

Penguatan Ekowisata Berbasis *Community Based Tourism* (CBT) Desa Rowoboni Kabupaten Semarang

Strengthening Ecotourism Based on Community Based Tourism (CBT) in Rowoboni Village, Semarang Regency

Syaiful Amin¹, Atno², Nurdian Susilowati³, Junaidi Fery Lusianto^{4*}, Wildan Subekti⁵, Muhammad Bagas Riyanto⁶, Teguh Irawan Prayoga⁷

¹⁻⁷ Universitas Negeri Semarang, Semarang

Alamat: Sekaran, Kec. Gn. Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah 50229

Korespondensi Penulis : junaidiferylusainto@mail.unnes.ac.id*

Article History:

Received: Juli 27, 2024;

Revised: Agustus 15, 2024;

Accepted: Agustus 30, 2024;

Published: September 01., 2024

Keywords: CBT, POKDARWIS, tourism

Abstract: *This article discusses the strengthening of ecotourism based on Community-Based Tourism (CBT) in Rowoboni Village, Semarang Regency. The focus of this service is on optimizing the potential of natural tourism, particularly river and spring tourism, to improve the welfare of the local community. Through a holistic approach based on multidisciplinary research, this activity seeks to address issues related to the management and marketing of tourism, which are not yet optimal. The proposed solutions include strengthening the POKDARWIS institution, providing training for tourism management human resources, and developing digital-based marketing strategies. The results of this activity show an increase in the community's understanding and skills in managing and promoting ecotourism, although challenges remain in funding and responsiveness of tourism services. Overall, this service activity has successfully enhanced the ecotourism potential of Rowoboni Village.*

Abstrak

Artikel ini membahas tentang penguatan ekowisata berbasis *Community Based Tourism* (CBT) di Desa Rowoboni, Kabupaten Semarang. Fokus pengabdian ini adalah optimalisasi potensi wisata alam, khususnya wisata sungai dan mata air, untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui pendekatan holistik berbasis riset multidisiplin, kegiatan ini berusaha memecahkan masalah terkait pengelolaan dan pemasaran wisata yang belum optimal. Solusi yang diusulkan meliputi penguatan kelembagaan POKDARWIS, pelatihan SDM pengelola wisata, dan pengembangan strategi pemasaran berbasis digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan ekowisata, meskipun masih ada tantangan dalam aspek pendanaan dan responsivitas pelayanan wisata. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan potensi ekowisata Desa Rowoboni.

Kata Kunci: CBT, POKDARWIS, pariwisata

1. PENDAHULUAN

Desa Rowoboni merupakan salah satu desa yang berada di bawah wilayah administrasi Kecamatan Bayubiru Kabupaten Semarang Jawa Tengah. Secara demografis, desa ini memiliki jumlah penduduk 2640 jiwa yang terbagi dalam 891 KK (Badan Pusat Statistik 2020; Doni, Setyowati, and Firdaus 2022). Secara tipografis, Desa Rowoboni berada diketinggian 200-450 mdpl dengan iklim tropis serta curah hujan rata-rata 2.000 s/d 2500 mm/tahun, suhu udara berkisar antara 18-32 derajat C, kecepatan angin 0,37-0,71 knot, dan kelembaban udara 38,5-

98%. Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Desa (RPJMDes) Tahun 2019-2025, Desa Rowoboni memiliki luas secara keseluruhan sebesar 512,80 Ha, yang secara administratif terdiri 6 wilayah Dusun, 6 Rukun Warga (RW), dan 15 Rukun Tetangga (RT) (Pemerintah Desa Rowoboni 2019). Dari luas wilayah Desa Rowoboni tersebut digunakan sebagai areal persawahan irigasi hanya sebesar 97,35 Ha. Sementara lahan areal bukan sawah meliputi pekarangan dan bangunan 25,25 Ha, tegalan dan kebun 30,20 Ha, tambak/kolam 5 Ha, rawa 350 Ha, serta lain-lain lahan kering 5Ha, sehingga sebagian besar penduduk Desa Rowoboni bermatapencaharian sebagai petani dan buruh tani.

