

OPTIMALISASI POKDARWIS DALAM TATA KELOLA PARIWISATA LOKAL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI WARGA DESA SERANG PURBALINGGA

Bachrul Restu Bagja¹, Yanuar Ikhsan Pamuji², Rida Purnama Sari³

^{1,2)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

³⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Amikom Purwokerto

e-mail: bachrulb@telkomuniversity.ac.id¹, yanuar@telkomuniversity.ac.id²,

keridapurnama@amikompurwokerto.ac.id³

Abstrak

Desa Serang, Purbalingga, menyimpan potensi wisata yang sangat besar. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam pengelolaan pariwisata, kurangnya inovasi dalam mengembangkan produk dan pariwisata yang unik, serta rendahnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata desa. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan sebuah upaya yang terstruktur dan komprehensif. Salah satu solusinya melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas Pokdarwis Lembah Asri. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali Pokdarwis dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata desa. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan, Pokdarwis dapat lebih kreatif dalam menciptakan produk dan pariwisata yang unik, serta mampu menerapkan konsep creative placemaking untuk menjadikan Desa Serang sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap awal meliputi analisis situasi dan kondisi mitra, identifikasi masalah, dan perumusan solusi. Metode yang digunakan meliputi pendidikan dan pelatihan, analisis lingkungan, pembentukan tim kerja, pengembangan media promosi, pelatihan inovasi produk lokal, dan penyelenggaraan festival budaya. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat akan potensi wisata desa. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu mengembangkan produk lokal dan memanfaatkan teknologi digital untuk promosi.

Kata kunci: Pokdarwis; Pariwisata; Produk; Ekonomi Masyarakat

Abstract

Serang Village, Purbalingga, has enormous tourism potential. However, this potential has not been utilized optimally. Some of the obstacles faced include limited human resources skilled in tourism management, lack of innovation in developing unique tourism products and products, and low community participation in village tourism activities. Based on these problems, a structured and comprehensive effort is needed. One solution is through community service activities that focus on increasing the capacity of the Asri Valley Pokdarwis. This activity aims to equip Pokdarwis with the knowledge and skills to manage and develop village tourism potential. By providing training and assistance, Pokdarwis can be more creative in creating unique products and tourism, as well as being able to apply the concept of creative placemaking to make Serang Village an attractive and sustainable tourist destination. Community service activities are carried out through several stages. The initial stage includes analyzing the partner's situation and conditions, identifying problems, and formulating solutions. The methods used include education and training, environmental analysis, forming work teams, developing promotional media, training on local product innovation, and organizing cultural festivals. The results of this activity show an increase in public awareness of the village's tourism potential. Through training and mentoring, the community can develop local products and utilize digital technology for promotion.

Keywords: Pokdarwis; Tourism; Product; Economic

PENDAHULUAN

Sumber Daya Alam yang melimpah menjadi modal penting bagi Indonesia, yang mana keberagamannya menjadi potensi besar bagi sektor pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam produktifitas masyarakatnya dan juga pada pendapatan negara (Pendit, 2003). Hal ini sering dipandang sebagai salah

satu sektor dalam ekonomi yang dapat menanggulangi kemiskinan dan meningkatkan devisa negara. Secara global, industri pariwisata telah mengubah kualitas kehidupan dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, penguatan toleransi, mengurangi kemiskinan serta mempercepat pembangunan (Roberto Crotti & Tiffany Misrahi, 2017). Adanya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang pemerintahan Daerah yaitu tentang perimbangan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah telah terjadi perubahan di tingkat nasional, di mana sistem pemerintahan negara yang semula bersifat sentralistik kemudian bergeser ke arah desentralisasi yang mana memberikan otonomi kepada daerah secara nyata (Damayanti & Suharno, 2019).

Kebijakan otonomi tentang pengelolaan sumber daya dan potensi pariwisata yang ada menjadikan Pemerintah Daerah memiliki tanggung jawab yang besar. Daerah diberikan hak dan wewenang untuk mengatur dan mengurus daerahnya masing-masing dengan memerhatikan potensi yang dimiliki untuk dikembangkan (Adisasmita, 2013). Keberadaan daerah dengan potensi pariwisata yang melimpah cukup tersebar di Nusantara ini, salah satunya adalah Kabupaten Purbalingga, lebih spesifik yaitu Desa Serang.

Desa Serang merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga, Provinsi Jawa Tengah. Letak administratif dari Desa Serang yaitu berbatasan dengan Puncak Gunung Slamet di bagian sebelah barat memiliki ketinggian sekitar 650 – 1300 mdpl dengan suhu rata-rata 20°C. Desa yang memiliki lahan pertanian dan perkebunan yang luas serta menawarkan panorama yang asri di kaki Gunung Slamet menjadikan Desa Serang memiliki potensi wisata alam yang besar (Maulana, 2019). Meskipun desa ini telah mengembangkan beberapa objek wisata seperti Lembah Asri Serang, Gardu Pandang Gunung Malang, dan lainnya, namun masih terdapat sejumlah masalah terkait keberlanjutan wisata alam tersebut. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Desa Serang berdampak pada pengelolaan yang minim inovasi dan kurangnya pemanfaatan media digital dalam promosi wisata (Muchlashin et al., 2022). Selain itu, keterbatasan ruang kreatif juga menjadi kendala dalam mengolah sumber daya untuk menciptakan produk atau jasa yang berpotensi ekonomi. Hal ini berimplikasi pada menurunnya jumlah pengunjung dan potensi pengembangan ekonomi masyarakat desa (Ivantan et al., 2022).

