jalan yang sudah diaspal (hotmix). Bahkan, jalan ini banyak dilalui oleh masyarakat dari Pulau Sumbawa menuju Kota Mataram. Jarak dari Ibukota Kecamatan 7 km, dan jarak dari Ibukota Kabupaten 41 km.

Selanjutnya, dilihat dari kondisi penduduk, mata pencaharian dan kesejahteraannya masih tergolong memprihatinkan. Jumlah penduduk yang tidak bekerja cukup besar yaitu sekitar 15%

dari jumlah penduduk yang tergolong angkatan kerja. Selain itu, penduduk Desa Padak Guar yang tergolong prasejahtera dan sejahtera 1 juga cukup tinggi yaitu sebesar 23%, sedangkan sebagian besar keluarga (51%) tergolong sebagai keluarga sejahtera 2 dan sisanya sebesar 26% tergolong keluarga sejahtera 3. Kondisi ini sangat ironis, dengan potensi wisata bahari yang begitu besar namun tidak dapat dinikmati secara optimal oleh seluruh masyarakat. Hal ini disebabkan karena potensi wisata yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Potensi wisata bahari Desa Padak Guar nampak pada Gambar 1 berikut ini.



**Gambar 1.** Destinasi Wisata Bahari Desa Padak Guar

Potensi wisata di wilayah ini belum cukup berkembang seperti halnya di wilayah lain, jumlah pengunjung di Desa Padak Guar belum menunjukkan angka yang signifikan. Data yang dihimpun mencatat bahwa desa ini hanya menerima sekitar 1.000-1.500 kunjungan wisatawan per tahun, terutama pada musim liburan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, terutama yang

berkaitan dengan digitalisasi dan pengembangan produk wisata berbasis komunitas. Pertama, kurangnya pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu penyebab utama, karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya digitalisasi dalam mempromosikan produk wisata. Ketidakmampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara online sangat memengaruhi daya tarik desa di pasar pariwisata (Rahematulla, 2016; Sigala, 2018; Huang, 2021). Lebih lanjut disebutkan bahwa media sosial dan platform digital menjadi sarana yang sangat penting untuk menjangkau wisatawan, dan ketidakmampuan masyarakat untuk memanfaatkan teknologi ini bisa mengakibatkan hilangnya peluang untuk mempromosikan desa mereka (3). Sebagian besar pelaku wisata lokal di Desa Padak Guar belum menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka.

Selanjutnya, pengembangan produk wisata berbasis komunitas di Desa Padak Guar juga masih perlu ditingkatkan. Masyarakat setempat belum terlibat secara aktif dalam penciptaan dan pemanfaatan produk wisata yang menonjolkan kearifan lokal. Hanya sekitar 30% produk lokal yang dijadikan bagian dari paket wisata, yang menunjukkan kurangnya kolaborasi di antara pemangku kepentingan lokal. Tanpa partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk dan layanan wisata, pengalaman yang ditawarkan menjadi kurang menarik bagi wisatawan, membatasi peluang desa untuk menarik lebih banyak pengunjung (Gernert, 2020; Nascimento, 2019; Buckle, 2012). Rendahnya akses dan sinergi antara kelompok usaha setempat dan pengelola pariwisata mengakibatkan produk dan layanan yang ditawarkan kurang terlihat di kalangan wisatawan. Masyarakat lokal dan usaha kecil perlu dilibatkan dalam promosi untuk meningkatkan daya tarik desa (Morrison, 2018; Buhalis, 2019).

Untuk itu, melalui kegiatan ini akan dilakukan pengembangan dan pengelolaan partisipatif destinasi wisata melalui "*Community-Based Tourism (CBT)*" sebagai bentuk pendekatan holistik dan berkelanjutan berbasis hasil-hasil riset multidisiplin. Pengelolaan destinasi wisata dengan CBT akan mengutamakan partisipasi masyarakat lokal, optimalisasi keuntungan untuk masyarakat setempat dan pengunjung, reduksi pengaruh negatif terhadap masyarakat maupun lingkungan. Diharapkan desa ini menjadi model *science-technopark* Universitas Mataram di bidang pengelolaan Sentra Wisata Bahari berkelanjutan. Kegiatan ini diharapkan akan mampu meningkatkan ketrampilan dan keberdayaan masyarakat, sehingga sejalan dengan program pemerintah desa yang cukup menekankan pada kegiatan pembinaan dan pemberdayaan masyarakat, yang ditunjukkan oleh 25% dana APBDes dialokasi untuk kegiatan sector pariwisata.