Berdasarkan tingkat pendidikan penduduk Desa Rowoboni, 2.95% penduduk tamat sarjana atau di atasnya, tamat SLTA 18.3%, tamat SLTP 16.8%, tamat SD 31.4%, tidak sekolah 16.3%, dan sisanya tidak tamat SD atau masih dalam tingkat TK/*playground*. Kondisi ini menjadi salah satu penyebab mengapa tingkat kemiskinan di Desa Rowoboni cukup tinggi yaitu 217 KK dari total 891 KK, karena menurut beberapa literatur tingkat pendidikan berbanding lurus dengan tingkat kemiskinan (Surbakti, Muchtar, and Sihombing 2023; Susanto and Pengesti 2019).

Desa Rowoboni sendiri memiliki keunggulan dan potensi lain, selain di bidang pertanian. Potensi dalam **bidang ekonomi** misalnya, Desa Rowoboni memiliki beberapa UMKM dan usaha rumahan seperti olahan kripik ikan wader (*wader crispy*), pabrik roti, kerajinan enceng gondok, olahan berbagai kripik singkong atau pisang, perternakan bebek, perikanan tambak, dan sumber mata air untuk perusahaan air mineral kemasan. Kondisi tersebut tidak terlepas dari wilayah geografis Desa Rowoboni yang terletak di jalur sungai menuju Rawa Pening. Namun **permasalahannya**, tidak semua UKM dan usaha rumahan tersebut berjalan dengan lancar karena kurangnya promosi usaha yang disebabkan oleh minimnya pengetahuan pengusaha rumahan terhadap pentingnya *branding* dan *packaging* untuk usaha makanan dan kerajinan. Kemudian, keuntungan yang diperoleh dengan adanya perusahaan air mineral kemasan juga sangat kecil, karena tidak dilibatkannya pemerintah desa dan masyarakat oleh pemerintah daerah.

Berdasarkan peta wilayah Desa Rowoboni yang diambil dari Google Maps, menunjukkan bahwa wilayah Rowoboni berbatasan langsung dengan Rawa Pening. Selain itu, Desa Rowoboni juga dilalui banyak aliran sungai yang menuju ke Rawa Pening. Kondisi ini memberikan **keuntungan dan potensi bidang ekowisata**. Keuntungan dan potensi pariwisata antara lain berupa *rifting* di Sungai Muncul, Muncul *Waterpark*, Wisata Kali Muncul, Pemandian Anak Kali Muncul, dan kolam renang. Selain itu terdapat sumber mata air yang dijadikan sebagai kolam pemandian. Namun demikian, berdasarkan gambaran pada RPJMDes

Desa Rowoboni tahun 2019-2015 **permasalahan pada sektor ekowisata** antara lain: belum optimalnya pengelolaan wisata, pemasaran wisata yang belum maksimal, dan kapasitas SDM desa wisata yang perlu ditingkatkan. Permasalahan tersebut berpengaruh terhadap intensitas kunjungan wisata yang masih rendah tidak sesuai dengan target yang ditentukan (Pemerintah Desa Rowoboni 2019). Infrastruktur pendukung wisata yang belum lengkap tersedia, lokasi-lokasi sentra wisata yang belum terpetakan, belum maksimalnya peran POKDARWIS, serta permasalahan sampah wisata yang belum dikelola dengan baik juga menjadi permasalahan sektor pariwisata di Desa Rowoboni.

Di **sektor sosial budaya** Desa Rowoboni memiliki potensi budaya yang cukup banyak antara lain: adanya sanggar pelatihan permainan musik lesung di Dusun Candidukuh, sanggar permainan musik angklung di Dusun Sentul, sanggar tari untuk anak-anak, seni pertunjukan Reog yang sering ditampilkan pada acara-acara besar dan keagamaan, kesenian rebana di Dusun Rowoganjjar , dan Situs Candi Dukuh yang berada di bukit Brawijaya. Walaupun demikian tidak semua potensi sosial budaya tersebut **tidak dapat dikembangkan** semua, karena alokasi biaya oprasional untuk mendukung pengembangan sosial budaya di Desa Rowoboni masih rendah. Selain itu belum semua kegiatan LPMD berjalan dengan baik karena kurangnya pelatihan bagi pengurus.

Permasalahan Mitra

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah optimalisasi potensi wisata alam (ekowisata) yang ada di Desa Rowoboni, terutama wisata sungai dan mata air. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan solusi permasalahan Desa Rowoboni terkait sektor pariwisata, terutama ekowisata berbasis sungai dan mata air, dengan pendekatan holistik berbasis riset multidisiplin, serta bertujuan meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, permasalahan prioritas dalam kegiatan ini adalah penguatan ekowisata yang berfokus pada sumber daya manusia dan promosi/*branding*.