Partisipasi aktif dari warga dalam pengelolaan dan pengembangan wisata di Desa Serang dapat menjadi cara pemanfaatan yang efektif untuk meningkatkan perekonomian warga dan desa itu sendiri dari kegiatan pariwisata, serta partisipasi ini dapat mendorong kewirausahaan masyarakat setempat (Hermawan, 2016). Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Serang yang saat ini mengelola tempat wisata tersebut memaparkan bahwa beberapa permasalahan yang dipaparkan di atas menjadi permasalahan yang belum teratasi. Pokdarwis di Desa Serang dibentuk tahun 2009 yang mana pembentukannya berbarengan dengan ditetapkannya Desa Serang menjadi desa wisata melalui Surat Keputusan Bupati, Pokdarwis Desa Serang diberi nama Kelompok Sadar Wisata Lembah Asri (Damayanti & Suharno, 2019). Di Desa Serang, Purbalingga, sebagian warga memilih bertani sebagai mata pencaharian utama mereka, hubungan emosional yang kuat dengan tradisi pertanian yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Selain itu, pertanian dianggap sebagai sumber pendapatan yang lebih stabil dan dapat diandalkan daripada sektor pariwisata (Rhofita, 2022).

Namun, potensi pariwisata Desa Serang tidak bisa diabaikan begitu saja. Meskipun banyak warga yang memilih untuk tetap bertani, sektor pariwisata memiliki potensi untuk menjadi sumber pendapatan tambahan yang signifikan bagi warga dan desa. Dengan pendekatan yang tepat dan komitmen yang kuat, pengembangan pariwisata dapat membantu meningkatkan ekonomi lokal sambil tetap memerhatikan keberlanjutan lingkungan dan kelestarian budaya lokal (Tulus & Londa, 2014).

Tabel 1. Uraian Kondisi Mitra

No	Uraian	Kondisi Mitra
1	Partisipasi warga	Kurangnya kesiapan masyarakat dalam mendukung kegiatan pariwisata desa.
2	Pariwisata	Keterbatasan SDM dalam pengelolaan wisatawan dan keterampilan untuk melayani wisatawan.
3	Media promosi	Kurangnya pemanfaatan media online (website) dalam mempromosikan pariwisata desa dengan optimal.

4	Lokalitas produk dan jasa	Kurangnya inovasi dan kreatifitas dalam memanfaatkan dan mengembangkan produk jasa untuk mendukung pariwisata desa.
5	Pengembangan pariwisata	Keterbatasan informasi pengembangan pariwisata dan awareness terkait peningkatan ekonomi dari sektor pariwisata.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kurangnya SDM berimbas kepada pengelolaan pariwisata tidak optimal. Anggapan masyarakat terhadap nilai ekonomi yang dihasilkan pariwisata tidak stabil menjadi momok krusial bagi perkembangan desa dan masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu, perlu adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk membantu mitra meningkatkan kreatifitas, inovasi, promosi dan partisipasi masyarakat agar pengelolaan pariwisata Desa Serang menjadi optimal (Isdarmanto, 2016). Kegiatan pengabdian yang mencakup pelatihan dan pendampingan kepada mitra terkait pengelolaan serta pengembangan pariwisata desa untuk kemudian dapat menemukan kekhasan dalam bentuk produk atau jasa, yang mana hasil dari kegiatan tersebut dikembangkan serta dipromosikan dengan cara menyelenggarakan creative placemaking secara konsisten sebagai bentuk promosi untuk memicu awareness warga secara pengelolaan dan wisatawan luar daerah sebagai pengunjung wisata (Asrijal et al., 2024). Kegiatan-kegiatan tersebut mengacu pada SDGs 8 yaitu tentang peningkatan ekonomi dan SDGs 9 tentang inovasi produk, industrialisasi pariwisata desa dengan sasaran Pokdarwis Lembah Asri (Rubio-Mozos et al., 2019).

Tujuan dari kegiatan ini secara khusus adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi serta partisipasi warga desa serang dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata desa, dengan uraian sebagai berikut: 1) Meningkatkan inovasi kreatif, kapasitas mitra serta mengembangkan dan mempromosikan lokalitas Desa Serang baik dalam bentuk produk dan jasa, untuk mendukung kegiatan pariwisata dalam peningkatan ekonomi masyarakat dan desa; 2) Pengoptimalan kesiapan mitra dalam pengelolaan serta pengembangan pariwisata dengan konsep creative placemaking dalam mendukung, memfasilitasi, meningkatkan dan mempromosikan pariwisata Desa Serang; 3) Peningkatan nilai ekonomi, sosial dan spasial pada pariwisata Desa Serang; 4) Peningkatan pemberdayaan mitra sebagai upaya untuk meningkatkan partisipasi warga dalam keberlanjutan pengelolaan pariwisata.