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan pengabdian ini diantaranya adalah: 1) adanya model pemasaran digital bagi Wisata Bahari Desa Padak Guar yang melibatkan partisipasi masyarakat setempat, 2) pengembangan produk-produk wisata yang berbasis kearifan local, kegiatan pariwisata yang menguntungkan masyarakat sekitar, dan 3) sinergi semua *stakeholders* untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Selanjutnya, mitra dalam melakukan kegiatan pengabdian ini adalah Desa Padak Guar untuk membina, melatih dan mendampingi kelompok-kelompok masyarakat untuk mengembangkan Destinasi Wisata Bahari Desa Padak Guar melalui CBT. Kelompok sasaran tersebut adalah kelompok karang taruna, kelompok pengelola wisata, dan seluruh masyarakat Desa Padak Guar.

### 1.1. Permasalahan Prioritas

Ada dua permasalahan prioritas saat ini terkait berkembangnya Desa Padak Guar yaitu permasalahan digitalisasi pariwisata dan pengembangan produk wisata. Selain itu, pengelolaan potensi wisata yang dimiliki desa tersebut masih belum tertata baik, belum berkelanjutan, dan masih bersifat parsial. Melalui diskusi dengan Mitra dan kelompok sasaran maka permasalahan prioritas yang akan ditangani adalah seperti pada Tabel 1 berikut ini.



**Tabel 1.** Permasalahan Prioritas Mitra

No	Bidang	Prioritas Masalah
1.	Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk wisata yang ada di Desa Padak Guar belum cukup lengkap dan menarik bagi wisatawan. Kurangnya keragaman dalam penawaran produk wisata, seperti pengalaman budaya, kuliner, dan kegiatan alam, membuat desa ini kurang kompetitif di pasar wisata.</li> <li>• Dengan meningkatnya jumlah wisatawan, pengelolaan limbah menjadi tantangan serius. Tanpa sistem pengelolaan yang baik, masalah sampah dapat mencemari lingkungan dan merusak daya tarik wisata secara keseluruhan.</li> <li>• Bagaimana meningkatkan kuantitas dan kualitas kawasan Wisata Bahari dan disertai dengan pengembangan produk/jasa yang mendukung Wisata Bahari Desa Padak Guar</li> </ul>
2.	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak anggota masyarakat dan pelaku usaha lokal yang belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang konsep dan manfaat digitalisasi dalam pemasaran pariwisata. Hal ini mengakibatkan ketidakmampuan untuk memanfaatkan platform digital secara optimal.</li> <li>• Sebagian besar pelaku usaha wisata lokal di Desa Padak Guar tidak memiliki kehadiran online yang baik. Website resmi atau profil media sosial yang informatif hampir tidak ada, yang membuat potensi pariwisata desa tidak dikenal di kalangan wisatawan.</li> </ul>
3.	Pelatihan /Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak adanya program pelatihan yang difokuskan pada penguasaan kemampuan digital di kalangan masyarakat</li> <li>• Banyak pelaku wisata tidak memiliki ketrampilan dalam menggunakan teknologi informasi untuk pemasaran dan engagement dengan wisatawan</li> </ul>
4.	Manajemen (keuangan-permodalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana mendukung pelaksanaan dan kelancaran usaha mandiri masyarakat Desa Padak Guar dari sisi penyiapan permodalan dan pengelolaan keuangan usaha.</li> </ul>

## 1.2. Solusi

Pengelolaan wisata partisipatif melalui “*Community-Based Tourism Observatory (CBT)*” merupakan bentuk pendekatan holistik dan berkelanjutan berbasis hasil-hasil riset multidisiplin. Model pengelolaan pariwisata ini dapat memberikan kontribusi nyata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat<sup>12-14</sup>. Lebih lanjut dijelaskan bahwa pengelolaan pariwisata dengan model tersebut mengutamakan pelibatan masyarakat setempat untuk menjadi pelaku yang terlibat langsung di wilayah yang menjadi destinasi wisata. Melalui pengelolaan wisata dengan konsep CBT ini memerlukan beberapa langkah dan tahapan yang melibatkan “*indigenous people*”. Adapun tahapan yang diperlukan nampak seperti pada Tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2.** Solusi Permasalahan Mitra

