

DARI PELAKU KE PENGELOLA: PENGUATAN KAPASITAS MASYARAKAT DALAM TATA KELOLA DESTINASI PARIWISATA BERKELANJUTAN

Lasarus Jehamat^{1*}, Ernestus Holivil², Laurensius Petrus Sayrani³, Nursalam⁴,
Balkis Soraya Tanof⁵, Rena Saputri Hilaria Sitanggang⁶
^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana
lasarus.jehamat@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat masih menghadapi keterbatasan kapasitas pengelola, pembagian peran, standar pelayanan, pengembangan produk wisata, dan promosi digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dari pelaku menjadi pengelola aktif destinasi pariwisata berkelanjutan. Mitra kegiatan adalah masyarakat Desa Mengeruda, Kabupaten Ngada, yang melibatkan 30 peserta. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, ceramah interaktif, diskusi, workshop, praktik penyusunan paket wisata, pelatihan promosi digital, simulasi pelayanan, dan pendampingan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, observasi praktik, dan survei kepuasan peserta. Hasil menunjukkan rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 48,3% menjadi 87,2%, atau naik 38,9 poin persentase. Peserta juga menghasilkan tiga paket pengalaman wisata serta mampu memanfaatkan Instagram, Facebook Page, dan WhatsApp Business untuk promosi. Sebanyak 93,3% peserta menyatakan puas atau sangat puas dengan kegiatan. Program ini memperkuat softskill koordinasi dan komunikasi sekaligus hardskill pengelolaan destinasi dan pemasaran digital.

Kata Kunci: Kapasitas Masyarakat; Tata Kelola Destinasi; Pariwisata Berkelanjutan; Community-Based Tourism; Promosi Digital.

Abstract: Community-based tourism management still faces limitations in managerial capacity, role distribution, service standards, tourism product development, and digital promotion. This community engagement program aimed to strengthen local capacity by transforming residents from tourism participants into active managers of sustainable destinations. The program involved 30 participants from Mengeruda Village, Ngada Regency. Activities combined socialization, interactive lectures, group discussions, workshops, tourism-package development, digital-promotion training, service simulations, and mentoring. Evaluation was conducted through pre-tests, post-tests, practical observation, and participant satisfaction surveys. The results showed that the average level of participant understanding increased from 48.3% to 87.2%, representing a 38.9 percentage-point improvement. Participants also developed three tourism experience packages and acquired practical skills in using Instagram, Facebook Page, and WhatsApp Business for destination promotion. Moreover, 93.3% of participants reported being satisfied or highly satisfied with the program. The program strengthened coordination and communication soft skills as well as destination-management and digital-marketing hard skills.

Keywords: Community Capacity; Destination Governance; Sustainable Tourism; Community-Based Tourism; Digital Promotion.



Article History:

Received: 12-09-2026
Revised : 28-09-2026
Accepted: 28-09-2026
Online : 06-10-2026



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata berkelanjutan menempatkan masyarakat lokal sebagai salah satu aktor utama dalam menjaga keseimbangan antara manfaat ekonomi, keberlanjutan sosial-budaya, dan perlindungan sumber daya destinasi. Dalam pendekatan *community-based tourism* (CBT), keterlibatan masyarakat tidak cukup dibatasi pada kehadiran dalam aktivitas wisata, tetapi harus mencakup partisipasi dalam perencanaan, pengambilan keputusan, pengelolaan, pengawasan, dan distribusi manfaat. Literatur menunjukkan bahwa kepemilikan lokal, pemberdayaan, dan partisipasi yang bermakna dapat memperkuat legitimasi pengelolaan destinasi, meningkatkan retensi manfaat ekonomi di tingkat lokal, serta mendorong masyarakat untuk menjaga sumber daya budaya dan lingkungan yang menjadi basis pariwisata (Badr, 2022; Holivil, 2026; Joshi et al., 2026; Sentanu et al., 2021). Ketika masyarakat memperoleh posisi sebagai *co-manager*, *co-designer*, dan *co-beneficiary*, pariwisata menjadi lebih responsif terhadap kebutuhan lokal dan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam jangka panjang (Jiang et al., 2026; Rahman et al., 2025). Artinya, keberlanjutan destinasi sangat berkaitan dengan kemampuan menggeser masyarakat dari sekadar pelaku kegiatan wisata menuju aktor yang memiliki kapasitas dan kewenangan dalam tata kelola.

Transformasi tersebut membutuhkan tata kelola destinasi yang mampu mengorganisasikan aktor, membagi peran, membangun kepercayaan, dan menciptakan mekanisme kolaborasi yang jelas. Tata kelola destinasi berkelanjutan tidak dapat berjalan hanya melalui intervensi pemerintah atau inisiatif komunitas secara terpisah, tetapi memerlukan keterhubungan antara pemerintah, masyarakat, sektor swasta, akademisi, media, dan organisasi masyarakat sipil. Literatur menempatkan konfigurasi multiaktor seperti *multi-stakeholder governance* dan *penta-helix* sebagai fondasi penting untuk menyelaraskan kepentingan ekonomi, sosial, dan ekologis dalam pengembangan destinasi (Feyers et al., 2019; Harb et al., 2025; Pasquinelli & Kavaratzis, 2025). Pada tingkat komunitas, pembagian peran yang jelas, kepemimpinan lokal, kepercayaan, dan modal sosial menentukan kemampuan aktor untuk bertukar pengetahuan, menyelesaikan konflik, mengelola sumber daya, dan membangun keputusan bersama (Koiwanit & Filimonau, 2023). Rahman et al. (2025) juga memperlihatkan bahwa kelembagaan lokal, koordinasi kelompok masyarakat, dan aturan yang terintegrasi dengan perencanaan desa dapat menerjemahkan partisipasi menjadi praktik pengelolaan yang lebih konkret dan akuntabel.