Implementasi program ini diharapkan dapat mendorong tumbuhnya kesadaran kolektif masyarakat Desa Serang akan potensi sektor pariwisata sebagai penggerak ekonomi lokal. Melalui berbagai inisiatif, diharapkan warga secara aktif terlibat dalam mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata desa. Secara empiris, program ini diproyeksikan akan berdampak pada diversifikasi mata pencaharian masyarakat, pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah berbasis pariwisata, serta peningkatan pendapatan. Lebih dari itu, program ini juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui perluasan jaringan sosial, pertukaran budaya, dan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan. Pendekatan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat diharapkan dapat menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini tercermin dalam upaya pelestarian nilai-nilai budaya lokal dan pengelolaan sumber daya alam dengan harapan tumbuhnya rasa memiliki dan tanggung jawab yang kuat di kalangan masyarakat terhadap potensi desa, sehingga mendorong partisipasi aktif dalam pembangunan berkelanjutan.

METODE

1. Tahapan Awal Kegiatan Penelitian Pemberdayaan Berbasis Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan melalui beberapa tahap, tahapan awal adalah sebagai berikut:

- A. Tahap analisis situasi dan kondisi mitra. Tahapan awal identifikasi mitra, baik dari aspek sumber daya hingga stakeholder masyarakat.
 - a) Identifikasi kondisi mitra. melakukan pertemuan awal dengan mitra desa untuk memahami potensi, tujuan, dan tantangan yang dihadapi oleh desa tersebut.
 - b) Pengumpulan data baik data dari literasi yang sudah ada, hingga wawancara mendalam mengenai penelitian pengabdian yang akan dijalankan.
 - c) Prioritas potensi SDA dan SDM yang dimiliki mitra. Hal tersebut meliputi potensi objek wisata, potensi buah tangan khas objek wisata daerah, dan kemampuan masyarakat terkait pengelolaannya.
- B. Tahap analisis masalah yang dimiliki mitra. Analisis permasalahan diperoleh dari riset awal yang telah dilakukan. Pada tahapan ini fokusnya adalah memahami problem yang dimiliki mitra.

- a) Permasalahan pada partisipasi warga. Kurangnya kesiapan masyarakat dalam mendukung kegiatan pariwisata desa. Masyarakat kurang memahami potensi sumber daya alam yang dimiliki.
- b) Permasalahan pada bidang pariwisata. Keterbatasan SDM dalam pengelolaan objek pariwisata baik dari aspek pelayanan hingga perawatan. Objek pariwisata kurang terawat dan tidak dikembangkan. Bahkan ada sebagian objek wisata yang hampir tutup karena kurangnya kunjungan wisatawan. Aspek pengelolaan jangka pendek dan jangka panjang juga belum begitu difikirkan.
- c) Permasalahan pada media promosi. Kurangnya pemamfaatan promosi offline dan online guna menyebarkan informasi terkait objek wisata. Selama ini promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut saja.
- d) Permasalahan lokalitas produk dan jasa. Kurangnya inovasi dan kreatifitas dalam memanfaatkan dan mengembangkan pariwisata desa. Pemamfaatan sumber daya yang ada untuk membuat produk lokal juga belum ada. Padahal potensi setiap objek wisata untuk membuat produk lokal itu ada.
- e) Permasalahan pengembangan pariwisata. Keterbatasan informasi pengembangan pariwisata dan awareness terkait peningkatan ekonomi dari sektor pariwisata. Pengembangan pariwisata dalam bentuk kolaborasi kegiatan antar warga juga belum ada.

2. Tahapan pemecahan masalah dan pemberdayaan berbasis masyarakat.

Tahapan ini adalah langkah inti dari penelitian. Dari problem yang ada disolusikan dengan pemberdayaan masyarakat. Cara yang digunakan juga didiskusikan agar menjadi solusi bersama. Setelah tahapan ini diharapkan ada kemandirian dari warga dalam mengelola objek wisatanya dan mengembangkannya agar tercipta ekonomi mandiri disetiap daerah tempat penelitian. Solusi pemberdayaan masyarakat yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