Tabel 1. Permasalahan Prioritas

No	Permasalahan	Sub Permasalahan
1	Sumber daya manusia	1. Kelembagaan POKDARWIS yang kurang optimal 2. Kendala SDM pariwisata yang belum sesuai standar 3. Belum adanya SDM pemasaran wisata berbasis IT
2	Promosi/ <i>branding</i>	Tidak adanya sarana promosi produk wisata, baik promosi digital ataupun langsung

Solusi yang dirancang untuk memecahkan masalah prioritas yang dihadapi oleh mitra dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Community based Tourism* (CBT). *Community based Tourism* (CBT) merupakan bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada

masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata (Brian 2001). Konsep atau pendekatan ini cocok diterapkan untuk mengembangkan desa wisata yang mandiri dan memberikan dampak ekonomi yang cukup signifikan (A'inun N, Krisnani, and Darwis 2015; Syarifah and Rochani 2022). Konsep pengembangan desa wisata dengan pendekatan CBT ini telah banyak diterapkan di beberapa daerah seperti di Desa Sukajadi, Pandeglang (Susfenti 2016), Desa Bedono, Demak (Syafi'i and Suwandono 2015), dan Desa Wisata Lumajang di Bandung (Asyifa et al. 2023).

Tabel 2. Solusi Permasalahan Mitra

No	Permasalahan	Sub Permasalahan	Solusi	TTG yang diberikan
1	Sumber daya manusia	Kelembagaan POKDARWIS yang kurang optimal	Sekolah kelembagaan	Memberikan pemahaman mengenai tusi serta tata kelola Pokdarwis (Khairi et al. 2023; Mulyani et al. 2021; Purwanti 2019; Resmiatini and Asmoro 2020)
		Kendala SDM pariwisata yang belum sesuai standar	Pelatihan SDM pengelola pariwisata	Memerikan keterampilan pengelola pariwisata yang prima (Hermawan 2020; Setiawan 2016; Soesoro and Widiyanto 2023)
		Belum adanya SDM pemasaran wisata berbasis IT	Pelatihan SDM pemasaran berbasis Instagram	Pengenalan Instagram sebagai media <i>digital marketing</i> (Cantika and Riyanto 2022; Setiawan and Sama 2020; Yanthia, Nirmala, and Dewi 2023)
2	Promosi/ <i>branding</i>	Tidak adanya media promosi produk wisata, baik promosi digital ataupun langsung	Pembuatan Instagram dan pendampingan pengelolaan Instagram	Memerikan pemahaman pentingnya Instagram sebagai media promosi wisata (Pradiatiningtyas 2016; Putra and Sugiartia 2021)

Tabel 3. Target/Indikator Capaian

No	Solusi	Target/ Indikator Capaian
1	Sekolah kelembagaan	Meningkatnya pemahaman POKDARWIS tentang tusi serta tata kelola (angket tingkat pemahaman setelah pelaksanaan sekolah kelembagaan)
2	Pelatihan SDM pengelola pariwisata	Dapat menerapkan keterampilan pengelolaan pariwisata yang prima dan <i>excellent</i> (survei kepuasan pelanggan)
3	Pelatihan SDM pemasaran berbasis Instagram	Dapat mengelola Instagram sebagai media pemasaran wisata Desa Rowoboni, termasuk pembuatan konten sederhana dengan Canva
4	Pembuatan Instagram dan pendampingan pengelolaan Instagram	Adanya Instagram wisata Desa Rowoboni

2. METODE

Secara teknis pelaksanaan kegiatan di Desa Rowoboni terbagi dalam tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap monitoring dan evaluasi. Sebagai bentuk keberlanjutan dan penguatan program ini, kegiatan pengabdian ini bekerjasama dengan Mahasiswa KKN UNNES Giat Tahun 2024.

1. Tahap persiapan. Tahap persiapan dilakukan untuk menyusun jadwal kegiatan bersama dengan mitra, dilanjutkan dengan sosialisasi dengan masyarakat. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan modul pelatihan dan inventarisasi kebutuhan pelaksanaan pengabdian.
2. Tahap pelaksanaan. Tahap ini merupakan pelaksanaan solusi yang dirancang bersama mitra untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan permasalahan prioritas dan solusi yang ditawarkan, metode pendekatan dan partisipasi sebagai berikut.