Berbagai penelitian terdahulu memberikan dasar empiris bahwa partisipasi masyarakat, penguatan kapasitas, dan kelembagaan lokal merupakan faktor penting bagi keberlanjutan destinasi. Rahman et al. (2025) menunjukkan bahwa kepemimpinan lokal, koordinasi komunitas, dan pengaturan berbasis desa dapat membentuk ekosistem tata kelola yang memungkinkan masyarakat berperan lebih aktif sekaligus menjaga aset

ekologis dan ekonomi lokal. Penelitian lain menunjukkan bahwa keberhasilan CBT meningkat ketika masyarakat memiliki kapasitas untuk mengelola pelayanan, menjalankan usaha pariwisata, mempertahankan manfaat ekonomi di tingkat lokal, dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan (Badr, 2022; Joshi et al., 2026). Pada saat yang sama, tata kelola yang melibatkan banyak pemangku kepentingan memperkuat akses komunitas terhadap pengetahuan, sumber daya, dukungan kebijakan, serta jejaring pasar (Feyers et al., 2019; Koiwanit & Filimonau, 2023; Pasquinelli & Kavaratzis, 2025). Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberlanjutan bukan semata-mata hasil dari keberadaan objek wisata atau peningkatan kunjungan, melainkan dari kemampuan kelembagaan lokal mengorganisasi partisipasi, membagi manfaat, mengelola konflik, dan menjaga konsistensi pengelolaan destinasi.

Literatur yang lebih mutakhir juga menunjukkan bahwa pelatihan hanya akan menghasilkan perubahan berkelanjutan apabila kompetensi individual diubah menjadi kapasitas kelembagaan. Penguatan kelompok lokal, pembakuan standar pelayanan, mentoring, pengembangan produk, serta pembentukan rutinitas koordinasi memungkinkan pengetahuan hasil pelatihan bertahan melampaui periode intervensi (Borutska et al., 2024; Sihombing, 2021; Yasir et al., 2021). Digitalisasi memperluas kapasitas tersebut melalui pemasaran, pengelolaan informasi, *place branding*, serta komunikasi antara pengelola, wisatawan, dan pemangku kepentingan lainnya (Singgalen & Timisela, 2021; Trunfio & Lucia, 2017; Yohanitas et al., 2025). Meskipun demikian, sejumlah kajian mengingatkan bahwa keberhasilan peningkatan kapasitas tetap dipengaruhi oleh ketimpangan kekuasaan, distribusi manfaat, kesenjangan digital, keberlanjutan kepemimpinan, dan kesesuaian model intervensi dengan konteks lokal ((Bahagijo et al., 2022; Rangkuti et al., 2025; Sharma & Tham, 2023). Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan model pengabdian yang tidak mengukur keberhasilan hanya melalui peningkatan pengetahuan pascapelatihan, tetapi juga melalui perubahan pembagian peran, terbentuknya perangkat kerja, penguatan koordinasi, keberlanjutan promosi, dan kemampuan komunitas menjalankan tata kelola secara mandiri.

Berdasarkan persoalan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat agar mampu bertransformasi dari pelaku kegiatan pariwisata menjadi pengelola aktif destinasi yang memiliki kompetensi, struktur kerja, serta kemampuan untuk mempertahankan tata kelola secara berkelanjutan. Secara operasional, kegiatan diarahkan pada peningkatan kemampuan masyarakat dalam manajemen destinasi, penyusunan pembagian peran dan tanggung jawab, penerapan standar pelayanan, pengembangan paket pengalaman wisata berbasis sumber daya lokal, penguatan komunikasi dan promosi digital, serta pembentukan mekanisme koordinasi dan evaluasi. Pendekatan ini menempatkan pelatihan sebagai titik awal, bukan sebagai tujuan akhir program. Keberhasilan jangka

panjang diarahkan pada terbentuknya kapasitas kelembagaan lokal yang dapat mempertahankan pengetahuan, memperbarui keterampilan, membangun jejaring, mengelola manfaat secara lebih transparan, dan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan wisatawan maupun kondisi destinasi. Dengan demikian, program ini diharapkan menghasilkan perubahan dari kapasitas individual menuju kapasitas institusional, yang merupakan fondasi bagi tata kelola destinasi yang partisipatif, profesional, adaptif, dan berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pelatihan dan pendampingan (*participatory training and mentoring*) untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam tata kelola destinasi pariwisata berkelanjutan. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif untuk pemahaman konseptual tentang pariwisata berkelanjutan, *community-based tourism*, tata kelola destinasi, pembagian peran, standar pelayanan, dan promosi. Diskusi kelompok dan FGD digunakan untuk mengidentifikasi persoalan dan potensi lokal serta menyepakati pembagian peran. Demonstrasi, praktik langsung, dan simulasi diterapkan dalam penyusunan standar layanan, pengembangan paket wisata, pencatatan kegiatan, dan promosi digital, disertai pendampingan. Mitra kegiatan adalah masyarakat dan pemangku kepentingan lokal Desa Mengeruda, Kabupaten Ngada, Nusa Tenggara Timur, dengan 30 peserta dari unsur pemerintah desa, pengelola atau komunitas pariwisata, kelompok masyarakat, pemuda, perempuan, pelaku UMKM, pelaku jasa lokal, dan tokoh masyarakat. Keragaman peserta ini bertujuan membangun kolaborasi lintas aktor dalam tata kelola destinasi. Peserta dipilih berdasarkan keterlibatan dalam aktivitas pariwisata, potensi perannya dalam pengelolaan destinasi, dan kemampuan menularkan pengetahuan kepada masyarakat lain. Mereka terlibat sejak identifikasi kebutuhan, pelatihan dan praktik, hingga evaluasi kegiatan. Tahap persiapan dilakukan untuk memperoleh gambaran kondisi awal mitra sekaligus memastikan bahwa materi dan metode kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tahap ini diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa dan pemangku kepentingan lokal mengenai tujuan, jadwal, peserta, lokasi, sarana pendukung, dan bentuk keterlibatan mitra. Tim kemudian melakukan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan, wawancara singkat, dan FGD untuk memetakan potensi wisata, atraksi alam dan budaya, produk lokal, pelaku usaha, kondisi pelayanan, kebersihan, keamanan, promosi, pencatatan kunjungan, serta pola koordinasi yang telah berlangsung.