- a) Solusi untuk permasalahan partisipasi warga.
Dilakukan pemetaan stakeholder. Pemetaan yang dimaksudkan adalah identifikasi siapa saja yang terlibat dalam problem yang dimiliki. Mencari pemangku kepentingan internal dan eksternal agar pada proses berikutnya lebih tepat sasaran. Pemetaan ini juga untuk mencari peluang diadakan kolaborasi antar warga maupun apabila memungkinkan dengan pihak eksternal.
Dilakukan pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang dimasukkan bisa dalam bentuk seminar maupun FGD terkait pentingnya potensi yang dimiliki pada setiap objek wisata. Setelah dilaksanakannya pelatihan tersebut pemangku kepentingan yang sudah dipetakan pada proses sebelumnya harus berperan aktif dalam implementasi solusi.
- b) Solusi untuk permasalahan pada bidang pariwisata
Analisis lingkungan. Meninjau ulang kondisi sosial, ekonomi, dan budaya tempat tinggal mitra. Hal ini dilaksanakan karena penelitian ini dilaksanakan di 6 objek wisata desa Serang, Purbalingga. Setiap objek wisata memiliki ciri yang bisa diunggulkan.
Pembentukan tim kerja. Tim kerja dibentuk pada setiap objek wisata. Bentuk pembagian tugas dari pengelolaan, perawatan, dan penjagaan objek wisata. Tim kerja juga dibentuk berdasar kesepakatan bersama dengan warga. Dengan dibentuknya tim kerja akan mempermudah untuk mengatur pengelolaan sumber daya yang ada, karena jelas pembagian tugas dan tanggung jawab setiap warga.
- c) Solusi untuk permasalahan media promosi
Pengembangan situs web dan media sosial. Membuat situs web resmi terkait objek wisata. Konten yang dimunculkan adalah kekayaan alam dan budaya objek wisata baik dalam bentuk teks, foto dan video. Dibuat juga sosial media pada setiap objek wisata untuk bisa berinteraksi dengan khalayak digital yang lebih luas. Dengan dibuatnya situs web dan media sosial diharapkan akan memperluas jaringan persebaran informasi terkait objek wisata.
Kemitraan dengan travel blogger dan influencer. Mengundang influencer dan blogger untuk ulasan, liputan dan kolaborasi konten pada tiap objek wisata. Dengan diberlakukannya kegiatan tersebut diharapkan memperluas jangkauan promosi secara online.
Pengembangan materi promosi offline. Media promosi tidak hanya terbatas pada media online saja. Media offline juga perlu digencarkan promosinya mengingat ada sebagian orang yang kurang aktif dalam dunia online. Promosi offline dilakukan dengan pembuatan brosur, pamflet dan materi promosi lainnya. Benda promosi tersebut dapat disebar dilokasi strategis baik hotel, bandara dan pusat informasi objek wisata lainnya.
- d) Solusi untuk permasalahan lokalitas produk dan jasa
Pengadaan program pelatihan produk lokal. Pelatihan yang dimaksud adalah pelatihan mengembangkan keterampilan kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas produk lokal objek wisata. Produk lokal objek wisata didapatkan dari pemamfaatan potensi sumber daya yang ada. Dengan

dilakukan pelatihan ini diharapkan setiap objek wisata memiliki ciri khas selain dari keadaan alam geografis juga dari olahan produk lokalnya.

Pengadaan pelatihan branding produk dan pengemasan. Produk yang sudah dibuat tentunya perlu memiliki identitas visual dan pengemasan yang menarik. Apabila produk hanya dijual apa adanya kurang menarik pengunjung untuk membeli produk tersebut. Dengan adanya identitas visual produk dan dengan pengemasan menarik diharapkan akan menaikkan penjualan produk itu sendiri. Selain itu produk ini juga akan diupload di website maupun sosial media yang telah dibuat.

- e) Solusi untuk permasalahan Permasalahan pengembangan pariwisata.

Festival budaya. Diadakannya festival budaya Desa Serang purbalingga akan menjadi tempat bertemunya hasil budaya yang ada pada setiap objek wisata di karisidenan Desa Serang Purbalingga. Festival budaya menampilkan produk lokal yang ada di setiap desa wisata. Produk lokal boleh dari hasil bumi, produk olahan lokal, pertunjukan lokal, sampai dengan kejuaraan desa wisata terbaik. Kejuaraan tersebut bisa dilihat dari aspek pengelolaan hingga promosi. Dengan diadakan kegiatan tersebut akan memperluas jaringan promosi pada setiap objek wisata. Kegiatan tersebut juga akan mendorong kompetisi positif disetiap objek wisata desa.

3. Peran Mitra

Peran mitra dalam kegiatan ini adalah Mempersiapkan tempat dan juga menghubungkan dengan masyarakat terkait pelatihan-pelatihan yang dibuat. Mitra juga berperan aktif bersama-sama untuk mewujudkan kemandirian pengelolaan objek wisata jangka pendek dan jangka panjang. Peran aktif tersebut berupa keaktifan pada setiap pelatihan, partisipasi dalam pengembangan produk, hingga memikirkan bersama-sama bentuk pengelolaan objek wisata. Pada setiap tahapan mitra berperan aktif, baik dari segi persiapan, mengumpulkan masyarakat, menyiapkan bahan, hingga ikut aktif ketika pengambilan keputusan pada pembuatan produk dan promosi.

4. Evaluasi Pelaksanaan Program.

Pada setiap tahapan solusi akan dilakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan sesuai dengan program kegiatan.