Tabel 4. Metode pemecahan masalah

No.	Solusi	Rencana kegiatan/ metode	Aktivitas
1	Sekolah kelembagaan	Pelatihan	Tutorial, diskusi, dan praktik
2	Pelatihan SDM pengelola pariwisata	Pelatihan	Tutorial, diskusi, dan praktik
3	Pelatihan SDM pemasaran berbasis Instagram	Pelatihan	Tutorial, diskusi, dan praktik
4	Pembuatan Instagram dan pendampingan pengelolaan Instagram	Pelatihan	Tutorial, diskusi, praktik, dan pendampingan

3. Tahap monitoring dan evaluasi. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara periodic dengan melibatkan seluruh mitra. Monitoring bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan

program yang telah dilaksanakan. Sedangkan evaluasi menyeluruh dilakukan pada akhir masa kegiatan untuk digunakan sebagai bahan kegiatan tahun berikutnya. Kegiatan ini juga untuk memastikan bahwa target indicator ketercapaian telah berhasil diraih. Kemudian untuk mendukung indicator ketercapaian program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan mitra, terdapat 4 (empat) solusi yang dilaksanakan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, yaitu melalui penguatan kelembagaan POKDARWIS, penguatan SDM pengelola wisata melalui kegiatan pelatihan, penguatan pemasaran melalui pelatihan SDM, dan pembuatan media sosial Instagram. Penguatan kelembagaan dilakukan melalui Sekolah POKDARWIS Desa Rowoboni Kabupaten Semarang. Program ini dilaksanakan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan anggota POKDARWIS Desa Rowoboni dalam mengelola, mempromosikan, dan mengembangkan desa wisata yang berkelanjutan berbasis masyarakat, serta menguatkan identitas dan kapabilitas organisasi (Listyorini et al. 2021). Dalam kegiatan ini juga disampaikan tantangan dan peluang dalam mengembangkan desa wisata berbasis CBT (*Community Based Tourism*).

Kegiatan menyampaikan pemahaman tentang best practices dari desa wisata yang telah sukses diterapkan, sehingga harapannya dapat di adopsi oleh POKDARWIS Desa Rowoboni untuk diterapkan dalam pengelolaan wisata desa. Program ini dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2024 di Desa Rowoboni dengan mengundang 20 anggota POKDARWIS. Tingkat keberhasilan program ini di ukur melalui 2 (dua) indikator, tingkat partisipasi peserta, dan pengukuran pemahaman peserta yang mengikuti kegiatan ini. Tingkat partisipasi peserta di ukur melalui kehadiran peserta, dari 20 anggota POKDARWIS Desa Rowoboni, 15 peserta hadir dalam kegiatan ini. Dengan demikian, tingkat kehadiran peserta mencapai 75% dan termasuk dalam kategori tinggi.

Untuk pengukuran pemahaman peserta yang hadir dilakukan melalui angket pemahaman. Angket pemahan dibuat dengan menggunakan skala Dikotomis, dengan pilihan jawab Ya atau Tidak. Berikut hasil angket pemahaman peserta.

Tabel 5. Pemahaman Peserta Terhadap Materi yang Diberikan

No	Pernyataan/ Pertanyaan	Jawaban Ya (responden)	Jawaban Tidak (responden)
1	Saya memahami tujuan utama dari pembentukan POKDARWIS dalam pengembangan desa wisata	12 (80%)	3 (20%)
2	Saya memahami tanggung jawab saya sebagai anggota POKDARWIS dalam pengelolaan desa wisata	12 (80%)	3 (20%)
3	Saya memahami tantangan-tantangan utama yang dihadapi POKDARWIS dalam pengembangan desa wisata	10 (67%)	5 (33%)
4	Saya memahami cara berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lain dalam pengembangan desa wisata	9 (60%)	6 (40%)
5	Saya memahami peran teknologi dan media sosial dalam mempromosikan desa wisata	9 (60%)	6 (40%)
6	Saya mengetahui cara mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang muncul dalam pengelolaan desa wisata	8 (53%)	7 (47%)
7	Saya memahami pentingnya pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi anggota POKDARWIS	10 (67%)	5 (33%)
8	Saya mengetahui bagaimana cara menyusun laporan dan dokumentasi untuk kegiatan POKDARWIS	9 (60%)	6 (40%)

Sumber: olah data tim pengabdian, 2024

Berdasarkan hasil angket di atas, 50% peserta menyatakan paham dengan materi yang disampaikan mengenai tugas dan fungsi POKDARWIS dalam mengelola, mempromosikan, dan mengembangkan desa wisata yang berkelanjutan berbasis masyarakat, serta menguatkan identitas dan kapabilitas organisasi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keterserapan materi sudah baik. Berikut kami sampaikan dokumentasi kegiatan ini.