No.	Bidang dan Permasalahan	Kelompok Sasaran	Solusi yang ditawarkan	Target Capaian
1	<b>Produksi</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuantitas dan Produk wisata yang ada di Desa Padak Guar belum cukup lengkap dan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Kelompok Karang Taruna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Meningkatkan kapasitas kawasan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatnya kapasitas fasilitas</li> </ul>

No.	Bidang dan Permasalahan	Kelompok Sasaran	Solusi yang ditawarkan	Target Capaian
	<p>menarik bagi wisatawan. Kurangnya keragaman dalam penawaran produk wisata, seperti pengalaman budaya, kuliner, dan kegiatan alam, membuat desa ini kurang kompetitif di pasar wisata.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dengan meningkatnya jumlah wisatawan, pengelolaan limbah menjadi tantangan serius. Tanpa sistem pengelolaan yang baik, masalah sampah dapat mencemari lingkungan dan merusak daya tarik wisata secara keseluruhan.</li> <li>Bagaimana meningkatkan kuantitas dan kualitas kawasan Wisata Bahari dan disertai dengan pengembangan produk/jasa yang mendukung Wisata Bahari Desa Padak Guar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kelompok masyarakat (Pokdarwis)</li> </ul>	<p>wisata dengan menambah fasilitas umum bagi wisatawan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kapasitas kawasan wisata dengan menambah produk wisata dengan melibatkan seluruh elemen masyarakat.</li> <li>Mensosialisasikan pemilahan sampah di lokasi wisata</li> </ul>	<p>umum berupa toilet untuk bersuci</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>bertambahnya produk wisata di Desa Padak Guar</li> </ul>
2.	<p><b>Pemasaran</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Banyak anggota masyarakat dan pelaku usaha lokal yang belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang konsep dan manfaat digitalisasi dalam pemasaran pariwisata. Hal ini mengakibatkan ketidakmampuan untuk memanfaatkan platform digital secara optimal.</li> <li>Sebagian besar pelaku usaha wisata lokal di Desa Padak Guar tidak memiliki kehadiran online yang baik. Website resmi atau profil media sosial yang informatif hampir tidak ada, yang membuat potensi pariwisata desa tidak dikenal di kalangan wisatawan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kelompok Karang Taruna</li> <li>Kelompok Pokdarwis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merancang dan mendesign website Wisata Bahari Desa Padak Guar</li> <li>Merancang dan mendesign brand Wisata Bahari Desa Padak Guar yang unik dan berbasis muatan lokal</li> <li>Meningkatkan digitalisasi pemasaran wisata bahari Desa Padak Guar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Padak Guar 50%</li> </ul>
3.	<p><b>Pelatihan/Pendidikan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan ketrampilan masyarakat dan kelompok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kelompok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melatih, melakukan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya kemampuan digital</li> </ul>

No.	Bidang dan Permasalahan	Kelompok Sasaran	Solusi yang ditawarkan	Target Capaian
	sasaran dalam mengembangkan berbagai penguasaan kemampuan digital di kalangan masyarakat <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak pelaku wisata tidak memiliki ketrampilan dalam menggunakan teknologi informasi untuk pemasaran dan engagement dengan wisatawan</li> </ul>	Karang Taruna <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok pengolah sampah</li> <li>• Kelompok masyarakat</li> </ul>	demplot dan pendampingan pengembangan kapasitas dan kemampuan digital pelaku usaha wisata di Desa Padak Guar	pelaku usaha wisata Desa Padak Guar
4.	<b>Manajemen (keuangan-permodalan)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana mendukung pelaksanaan dan kelancaran usaha mandiri masyarakat Desa Padak Guar dari sisi penyiapan permodalan dan pengelolaan keuangan usaha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelompok Usaha Mandiri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendampingi kelompok sasaran dan masyarakat dalam menjalankan usaha mandiri dengan manajemen yang profesional</li> </ul>	

## METODE

Berdasarkan solusi atas permasalahan prioritas desa dan untuk mewujudkan Destinasi Wisata Bahari Desa Padak Guar, maka kegiatan ini dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu:

1. Model *Community development* yaitu pendekatan yang melibatkan masyarakat secara langsung sebagai subyek dan obyek pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.
2. Model *Participatory Tecnology Development* yang memanfaatkan teknologi tepat guna yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan kearifan budaya lokal.