- a) Solusi untuk permasalahan partisipasi warga. :Dilakukan pemetaan stakeholder & Dilakukan pendidikan dan pelatihan.
Evaluasi : Identifikasi stakeholder yang terlibat dalam kegiatan baik pihak internal maupun eksternal. Melihat feedback yang dilakukan oleh masyarakat.
- b) Solusi untuk permasalahan pada bidang pariwisata :Analisis lingkungan & Pembentukan tim kerja.
• Evaluasi : Melihat Tingkat partisipasi setiap stakeholder. Mengukur indikator capaian pekerjaan setiap stakeholder yang terlibat.
- c) Solusi untuk permasalahan media promosi: Pengembangan situs web dan media sosial, Kemitraan dengan travel blogger dan influencer. & Pengembangan materi promosi offline.
Evaluasi : Analisis keefektifan sosial media baik dari keterbacaan informasi hingga jumlah kunjungan web dan sosial media. Tinjauan keefektifan blogger dan influencer. Feedback dari banyaknya jumlah pengunjung setelah adanya promosi sosial media.
- d) Solusi untuk permasalahan lokalitas produk dan jasa : Pengadaan program pelatihan produk lokal, Pengadaan pelatihan branding produk dan pengemasan.
Evaluasi : tinjauan berapa jumlah varian produk selama pelatihan, evaluasi tingkat kualitas dan keunikan produk, peningkatan jumlah penjualan produk.
- e) Solusi untuk permasalahan Permasalahan pengembangan pariwisata: Festival budaya.
Evaluasi :partisipasi pengunjung yang hadir dalam acara, tingkat partisipasi warga yang ikut dalam acara, dan keberlanjutan acara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya mengembangkan Desa Serang, Purbalingga sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan, tim pengabdian masyarakat telah mengidentifikasi beberapa permasalahan krusial di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Fokus awal kegiatan ini diarahkan pada peningkatan kesadaran dan kapasitas masyarakat desa. Melalui sosialisasi yang melibatkan Pokdarwis, aparat desa, dan masyarakat, dipaparkan pentingnya peran aktif masyarakat dalam pengelolaan desa wisata.

Sosialisasi yang dilakukan tidak hanya sebatas pemaparan teori, namun juga mencakup praktik langsung. Peserta diajak untuk berdiskusi mengenai potensi produk lokal yang dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh khas desa, seperti olahan buah stroberi, kerajinan tangan, atau produk turunan lainnya. Selain itu, diberikan pelatihan dasar mengenai teknik pengolahan makanan dan kerajinan.

Diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kualitas produknya dan lebih percaya diri dalam memasarkan produk lokal.

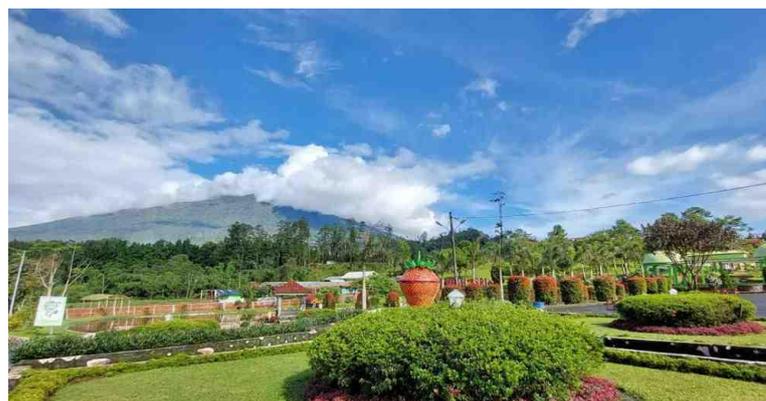
Referensi dan contoh kasus dari pemanfaatan pariwisata desa yang sukses lainnya juga dibagikan untuk memberikan inspirasi dan motivasi kepada masyarakat Desa Serang. Partisipasi aktif dari masyarakat sangat penting dalam menentukan arah pengembangan pariwisata, sehingga kegiatan sosialisasi ini juga menjadi wadah untuk menjangkau aspirasi dan ide-ide kreatif dari masyarakat.



Gambar 1. Dokumentasi Sosialisasi Potensi Produk Lokal



Gambar 2. Produk Lokal Warga Serang Purbalingga



Gambar 3. Dokumentasi Wisata Alam Desa Serang

Sosialisasi yang diselenggarakan di Desa Serang, Purbalingga merupakan salah satu langkah dalam merespons tantangan utama desa dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Kegiatan ini secara khusus dirancang untuk membangkitkan kesadaran dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola potensi wisata desa yang begitu melimpah.

Dengan melibatkan warga, terutama para petani yang notabene menjadi pilar utama perekonomian desa, sosialisasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi sumber daya lokal. Para peserta diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya mengembangkan produk-produk unggulan berbasis potensi lokal, serta memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk.