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan dan dilakukan melalui proses pembelajaran yang menempatkan masyarakat sebagai peserta sekaligus aktor yang menghasilkan perangkat pengelolaan destinasi. Pelaksanaan diawali dengan pemberian materi melalui ceramah interaktif

mengenai prinsip pariwisata berkelanjutan, tata kelola destinasi berbasis masyarakat, kelembagaan dan pembagian peran, pelayanan wisata, pengembangan produk, serta komunikasi dan promosi digital. Setelah penyampaian materi, peserta dibagi dalam diskusi dan praktik untuk memetakan peran pengelola serta menyusun pembagian tanggung jawab pada bidang pelayanan pengunjung, kebersihan, keamanan, produk lokal, dokumentasi, promosi, dan evaluasi. Peserta selanjutnya didampingi menyusun standar pelayanan dasar serta merancang paket pengalaman wisata berbasis potensi lokal yang mencakup atraksi, narasi destinasi, alur kunjungan, durasi, pemanduan, kuliner, produk UMKM, dan layanan pendukung.

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur perubahan kapasitas peserta sekaligus menilai keberlanjutan hasil kegiatan pada tingkat kelembagaan melalui tiga komponen: evaluasi pengetahuan, evaluasi praktik, dan evaluasi keberlanjutan. Evaluasi pengetahuan menggunakan prates dan pascates berupa 20 soal pilihan ganda yang mencakup lima indikator, masing-masing empat soal: (1) konsep tata kelola destinasi dan pariwisata berkelanjutan, (2) pembagian peran pengelola, (3) standar pelayanan, (4) pengembangan produk dan paket wisata, dan (5) promosi destinasi. Setiap jawaban benar diberi skor 5 sehingga skor maksimal 100. Peningkatan pengetahuan dianalisis dengan dua cara. Pertama, persentase peningkatan rata-rata skor dihitung dengan rumus:

$$\text{Peningkatan (\%)} = \frac{(\text{rata-rata skor pascates} - \text{rata-rata skor prates})}{\text{rata-rata skor prates}} \times 100\% \quad (1)$$

Kedua, efektivitas pelatihan diukur menggunakan *normalized gain* (N-gain):

$$N - \text{gain} = \frac{(\text{skor pascates} - \text{skor prates})}{(\text{skor maksimal} - \text{skor prates})} \quad (2)$$

N-gain dikategorikan tinggi ($g \geq 0,70$), sedang ($0,30 \leq g < 0,70$), dan rendah ($g < 0,30$). Evaluasi pengetahuan dinyatakan berhasil apabila rata-rata N-gain minimal berada pada kategori sedang dan sekurang-kurangnya 80% peserta memperoleh skor pascates ≥ 70 .

Evaluasi praktik dilakukan menggunakan lembar observasi berbasis rubrik dengan skala 1–4 (1 = belum mampu, 2 = kurang mampu, 3 = mampu, 4 = sangat mampu). Instrumen ini memuat delapan indikator yang terbagi dalam dua aspek. Aspek penggunaan perangkat kerja meliputi pengisian format pencatatan kunjungan, penerapan standar operasional layanan, penyusunan paket pengalaman wisata, dan pembuatan konten promosi digital. Aspek simulasi pengelolaan kunjungan meliputi penyambutan wisatawan, penyampaian informasi destinasi, pemanduan kegiatan, serta penanganan keluhan dan pencatatan akhir kunjungan. Skor praktik setiap peserta dihitung dengan rumus:

$$\text{Nilai praktik (\%)} = \frac{\text{jumlah skor diperoleh}}{\text{skor maksimal}} \times 100\% \quad (3)$$

Skor maksimalnya adalah 32. Hasilnya dikategorikan sangat baik (81–100%), baik (61–80%), cukup (41–60%), dan kurang ($\leq 40\%$). Evaluasi praktik dinyatakan berhasil apabila minimal 75% peserta mencapai kategori baik atau sangat baik.

Evaluasi keberlanjutan dilakukan melalui diskusi reflektif bersama mitra yang dilengkapi daftar periksa (*checklist*) capaian kelembagaan dan diverifikasi kembali satu hingga tiga bulan setelah program berakhir. Lima indikator keberlanjutan yang diukur adalah (1) terbentuknya struktur pengelola destinasi dengan pembagian peran tertulis yang disahkan pemerintah desa, (2) tersusun dan disepakatinya standar pelayanan destinasi, (3) tersusunnya rencana tindak lanjut yang memuat kegiatan, penanggung jawab, dan jadwal, (4) digunakannya format pencatatan kunjungan secara rutin, dan (5) aktifnya kanal promosi digital destinasi dengan minimal empat unggahan per bulan. Tingkat keberlanjutan dihitung dengan rumus:

$$\text{Keberlanjutan (\%)} = \frac{\text{jumlah indikator tercapai}}{5} \times 100\% \quad (4)$$