Sedangkan metode yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan ini adalah Kaji Tindak Partisipatif melalui pelatihan dan pembelajaran, *Demonstration plot* (Demplot), dan pendampingan secara berkelanjutan dan berkolaborasi dengan kelompok sasaran.

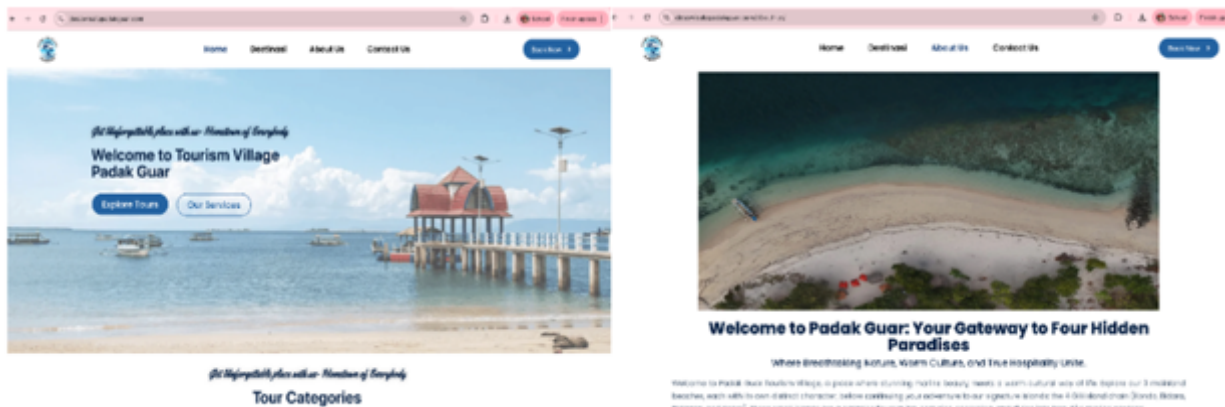
## HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Padak Guar dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama yang telah dirancang dalam proposal, mulai dari tahap persiapan, sosialisasi, pelatihan, implementasi program, hingga evaluasi. Setiap tahapan memberikan hasil dan capaian yang terukur baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Pada tahap **revitalisasi destinasi wisata**, kegiatan difokuskan pada penataan area pantai sebagai daya tarik utama desa wisata. Penataan