Gambar 1. Kegiatan Sekolah POKDARWIS (sumber: dokumentasi tim pengabdian, 2024)



Gambar 2. Narasumber dalam kegiatan Sekolah POKDARWIS (sumber: dokumen tim pengabdian, 2024)

Untuk memperkuat pengelolaan wisata di Desa Rowoboni, dilakukan Pelatihan SDM Pengelolaan Wisata. Pelatihan ini didasarkan pada hasil survei kepuasan wisatawan yang dilakukan terhadap wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata di Desa Rowoboni seperti, Muncul River Tubing dan Water Park Muncul. Survei ini kami laksanakan pada 11-13 Juni 2024 jumlah responden sebanyak 50 wisatawan. Teknik sampling dalam kegiatan survei ini adalah purposive random sampling, dengan kategori responden adalah pengunjung dewasa. Survei dilakukan terhadap kualitas pelayanan wisata dengan aspek-aspek seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zeithaml and Parasuraman 2001; Zeithaml, Parasuraman, and Berry 1990).

Aspek-aspek tersebut dijabarkan menjadi indikator survei kepuasan pengunjung antara lain: 1) kerapian dan kebersihan penampilan karyawan; 2) ketepatan waktu dalam pelayanan; 3) kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dan tepat dalam melayani keluhan wisatawan; 4) respon karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan wisatawan; 5) kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani wisatawan; 6) pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan wisatawan; 7) karyawan mengutamakan kepentingan dan kebutuhan wisatawan; dan 8) karyawan memahami setiap kebutuhan dan keluhan pengunjung. Angket ini juga menggunakan skala Dikotomis agar mempermudah analisis data dan menghindari bias, karena opsi jawaban hanya Ya dan Tidak.

Tabel 6. Hasil survei kepuasan wisatawan

No	Pernyataan/ Pertanyaan	Jawaban Ya (responden)	Jawaban Tidak (responden)
1	kerapian dan kebersihan penampilan karyawan	40 (80%)	10 (20%)
2	ketepatan waktu dalam pelayanan	32 (64%)	18 (36%)
3	kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dan tepat dalam melayani keluhan wisatawan	20 (40%)	30 (60%)
4	respon karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan wisatawan	15 (30%)	35 (70%)
5	kesopan dan keramahan karyawan dalam melayani wisatawan	30 (60%)	20 (40%)
6	pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan keluhan wisatawan	22 (44%)	38 (56%)
7	karyawan mengutamakan kepentingan dan kebutuhan wisatawan	37 (74%)	13 (26%)
8	karyawan memahami setiap kebutuhan dan keluhan pengunjung	27 (54%)	23 (46%)

Sumber: olah data tim pengabdian, 2024

Hasil survei kepuasan menunjukkan bahwa indikator: kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dan tepat dalam melayani keluhan wisatawan; dan respon karyawan terhadap keinginan dan kebutuhan wisatawan, memperoleh jawaban yang rendah dibanding dengan indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan. Atas dasar hal tersebut, bahan materi pelatihan SDM pengelola wisata yang akan diberikan berfokus pada 2 (dua) indikator di atas. Harapannya melalui pelatihan ini, dapat meningkatkan indikator-indikator kepuasan yang memperoleh nilai rendah. Pelatihan SDM Pengelola wisata ini dilakukan pada tanggal 18 Juli 2024 dengan peserta yang di undang sebanyak 30 orang, sedangkan yang hadir sebanyak 25 orang SDM pengelola wisata yang ada di Desa Rowoboni.

Jumlah kehadiran yang mencapai 83% menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dan antusiasme peserta yang tinggi, sehingga dapat menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini. Sedangkan, untuk penilaian keberhasilan pemahaman, akan di ukur menggunakan angket kepuasan wisatawan yang pengukurannya akan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu, karena membutuhkan proses pengimplementasian hasil pelatihan. Survei kepuasan responden dilakukan kembali dengan jumlah responden dan teknik sampling yang sama untuk mengetahui perubahan hasil dari pelatihan ini.