Kegiatan dinilai memiliki potensi keberlanjutan tinggi apabila minimal empat dari lima indikator ($\geq 80\%$) tercapai. Hambatan dan kebutuhan perbaikan yang teridentifikasi dalam diskusi reflektif dicatat sebagai data kualitatif pendukung untuk merumuskan rekomendasi tindak lanjut. Dengan rancangan ini, evaluasi tidak hanya memotret peningkatan kapasitas individual, tetapi juga membuktikan secara terukur penguatan kapasitas kelembagaan dalam pengelolaan destinasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan merupakan fondasi utama untuk memastikan kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan mitra dan kondisi aktual pengelolaan pariwisata di tingkat lokal. Kegiatan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian, pemerintah desa, kelompok masyarakat, pemuda, perempuan, pelaku UMKM, serta unsur masyarakat yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan pariwisata. Koordinasi tersebut digunakan untuk menyepakati tujuan kegiatan, menentukan peserta, menyiapkan lokasi, menyusun jadwal, serta mengidentifikasi dukungan teknis yang diperlukan. Sebanyak 30 orang peserta kemudian ditetapkan sebagai peserta utama kegiatan. Pelibatan peserta dari berbagai unsur dimaksudkan untuk membangun proses pembelajaran yang tidak hanya meningkatkan kompetensi individual, tetapi juga memperkuat jaringan kerja antarpelaku

yang diperlukan dalam tata kelola destinasi berbasis masyarakat. Setelah koordinasi dilakukan, tim melaksanakan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama mitra. Identifikasi awal juga menunjukkan adanya variasi kemampuan peserta dalam memahami aspek pariwisata berkelanjutan, tata kelola, pelayanan wisata, pengembangan paket, serta pemanfaatan teknologi digital.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun perangkat kegiatan berupa bahan pelatihan, instrumen pre-test dan post-test, lembar pembagian peran pengelola, format penyusunan standar pelayanan, format pengembangan paket wisata, serta instrumen survei kepuasan. Materi pelatihan kemudian difokuskan pada empat kebutuhan utama, yaitu pemahaman tata kelola destinasi berkelanjutan, penguatan kelembagaan dan standar pelayanan, pengembangan paket pengalaman wisata, serta pemanfaatan media digital untuk promosi. Dengan demikian, tahap persiapan menghasilkan desain kegiatan yang langsung menghubungkan permasalahan mitra dengan bentuk intervensi yang akan diberikan selama pelaksanaan.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

a. Penguatan Pemahaman Tata Kelola Destinasi Pariwisata Berkelanjutan

Tahap pelaksanaan dimulai dengan penguatan pemahaman peserta mengenai prinsip tata kelola destinasi pariwisata berkelanjutan. Materi diberikan melalui ceramah interaktif dan diskusi yang membahas konsep pariwisata berkelanjutan, *community-based tourism*, posisi masyarakat dalam pengelolaan destinasi, distribusi manfaat ekonomi, perlindungan sumber daya lokal, serta pentingnya kerja sama antaraktor. Penekanan utama diberikan pada perubahan cara pandang bahwa masyarakat bukan hanya pihak yang menyediakan layanan ketika wisatawan datang, tetapi juga memiliki peran dalam perencanaan, pengambilan keputusan, pengembangan produk, pelayanan, promosi, dan evaluasi destinasi.

Diskusi selama kegiatan memperlihatkan bahwa konsep tersebut membantu peserta memahami perbedaan antara sekadar berpartisipasi dalam aktivitas wisata dan terlibat sebagai pengelola. Transformasi dari pelaku menuju pengelola membutuhkan kemampuan untuk menentukan arah pengembangan, membagi peran, membuat aturan pelayanan, serta mengevaluasi aktivitas pariwisata secara bersama. Pemahaman ini sejalan dengan temuan Rahman et al. (2025), Joshi et al. (2026), dan Sentanu et al. (2021) bahwa keterlibatan masyarakat yang bermakna dalam perencanaan dan pengelolaan merupakan elemen penting dalam keberlanjutan *community-based tourism*. Dengan demikian, sesi awal

pelatihan berfungsi sebagai landasan konseptual sebelum peserta memasuki tahap praktik.



Gambar 1. Penyampaian Materi dan Diskusi Tata Kelola Destinasi Pariwisata Berkelanjutan

Gambar di atas menunjukkan penyampaian materi dan diskusi tata kelola destinasi pariwisata berkelanjutan. Kegiatan diikuti dengan diskusi dan tanya jawab.

b. Penguatan Kelembagaan dan Penyusunan Standar Pelayanan

Kegiatan selanjutnya diarahkan pada penyusunan pembagian peran pengelola. Peserta bersama tim mengidentifikasi fungsi-fungsi yang diperlukan dalam pengelolaan destinasi, seperti koordinasi umum, pelayanan pengunjung, informasi, kebersihan, keamanan, pengelolaan produk lokal, promosi digital, dokumentasi, pencatatan kunjungan, dan evaluasi. Penguatan kelembagaan kemudian dilanjutkan dengan penyusunan standar pelayanan dasar destinasi. Standar tersebut meliputi tata cara menerima wisatawan, menyampaikan informasi, menjaga keramahan, menjamin kebersihan dan keamanan, menangani kebutuhan maupun keluhan pengunjung, serta mendokumentasikan kunjungan. Penyusunan standar dimaksudkan untuk mengurangi ketergantungan terhadap kemampuan individual dan mengubah pelayanan menjadi praktik bersama yang lebih konsisten. Koiwanit dan Filimonau (2023) serta Rahman et al. (2025) menunjukkan bahwa pembagian peran, kepercayaan, kepemimpinan lokal, dan institusionalisasi mekanisme kerja merupakan fondasi penting bagi tata kelola destinasi yang berkelanjutan.