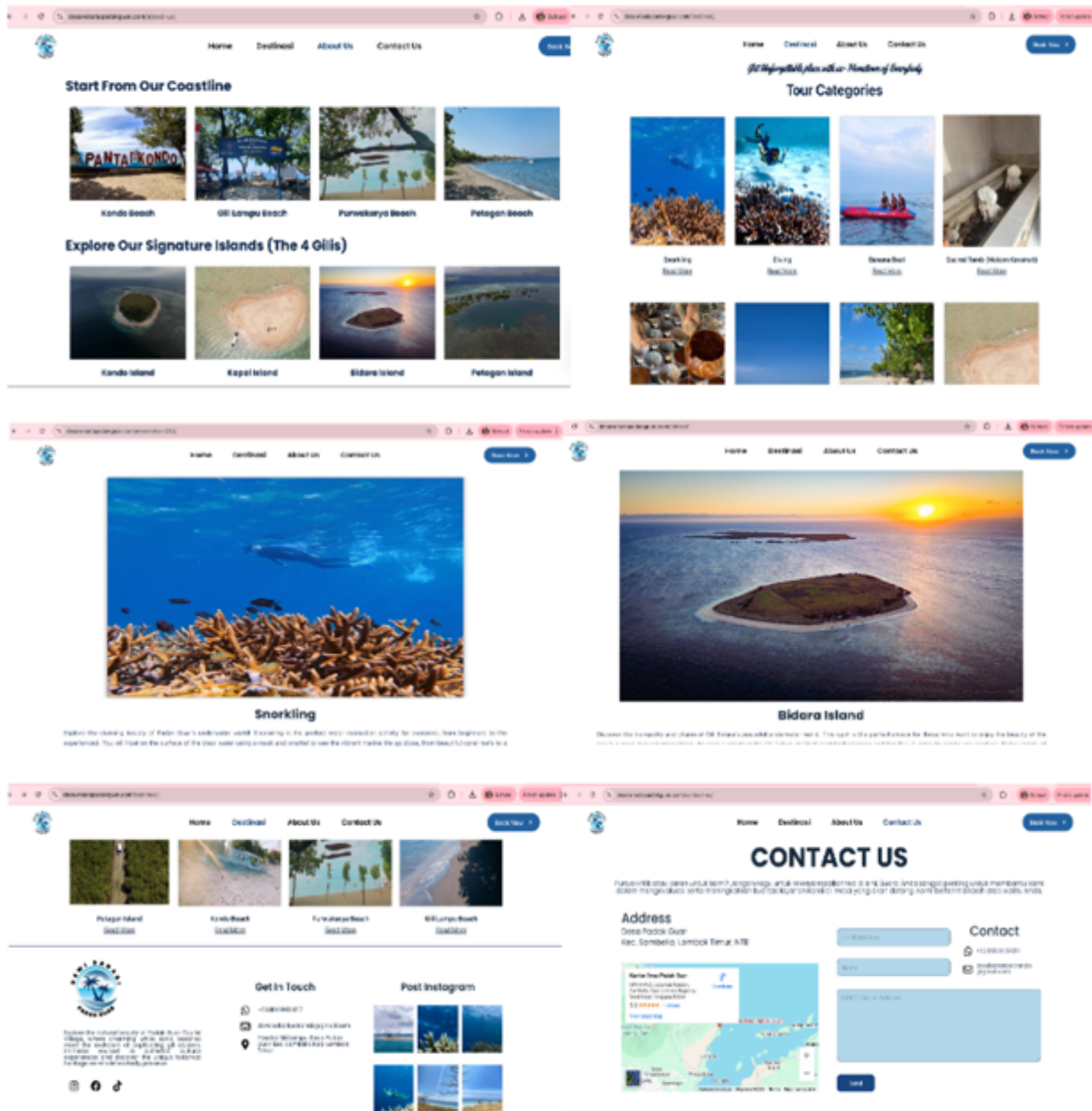
dilakukan dengan memperbaiki akses jalan menuju lokasi, menambah fasilitas umum seperti toilet dan area parkir, serta membangun beberapa spot foto yang menarik wisatawan. Upaya ini berhasil meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan yang berkunjung. Selain itu, masyarakat bersama tim pengabdian mengembangkan tiga produk wisata berbasis komunitas, yaitu:

1. Paket wisata budaya yang menampilkan seni tradisi dan ritual lokal.
2. Wisata kuliner berbasis hasil laut sebagai potensi unggulan desa.
3. Wisata edukasi lingkungan melalui kegiatan penanaman mangrove dan bersih pantai.

Diversifikasi produk ini berkontribusi langsung terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sekitar 30% hanya dalam enam bulan awal pelaksanaan, yaitu dari 1.000–1.500 kunjungan per tahun menjadi  $\pm 2.000$  kunjungan. Dalam aspek **digitalisasi dan promosi wisata**, tim pengabdian bersama masyarakat membangun website resmi dengan alamat <https://desawisatapadakguar.com/> (Gambar 1). Website ini menjadi etalase digital bagi desa wisata dengan menyediakan informasi lengkap mengenai destinasi, paket wisata, produk lokal, serta kalender kegiatan. Pengelolaan website dilakukan oleh anggota Karang Taruna dengan pendampingan tim, sehingga keterampilan pengelolaan konten digital dapat dikuasai langsung oleh masyarakat. Selain itu, akun media sosial resmi desa wisata (Instagram dan Facebook) dikelola secara aktif untuk mempromosikan kegiatan dan atraksi desa. Hasilnya, tingkat *engagement* media sosial meningkat sekitar 50% dibandingkan sebelum program. Peluncuran brand “Wisata Bahari Padak Guar” dengan logo dan identitas visual yang khas turut memperkuat citra desa di mata wisatawan.