Selain itu, sosialisasi juga menyoroti pentingnya menjaga kekhasan budaya dan kearifan lokal. Warga diajak untuk menggali kembali nilai-nilai tradisional yang dapat diintegrasikan ke dalam pengembangan produk dan destinasi wisata. Untuk mendukung pemasaran produk lokal, peserta diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial dan pembuatan toko online (Hakim et al., 2023). Selain itu, dibahas pula pentingnya membangun jaringan kerjasama dengan pelaku usaha lain untuk memperluas distribusi produk.

Dengan demikian, diharapkan sosialisasi ini dapat mendorong terbentuknya kesadaran kolektif di kalangan masyarakat Desa Serang. Melalui partisipasi aktif dan sinergi yang kuat, diharapkan Desa Serang dapat tumbuh menjadi desa wisata yang mandiri, berdaya saing, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 4. Dokumentasi Sosialisasi Pemanfaatan Potensi Pariwisata

Partisipasi aktif warga desa Serang Purbalingga dalam pengelolaan dan pengoptimalan sektor pariwisata dan ekonomi berdasarkan kondisi di lapangan adalah masih kurangnya minat dalam hal tersebut dikarenakan belum merasakan bukti secara konkrit dalam peningkatan ekonomi, munculnya permasalahan tersebut tim pengabdian melakukan kegiatan creative placemaking tahap pertama dengan melibatkan warga, serta turut merancang konsep kegiatan dalam gelaran Festival Gunung Slamet (Tanan & Dhamayanti, 2020). Kegiatan creative placemaking tahap pertama ini merupakan kegiatan di mana masyarakat kemudian dilibatkan dalam prosesnya, serta melihat dan merasakan bagaimana kegiatan tersebut berlangsung.



Gambar 5. Dokumentasi Creative Placemaking



Gambar 6. Dokumentasi Creative Placemaking

Setelah melakukan kegiatan creative placemaking tahap pertama, masyarakat yang ikut terlibat kemudian diajak mengikuti pelatihan dan pendampingan inovasi produk untuk kemudian membuka kemungkinan-kemungkinan baru dalam pengelolaan produk yang memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.



Gambar 7. Dokumentasi Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan dan Inovasi Produk

Selanjutnya adalah kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan produk dalam segi distribusinya dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kesadaran akan pengelolaan sebuah produk dan pemanfaatan pariwisata. Pada kegiatan ini, masyarakat diberikan pelatihan berupa tata cara dalam menampilkan atau menunjukkan sebuah produk dengan menambahkan nilai ke dalamnya. Penambahan nilai ini lebih menitikberatkan pada nilai budaya dan sejarah pada produknya. Nilai-nilai tersebut kemudian disesuaikan dengan melihat potensi kekhasan dari beberapa tempat wisata yang ada.

Sebagai tindak lanjut dari serangkaian pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, produk-produk unggulan Desa Serang Purbalingga kini disiapkan untuk dapat menembus pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, potensi wisata dan produk lokal desa dikemas dalam sebuah website.

Website ini tidak hanya berfungsi sebagai katalog produk, namun juga sebagai pintu gerbang bagi para wisatawan yang ingin mengenal lebih dekat keindahan dan kekayaan budaya Desa Serang. Melalui platform digital ini, berbagai informasi menarik disajikan secara interaktif, mulai dari potensi wisata budaya seperti kirab budaya dan kesenian tradisional sikopyah, hingga keindahan wisata alamnya. Selain itu, website juga menyoroti keunikan produk olahan lokal yang dihasilkan dari kekayaan alam desa, seperti aneka olahan stroberi, nanas, dan produk lainnya.

Dengan menyajikan informasi yang lengkap dan terkini, diharapkan website ini dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke Desa Serang. Potensi wisata dan produk-produk yang beragam menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Lebih dari sekadar sarana promosi, website ini juga diharapkan berfungsi sebagai media edukasi bagi masyarakat tentang pentingnya melestarikan budaya dan lingkungan (Madjidu et al., 2022). Dengan memahami kekayaan budaya dan alam yang dimiliki desa, diharapkan kesadaran masyarakat untuk menjaga dan mengembangkan potensi desa akan semakin meningkat.



Gambar 9. Tangkapan Layar Website

Produk teknologi dan inovasi yang dihasilkan dari pengabdian ini adalah alat packing produk yang dapat digunakan untuk membuat kemasan produk yang diolah di Desa Serang, Purbalingga. Selain itu, setelah adanya alat untuk membuat kemasan produk, hal selanjutnya adalah seperti apa pola distribusi produk tersebut (Rizal Boy Oktavian & Majid, 2022). Pola distribusi produk di sini adalah bagaimana cara agar produk tersebut dipasarkan baik online ataupun offline. Di sini tim memfokuskan pemasaran pada bentuk digital online dengan menggunakan website sebagai katalog produknya (Rida & Retno, 2022). Website yang digunakan untuk pemasaran ini masih dalam tahap pengembangan dikarenakan terdapat kegiatan yang belum dilakukan untuk melengkapi informasi terkait Desa Serang, Purbalingga.