Gambar 2. Praktik Penyusunan Pembagian Peran dan Standar Pelayanan Destinasi

Seorang peserta aktif bertanya terkait pembagian peran dan standar destinasi. Penanya merupakan aparat desa yang nanti menjadi penanggung jawab kegiatan.

c. Pengembangan Paket Pengalaman Wisata Berbasis Masyarakat

Pengembangan produk wisata dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat mengubah potensi lokal menjadi pengalaman wisata yang memiliki struktur dan nilai ekonomi. Melalui diskusi dan latihan, peserta mengidentifikasi sumber daya yang dapat dikembangkan, mulai dari kehidupan masyarakat, aktivitas keseharian, budaya lokal, kuliner, produk UMKM, hingga lingkungan desa. Dari proses tersebut dihasilkan tiga rancangan paket pengalaman wisata, yaitu “Jelajah Mengeruda: Alam, Budaya, dan Kehidupan Desa,” “Sehari Bersama Warga Mengeruda,” serta “Rasa dan Cerita Mengeruda.” Ketiga paket tersebut dirancang untuk menghadirkan pengalaman berbeda tetapi tetap bertumpu pada keterlibatan masyarakat sebagai penyedia dan pengelola pengalaman wisata.

Paket “Jelajah Mengeruda” mengintegrasikan pengalaman lingkungan, budaya, dan kehidupan desa. Paket “Sehari Bersama Warga Mengeruda” diarahkan pada pengalaman partisipatif yang memungkinkan wisatawan berinteraksi dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Sementara itu, “Rasa dan Cerita Mengeruda” menghubungkan produk kuliner, cerita lokal, dan produk masyarakat sebagai bagian dari pengalaman destinasi. Proses penyusunan paket memberikan pembelajaran bahwa produk wisata tidak hanya berupa objek yang dilihat wisatawan, tetapi merupakan kombinasi antara atraksi, narasi, pelayanan, interaksi, durasi, pelaksana, dan manfaat ekonomi. Pendekatan berbasis masyarakat semacam ini dapat memperbesar peluang agar manfaat pariwisata tetap berada di tingkat lokal dan didistribusikan kepada lebih banyak pelaku.

d. Penguatan Promosi Digital dan Simulasi Pengelolaan Kunjungan

Penguatan promosi dilakukan dengan memperkenalkan tiga media utama, yaitu *Instagram*, *Facebook Page*, dan *WhatsApp Business*. *Instagram* digunakan untuk menampilkan foto, video pendek, *storytelling*, serta informasi paket wisata. *Facebook Page* diarahkan untuk memperluas jangkauan informasi dan membangun komunikasi dengan jejaring masyarakat serta calon pengunjung, sedangkan *WhatsApp Business* dimanfaatkan sebagai media komunikasi langsung mengenai paket, harga, lokasi, reservasi, dan kontak pengelola.

Penggunaan media digital tidak hanya dipahami sebagai aktivitas publikasi, tetapi sebagai bagian dari sistem pelayanan dan tata kelola destinasi. Yohanitas et al. (2025), Singgalen dan Timisela (2021), serta Trunfio dan Lucia (2017) menunjukkan bahwa teknologi digital dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan kapasitas komunitas dalam membangun branding serta komunikasi dengan wisatawan. Untuk mengintegrasikan seluruh materi, kegiatan kemudian dilanjutkan dengan simulasi pengelolaan kunjungan. Peserta mempraktikkan penyambutan wisatawan, pemberian informasi, pelayanan, pelaksanaan paket, promosi produk lokal, dokumentasi, dan pencatatan kunjungan.