**Gambar 1.** Web Wisata Desa Padak Guar (<https://desawisatapadakguar.com/>)

Aspek **kapasitas sumber daya manusia** juga menjadi fokus utama melalui serangkaian pelatihan. Sebanyak empat kali workshop dilaksanakan dengan tema pemasaran digital, pengolahan produk makanan berbasis lokal, pengelolaan sampah, dan manajemen keuangan sederhana. Pelatihan diikuti oleh sekitar 60 peserta yang terdiri dari Pokdarwis, Karang Taruna, serta kelompok usaha perempuan. Evaluasi pasca pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan, di mana 75% peserta mampu mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, serta menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Beberapa peserta bahkan langsung

mempraktikkan hasil pelatihan dengan membuat promosi produk kuliner lokal melalui platform daring.

Dalam bidang **manajemen keuangan dan pengembangan usaha**, kelompok masyarakat yang menjalankan usaha wisata mendapat pendampingan dalam pencatatan keuangan berbasis aplikasi akuntansi sederhana. Pendampingan ini menghasilkan terbentuknya dua unit usaha baru yang bergerak di bidang kuliner laut dan kerajinan tangan. Keduanya sudah menerapkan pencatatan digital sehingga lebih profesional dalam mengelola modal, pendapatan, dan pengeluaran. Dengan demikian, keterampilan literasi keuangan masyarakat juga ikut meningkat.

Penerapan teknologi dan inovasi kepada masyarakat dilakukan melalui pendekatan *Community-Based Tourism (CBT)* dan *Participatory Technology Development* yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama. Salah satu inovasi utama adalah pembangunan website desa wisata <https://desawisatapadakguar.com/> sebagai pusat informasi destinasi, jadwal kegiatan, dan promosi produk lokal. Masyarakat juga diperkenalkan dengan analitik digital sederhana untuk memahami tren wisata dan mengoptimalkan promosi. Inovasi lain diterapkan dalam pengembangan produk wisata berbasis kearifan lokal, seperti kuliner khas laut, kerajinan tangan, dan paket wisata budaya. Dari aspek lingkungan, diperkenalkan teknologi sederhana pengelolaan sampah melalui komposting dan daur ulang plastik, serta diinisiasi program wisata edukasi lingkungan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Padak Guar dalam mengelola destinasi wisata berbasis komunitas dengan dukungan teknologi digital dan inovasi produk lokal. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, terbentuknya brand desa wisata, serta kemampuan masyarakat dalam pemasaran digital menjadi indikator keberhasilan. Selain itu, keterampilan manajemen usaha dan keuangan kelompok masyarakat juga meningkat, memperkuat kemandirian ekonomi berbasis wisata. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk pengelolaan destinasi wisata di desa Padak Guar adalah 1) konsistensi pengelolaan media sosial dan website perlu dijaga dengan pendampingan berkelanjutan; 2) perluasan jejaring dengan agen perjalanan, platform daring, dan desa wisata lain untuk memperluas pasar; 3) penguatan sistem pengelolaan sampah di tingkat desa agar keberlanjutan lingkungan tetap terjaga.

## REFERENSI

- Buckley, R. (2012). *Sustainable Tourism: Research and Reality*. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 1-25.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). *Tourism Management and Smart Tourism*. *Tourism Management*, 72, 46-58.
- Gernert, J., & Popp, M. (2020). *Sustainable Tourism Development – An Overview on Ecotourism and Community-based Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), 345-363.
- Huang, Y., & Orlando, R. (2021). *Digitalization in Tourism: Towards a Framework for Research and Practice*. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100797.
- Morrison, A. M. (2018). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. Routledge.

- Nascimento, L. F., Rangel, C. M., & Costa, S. M. (2019). *Solid waste management in tourism: A review of the literature*. *Waste Management*, 89, 251-261.
- Rahemtulla, H., & Smith, M. (2016). *Digital Tourism: The Role of Technology in Transforming Tourism Experiences*. *Journal of Tourism Futures*, 2(2), 103-115.
- Sethi, S. A., & Marshall, N. A. (2020). *Building Resilience in Coastal Communities: The Role of Blue Economy Initiatives*. *Ocean & Coastal Management*, 184, 10
- Sigala, M. (2018). *Social Media and Customer Engagement in the Hospitality Industry: An Empirical Study*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(8), 911-920.
- Voyer, M., & Quiggin, J. (2019). *Blue Economy Policy: Managing the Ocean Economy for Sustainable Development*. *Ocean and Coastal Management*, 172, 81-90.