Penerapan teknologi dan inovasi dalam pengabdian masyarakat di Desa Serang, Purbalingga, terbukti sangat efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan memaksimalkan potensi wisata desa. Dengan permasalahan utama yaitu rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, tim pengabdian merumuskan solusi yang inovatif. Salah satunya adalah melalui pengembangan website desa wisata. Platform digital ini tidak hanya menjadi sarana promosi yang efektif, tetapi juga memfasilitasi interaksi antara wisatawan dan masyarakat local (Sakir et al., 2023). Dengan adanya website, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi tentang desa, produk lokal, dan event-event yang diselenggarakan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan potensi wisata desa, tetapi juga mendorong masyarakat untuk berperan aktif dalam memperbarui informasi dan mempromosikan desanya. Selain itu, pelatihan tentang pemanfaatan website juga menjadi bagian penting dari program ini. Melalui media digital website, masyarakat dapat mempromosikan produk mereka secara langsung kepada target pasar yang lebih luas. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga meningkatkan rasa memiliki dan kebanggaan terhadap produk lokal.

Penerapan teknologi juga telah mendorong inovasi produk. Dengan adanya pelatihan tentang pengemasan dan pemasaran produk, masyarakat terdorong untuk menciptakan produk-produk yang lebih menarik dan bernilai tambah. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk lokal, tetapi juga mendorong kreativitas dan inovasi di kalangan masyarakat (Asri, Aswati, Faisal, 2021). Kegiatan creative placemaking yang dipadukan dengan teknologi juga memberikan dampak yang signifikan. Dengan memanfaatkan platform digital, kegiatan ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Muchtar & Bahar, 2022). Selain itu, kegiatan ini juga mendorong kolaborasi antara berbagai pihak, seperti seniman, pelaku usaha, dan pemerintah, sehingga menciptakan daya tarik wisata yang unik dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, penerapan

teknologi dan inovasi dalam pengabdian masyarakat di Desa Serang telah berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Masyarakat tidak hanya menjadi objek dari pengembangan pariwisata, tetapi juga menjadi subjek yang aktif dalam proses tersebut.

Dampak dari kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan serta kegiatan creative placemaking sejauh ini cukup berdampak bagi masyarakat Desa Serang, Purbalingga. Partisipasi masyarakat yang awalnya pasif kini perlahan aktif, terlihat dari antusiasme mereka dalam mengikuti berbagai pelatihan dan memberikan ide-ide kreatif untuk pengembangan desa wisata. Pokdarwis, sebagai motor penggerak, kemudian memfasilitasi sinergi yang kuat antara berbagai elemen masyarakat, mulai dari pemuda, hingga tokoh masyarakat (Listyorini et al., 2021). Keterlibatan masyarakat yang perlahan meningkat ini telah berdampak pada kualitas produk lokal yang dihasilkan. Produk-produk ini kini dirancang untuk memiliki kemasan yang lebih menarik sebagai upaya untuk memunculkan daya saing yang lebih tinggi di pasar. Selain itu, kegiatan creative placemaking juga perlahan menciptakan suasana desa yang lebih hidup dan menarik. Pembentukan ruang publik yang kreatif dan interaktif akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Untuk mengukur keberhasilan program secara lebih akurat, perlu dilakukan evaluasi yang komprehensif. Akan tetapi, saat ini tim Pengabdian belum melakukan evaluasi terkait, dikarenakan masih ada beberapa agenda kegiatan yang akan dilakukan di kemudian hari. Setelah semua kegiatan berhasil dilakukan maka evaluasi bisa dilakukan secara komprehensif.

SIMPULAN

Rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada Pokdarwis dan warga Desa Serang, Purbalingga oleh tim Pengabdian IT Telkom Purwokerto menjadi langkah awal dalam rangkaian pengabdian masyarakat ini yang kemudian dilanjutkan dengan menyelenggarakan kegiatan creative placemaking sebagai salah satu instrumen untuk mengevaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait peningkatan daya saing serta peningkatan kualitas tata kelola mitra terhadap potensi pariwisata yang ada di Desa Serang, Purbalingga. Dalam kegiatannya tim mengalami beberapa kendala yang sesuai dengan kondisi eksisting di desa tersebut, yaitu adalah kurangnya kesadaran akan pemanfaatan potensi pariwisata dari masyarakatnya dan kurangnya minat untuk mengoptimalkan hal tersebut.