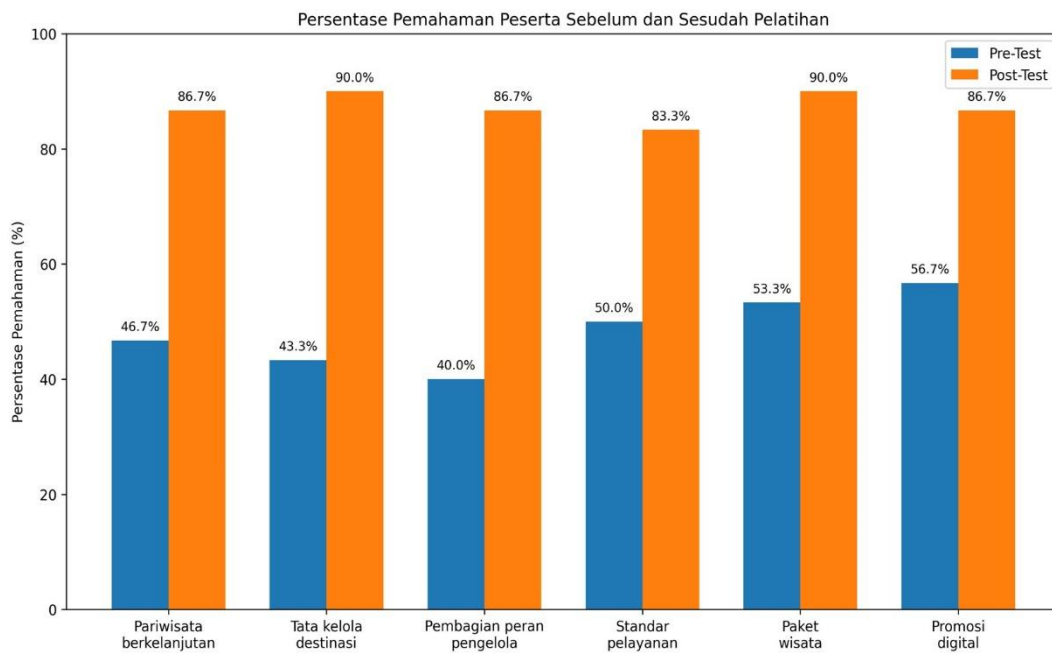
3. Tahap Evaluasi

a. Hasil Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi pembelajaran dilakukan terhadap seluruh 30 peserta menggunakan pre-test dan post-test. Enam indikator yang diukur meliputi pemahaman mengenai pariwisata berkelanjutan, tata kelola destinasi, pembagian peran pengelola, standar pelayanan, pengembangan paket wisata, dan promosi digital. Hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman awal peserta rata-rata sebesar 48,3%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebelum mengikuti kegiatan, peserta sudah memiliki pengalaman praktis sebagai pelaku pariwisata, tetapi pemahaman mengenai aspek tata kelola dan manajemen destinasi masih relatif terbatas. Secara rinci, tingkat pemahaman awal terhadap pariwisata berkelanjutan sebesar 46,7%, tata kelola destinasi 43,3%, pembagian peran pengelola 40,0%, standar pelayanan 50,0%, pengembangan paket wisata 53,3%, dan promosi digital 56,7%. Nilai terendah terdapat pada pembagian peran dan tata kelola destinasi.

Setelah kegiatan, rata-rata hasil post-test mencapai 87,2%, meningkat 38,9 poin persentase dibandingkan pre-test. Pemahaman tata kelola destinasi meningkat dari 43,3% menjadi 90,0%, sedangkan pembagian peran pengelola meningkat dari 40,0% menjadi 86,7%.

Pemahaman mengenai pariwisata berkelanjutan meningkat menjadi 86,7%, standar pelayanan menjadi 83,3%, pengembangan paket wisata menjadi 90,0%, dan promosi digital menjadi 86,7%. Peningkatan terbesar terjadi pada tata kelola destinasi dan pembagian peran pengelola, masing-masing sebesar 46,7 poin persentase. Secara deskriptif, hasil tersebut menunjukkan peningkatan pemahaman yang kuat setelah peserta mengikuti rangkaian ceramah, diskusi, latihan, dan simulasi, seperti terlihat pada Gambar 3.



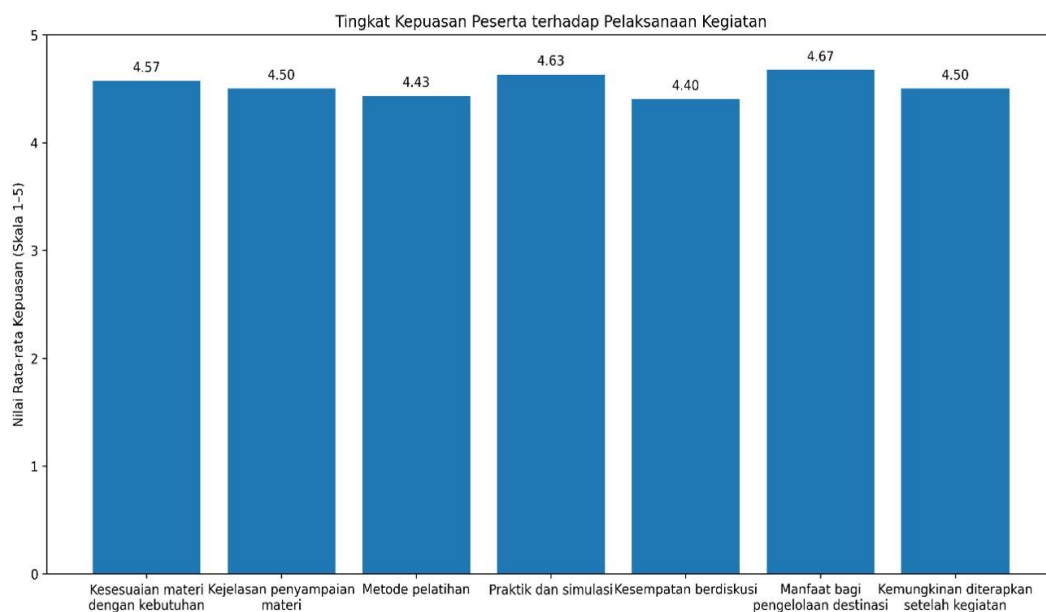
Gambar 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

Gambar 3 di atas memperlihatkan bahwa kegiatan berhasil memperkecil kesenjangan pengetahuan peserta terutama pada aspek yang menjadi fokus utama program, yakni tata kelola dan pembagian peran. Hal ini penting karena tujuan kegiatan bukan hanya menambah wawasan pariwisata, tetapi memperkuat kemampuan masyarakat menjalankan fungsi pengelolaan. Meskipun demikian, kenaikan nilai post-test belum dapat dianggap sebagai bukti bahwa kapasitas kelembagaan telah sepenuhnya terbentuk. Pengetahuan perlu diikuti oleh konsistensi penggunaan standar pelayanan, pengoperasian paket wisata, pembaruan media digital, dan koordinasi antarpelaku agar perubahan individual dapat berkembang menjadi kapasitas institusional.