Tim Pengabdian berkomitmen untuk melanjutkan upaya dalam optimalisasi potensi pariwisata oleh Pokdarwis Lembah Asri untuk kemudian dapat meningkatkan nilai ekonomi dan kualitas masyarakat Desa Serang, Purbalingga. Dengan berfokus pada kedua peningkatan tersebut serta dibarengi dengan proses pengelolaan yang sesuai, baik online ataupun offline, tim mengharapkan bahwasannya program pengabdian kepada masyarakat ini akan berdampak signifikan dan positif bagi Pokdarwis Lembah Asri secara khususnya dan masyarakat Desa Serang, Purbalingga secara umum. Saran terkait kegiatan pengabdian ini adalah pentingnya proses identifikasi kondisi eksisting yang ada di suatu tempat atau suatu masyarakat dengan melihat dari berbagai aspek yang ada, seperti adat dan budaya di tempat tersebut untuk kemudian dapat memberikan solusi yang tepat dalam menanggulangi permasalahan yang ada. Selain itu, dibutuhkan komitmen yang tinggi dalam prosesnya. Karena, setiap kegiatan pengabdian dengan tujuan tertentu akan memakan waktu yang cukup panjang menyesuaikan dengan proses adaptasi dari tempat yang ditujunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, R. (2013). *Pembangunan Perdesaan : Pendekatan Partisipatif, Tipologi, Strategi, Konsep Desa Pusat Pertumbuhan*. Graha Ilmu.
- Asri, Aswati, Faisal, H. (2021). PKM Pelatihan Menulis Puisi Berbasis Lingkungan dan Media Fotografi pada Kelompok Kerja Guru (KKG) SD Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. *Prosiding. Seminar Hasil Pengabdian 2021. Penguatan Riset, Inovasi, Dan Kreativitas Peneliti Di Era Pandemic Covid' 19*. <https://doi.org/ISBN: 978-623-387-015-3>.
- Asrijal, A., Karyono, K., Seto, A. A., Sain, Z. H., & Maq, M. M. (2024). Youth Organization Empowerment through Creative Entrepreneurship Business in the Village. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 5(1), 115–128.
- Damayanti, D. A., & Suharno. (2019). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Serang, Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Dan Hukum*, 8(2).
- Hakim, A. R., Nanti, D. D., & Latief HM, M. R. A. (2023). Pelatihan Branding Produk Kemplang Sebagai Ciri Khas Desa Meranjat III Ogan Ilir. *CARE: Journal Pengabdian Multi Disiplin*, 1(2), 88–96. <https://doi.org/10.31004/care.v1i2.16736>

- Hermawan, H. (2016). Dampak pengembangan desa wisata nglanggeran terhadap ekonomi masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2).
- Isdarmanto. (2016). Dasar Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Perpus.Univpancasila.Ac.Id*.
- Ivantan, Ariyanto, A., & Capriati, Z. F. (2022). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Umkm Anggota Majelis Taklim an-Nisaa. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 22–25. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v2i1.61>
- Listyorini, H., Supriyanto, S., Prayitno, P. H., & ... (2021). Penguatan Kelembagaan Pokdarwis Dalam Merintis Desa Wisata Melalui Penciptaan Identitas dan Kapabilitas Perencanaan Organisasi. *JMM (Jurnal ...)*
- Madjidu, A., Usu, I., & Yakup, Y. (2022). Analisis Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi Dan Semangat Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 444–462.
- Maulana, M. (2019). Asset-Based Community Development : Strategi Pengembangan Masyarakat di Desa Wisata Ledok Sambi Kaliurang. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Muchlashin, A., Putri, W. A., Asya'bani, N., & Nurfajrin, S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Nelayan di Kampung Mumes Raja Ampat Papua Barat. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 235–249. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1562>
- Muchtar, F., & Bahar, H. (2022). Edukasi Pembuatan Nugget Ikan Sebagai Upaya Pemanfaatan Potensi Perikanan di Desa Mekar Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(4), 526–533. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i4.1118>
- Pendit, N. S. (2003). Ilmu pariwisata : sebuah pengantar perdana. Pradnya Paramita.
- Rhofita, E. I. R. (2022). Optimalisasi Sumber Daya Pertanian Indonesia untuk Mendukung Program Ketahanan Pangan Dan Energi Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(1), 82–100.
- Rida, A., & Retno, K. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pendidikan, Kewirausahaan, dan Lingkungan di Kampung Parumasan Kota Serang. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 71–84.
- Rizal Boy Oktavian, & Majid, N. (2022). Implementasi Digital Content Marketing dalam Membangun Brand Awareness Gardiano pada UD Al Athyyah. *Zadama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 166–174. <https://doi.org/10.56248/zadama.v1i2.37>
- Roberto Crotti & Tiffany Misrahi. (2017). *The Travel and Tourism Competitiveness Report*.
- Rubio-Mozos, E., García-Muiña, F. E., & Fuentes-Moraleda, L. (2019). Rethinking 21st-century businesses: An approach to fourth sector SMEs in their transition to a sustainable model committed to SDGs. *Sustainability*, 11(20), 5569.
- Sakir, S., Ishak, A., & Setianingrum, R. B. (2023). Optimalisasi Pemasaran Produk BUMDesa Melalui Pendampingan Pembuatan Platform Digital belanjadesa. *id. Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(1), 1–14.
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha guna peningkatan ekonomi masyarakat di distrik abepura jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185.
- Tulus, F. M. G., & Londa, V. Y. (2014). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan di Desa Lolah II Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, 1(1), 92–105.