b. Survei Kepuasan Peserta

Evaluasi berikutnya dilakukan melalui survei kepuasan yang diikuti oleh seluruh 30 peserta. Survei menggunakan skala Likert 1–5 dan mengukur tujuh aspek, yaitu kesesuaian materi, kejelasan penyampaian, metode pelatihan, praktik dan simulasi, kesempatan berdiskusi, manfaat kegiatan, serta kemungkinan penerapan hasil

pelatihan. Hasil survei menunjukkan bahwa 28 peserta atau 93,3% menyatakan puas atau sangat puas terhadap kegiatan, sementara 2 peserta atau 6,7% menyatakan cukup puas. Tidak terdapat peserta yang memberikan penilaian tidak puas maupun sangat tidak puas. Nilai rata-rata kepuasan secara keseluruhan mencapai 4,53 dari skala 5, sehingga termasuk kategori sangat baik. Aspek yang memperoleh nilai tertinggi adalah manfaat kegiatan bagi pengelolaan destinasi dengan skor 4,67, disusul praktik dan simulasi sebesar 4,63, serta kesesuaian materi dengan kebutuhan sebesar 4,57. Kejelasan penyampaian materi dan kemungkinan penerapan hasil kegiatan masing-masing memperoleh nilai 4,50. Sementara itu, metode pelatihan memperoleh skor 4,43 dan kesempatan berdiskusi 4,40. Meskipun seluruh aspek berada pada kategori sangat baik, skor kesempatan berdiskusi yang relatif lebih rendah memberikan indikasi perlunya memperluas ruang diskusi dan pendampingan pada kegiatan lanjutan.



Gambar 4. Hasil Survei Kepuasan Peserta

Merujuk Gambar 4 di atas, tingginya kepuasan peserta terutama pada aspek manfaat serta praktik dan simulasi menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran aplikatif lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Peserta tidak hanya membutuhkan penjelasan konseptual, tetapi juga kesempatan untuk menghasilkan sesuatu yang langsung dapat digunakan, seperti struktur pembagian peran, standar pelayanan, paket pengalaman wisata, dan media promosi. Hasil tersebut memperkuat pentingnya model pengabdian yang mengombinasikan transfer pengetahuan dengan *learning by doing*. Namun demikian, tingginya kepuasan tidak secara otomatis

menjamin keberlanjutan sehingga tetap diperlukan mekanisme pendampingan, evaluasi berkala, dan dukungan kelembagaan lokal.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian “Dari Pelaku ke Pengelola: Penguatan Kapasitas Masyarakat dalam Tata Kelola Destinasi Pariwisata Berkelanjutan” berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan kapasitas masyarakat agar tidak hanya berperan sebagai pelaku kegiatan pariwisata, tetapi mulai memiliki kemampuan sebagai pengelola destinasi melalui penguatan pemahaman tentang pariwisata berkelanjutan, tata kelola destinasi, pembagian peran, standar pelayanan, pengembangan paket wisata, dan promosi digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 48,3% pada pre-test menjadi 87,2% pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 38,9 poin persentase yang setara dengan sekitar 80,5% dibandingkan kondisi awal. Peningkatan tersebut terutama terlihat pada kemampuan tata kelola destinasi dan pembagian peran pengelola yang masing-masing meningkat 46,7 poin persentase, serta didukung oleh kemampuan praktis peserta dalam menyusun standar pelayanan, menghasilkan tiga paket pengalaman wisata, yaitu *Jelajah Mengeruda: Alam, Budaya, dan Kehidupan Desa, Sehari Bersama Warga Mengeruda*, dan *Rasa dan Cerita Mengeruda*, serta memanfaatkan Instagram, Facebook Page, dan WhatsApp Business sebagai media promosi. Penerimaan peserta terhadap kegiatan juga sangat positif, ditunjukkan oleh 93,3% peserta yang menyatakan puas atau sangat puas dengan nilai kepuasan rata-rata 4,53 dari skala 5.

Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi ceramah interaktif, diskusi, praktik, simulasi, dan pendampingan mampu memperkuat aspek *soft skills* seperti koordinasi, komunikasi, kerja sama, dan pembagian tanggung jawab sekaligus *hard skills* dalam pelayanan, pengemasan produk wisata, serta promosi digital. Untuk menjaga keberlanjutan hasil kegiatan, diperlukan pendampingan lanjutan yang berfokus pada pelembagaan struktur pengelola, uji coba dan penyempurnaan paket wisata, konsistensi pengelolaan media digital, penyusunan mekanisme evaluasi berkala, serta penguatan kolaborasi dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan pariwisata lainnya. Kegiatan pengabdian berikutnya juga disarankan mengembangkan aspek yang lebih terapan, seperti manajemen usaha pariwisata, penetapan harga paket, pengelolaan keuangan, *digital branding*, pengukuran kepuasan wisatawan, dan evaluasi dampak ekonomi masyarakat, sedangkan penelitian lanjutan dapat diarahkan untuk mengukur sejauh mana peningkatan kapasitas individual tersebut benar-benar berkembang menjadi kapasitas kelembagaan dan keberlanjutan tata kelola destinasi dalam jangka menengah dan panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Nusa Cendana Kupang yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tim PKM Fisip Universitas Nusa Cendana Kupang juga menyampaikan terima kasih kepada perangkat desa, tokoh masyarakat, tokoh adat, tokoh pemuda, tokoh perempuan Desa Mengeruda dan semua warga masyarakat Desa Mengeruda, terutama masyarakat yang berpartisipasi dalam kegiatan PKM. Semoga karya ini dapat dipakai dalam proses membangun desa selanjutnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Badr, M. E. M. (2022). Challenges and Future of the Development of Sustainable Ecotourism. *International Journal of Modern Agriculture and Environment*, 2(2), 54–72. <https://doi.org/10.21608/ijmae.2023.214937.1006>
- Bahagijo, S., Prasetyo, Y. E., Kawuryan, D., Tua, B., & Eridani, A. D. (2022). Closing the Digital Gender Gap in Indonesia Through the Roles and Initiatives of Civil Society Organizations. *Jurnal Ilmu Sosial*, 21(1), 14–38. <https://doi.org/10.14710/jis.21.1.2022.14-38>
- Borutska, Y., Dydiv, I., Krupa, O., Hryhorieva, L., & Sylkin, O. (2024). Methodology and Application of Innovative Technologies to Ensure Sustainable Development: Formation of Eco-Awareness Through the Prism of Ecotourism. *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 1357–1367. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i4.3666>
- Feyers, S., Stein, T. V., & Klizentyte, K. (2019). Bridging Worlds: Utilizing a Multi-Stakeholder Framework to Create Extension–Tourism Partnerships. *Sustainability*, 12(1), 80. <https://doi.org/10.3390/su12010080>
- Harb, A., Alhammad, F. A., Freewan, A., Shkokani, H., & Slehat, M. (2025). Promoting Tourism Sustainability in Jordan: Policy Effectiveness and Stakeholders Perspectives. *Contemporary Review of the Middle East*, 12(2), 175–196. <https://doi.org/10.1177/23477989251319625>
- Holivil, E. (2024). Ketimpangan ketenagakerjaan dan dinamika kemiskinan di NTT: Analisis faktor penyebab dan implikasi kebijakan. *Jurnal Administrasi Publik*, 20(2), 203–226.
- Holivil, E. (2026). *Demokrasi Zombie*. Deepublish.
- Jiang, S., Ratchavieng, A., Wang, H., Phakdeephirot, N., & OuYang, Y. (2026). Exploring Constraints on Sustainability Practices Among Coffee Farmers in Yunnan Province, China. *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 17(1), 1–22. <https://doi.org/10.4018/ijcrmm.405239>
- Joshi, S., Bucur, A., Atomulese, A., Zerbe, S., Sauerwein, M., & Panzer-Krause, S. (2026). Ecotourism in Traditional Cultural Landscapes: A Regenerative Lens on Stakeholder Perspectives in Vama Buzăului, Romania. *Environmental Management*, 76(6). <https://doi.org/10.1007/s00267-026-02498-x>
- Koiwanit, J., & Filimonau, V. (2023). Stakeholder Collaboration for Solid Waste Management in a Small Tourism Island. *Plos One*, 18(7), e0288839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0288839>
- Mohammadian, H. D., Alijani, O., Moghaddam, M. R., & Ameri, B. (2024). Evolving Visitors/Tourists' Demands, Preference and Future Expectations, Related to 7PS Sustainability During and After the Pandemic Through the X.0 Wave/Tomorrow Age Theory (When X.0=5.0). *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(6), 775–815. <https://doi.org/10.1108/whatt-08-2024-0186>

- Pasquinelli, C., & Kavaratzis, M. (2025). Theorizing the Linkage Between Place Branding and Sustainable Destinations: An Integrative and Generative Review. *International Journal of Management Reviews*, 28(2). <https://doi.org/10.1111/ijmr.70009>
- Rahman, A. Z., Pradana, A. E., & Rakhma, N. A. (2025). Sustainable Tourism Development in Glawan Village: Balancing Infrastructure Growth and Environment Through Local Governance. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1537(1), 012001. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1537/1/012001>
- Rangkuti, Y. A., Bangun, A. K., Kurniawan, R., Ilham, Z., Hasibuan, S., Tambunan, T. M. B., & Silitonga, D. F. (2025). Cultural Heritage and Sports Tourism: A Systematic Literature Review of Sustainable Destination Management Practices. *Frontiers in Sports and Active Living*, 7. <https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1680229>
- Sentanu, I. G. E. P. S., Prabowo, A., Kumalasari, K., Galih, A. P., & Wismanu, R. E. (2021). Stakeholder Collaboration Model for Ecotourism Development in Indonesia: Case Study From Batu City East Java Province. *Journal of Government and Civil Society*, 5(2), 214. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v5i2.4420>
- Sharma, B., & Tham, A. (2023). Regenerative Tourism: Opportunities and Challenges. *Journal of Responsible Tourism Management*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47263/jrtm.03-01-02>
- Sihombing, U. (2021). Competence Development Planning of Human Resources With International Tourism Standards for Improving the Welfare of the Badung Regency Community. *Jurnal Bina Praja*, 13(3), 459–470. <https://doi.org/10.21787/jbp.13.2021.459-470>
- Singgalen, Y. A., & Timisela, M. (2021). Tourism SME's Competitive Advantages Through ICT Based Community: The Role of GenPI in Eastern Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 9(1), 38–50. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2021.009.01.05>
- Sulistiani, I., & Syarifuddin, S. (2024). Marketing Communication Strategy in Tourism Development Based on Local Wisdom of Jayapura City Communities. *Jurnal the Messenger*, 14(3), 196–212. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v14i3.5190>
- Trunfio, M., & Lucia, M. D. (2017). Toward Web 5.0 in Italian Regional Destination Marketing. *Symphony Emerging Issues in Management*, (2), 60–75. <https://doi.org/10.4468/2016.2.07trunfio.dellalucia>
- Yasir, Y., Firzal, Y., Sulistyani, A., & Yesicha, C. (2021). Penta Helix Communication Model Through Community Based Tourism (Cbt) for Tourism Village Development in Koto Sentajo, Riau, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 851–860. <https://doi.org/10.30892/gtg.37316-718>
- Yohanitas, W. A., Robby, U. B., Andari, T., Siregar, S. N., Haradongan, F., Azmi, I. F., Fahrani, N. S., & Mulyadi, M. (2025). *Digital Pathways to Sustainable Tourism Indonesia Insights: Study Case Bilebante Village*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-7824941/v1>