Selain materi mengenai 2 (dua) indikator di atas, materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah kriteria pelayanan wisatawan yang sesuai dengan aspek-aspek seperti

tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.



Gambar 3. Kegiatan pelatihan SDM pengelola wisata (sumber: dokumen tim pengabdian, 2024)

Menyambung dengan program sebelumnya, kegiatan Pelatihan SDM Pemasaran berbasis Instagram juga dilaksanakan untuk mendukung penguatan promosi dan komersialisasi wisata di Desa Rowoboni. Dalam kegiatan ini disampaikan bagaimana kiat-kiat untuk melakukan promosi produk atau jasa melalui Instagram. Alasan menggunakan Instagram sebagai platform promosi karena Instagram memiliki basis pengguna yang besar. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur Instagram Insight yang merupakan alat analisis yang dapat membantu penggunanya untuk menganalisis kinerja postingan dan efektivitas kampanye/promosi. Instagram juga saat ini sedang populer dijadikan sebagai media promosi berbagai jasa wisata ataupun desa wisata (Handayani and Adelvia 2020; Pradiatiningtyas 2016; Putra and Sugiartia 2021; Setiawan and Sama 2020). Beberapa materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini antara lain: 1) Pengenalan Instagram untuk Pemasaran; 2) Membuat dan Mengelola Akun Instagram Bisnis; 3) Konten Instagram yang Efektif, seperti jenis konten, dan strategi konten; 4) Menggunakan Hashtag dan Geotag; DAN 5) Studi kasus

Kegiatan pelatihan SDM pemasaran berbasis Instagram ini dilaksanakan pada 25 Juli 2024, dengan jumlah peserta sebanyak 10 orang. Seperti halnya dengan kegiatan-kegiatan sebelumnya, tingkat keberhasilan program ini diukur melalui 2 (dua) indikator, tingkat partisipasi peserta, dan pengukuran pemahaman peserta yang mengikuti kegiatan ini. Tingkat partisipasi peserta diukur melalui kehadiran peserta, dimana jumlah peserta yang hadir dalam kegiatan pelatihan ini sesuai dengan jumlah undangan yang disampaikan, yaitu 10 orang. Dengan demikian, tingkat kehadiran peserta mencapai 100% dan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Untuk pengukuran pemahaman peserta yang hadir dilakukan melalui angket pemahaman. Angket pemahaman dibuat dengan menggunakan skala Dikotomis, dengan pilihan jawab Ya atau Tidak. Berikut hasil angket pemahaman peserta.

Tabel 7. Pemahaman Peserta Terhadap Materi yang Diberikan

No	Pernyataan/ Pertanyaan	Jawaban Ya (responden)	Jawaban Tidak (responden)
1	Paham mengenai instagram untuk pemasaran	7 (70%)	3 (30%)
2	Tahu Instagram bisa untuk pemasaran/promosi	5 (50%)	5 (50%)
3	Bisa membuat dan pengelola akun instagram	7 (70%)	3 (30%)
4	Tahu konten Instagram yang efektif untuk pemasaran/promosi	6 (60%)	4 (40%)
5	Bisa menggunakan hastage dan geotage	6 (60%)	4 (40%)

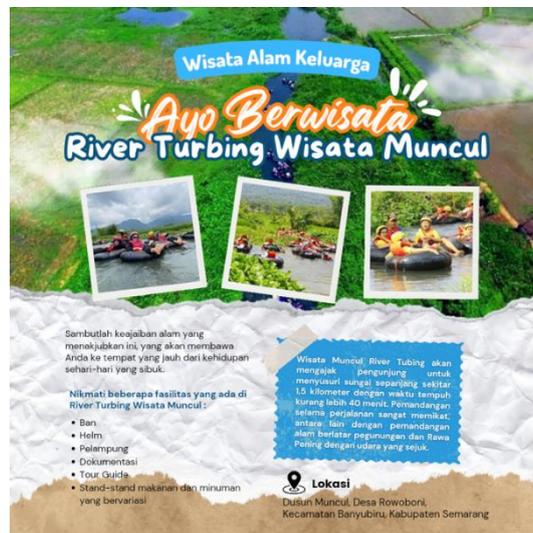
Sumber: olah data tim pengabdian, 2024

**Gambar 4.** Pelatihan SDM pemasaran (sumber: data tim pengabdian, 2024)

Kegiatan terakhir dari program pengabdian ini adalah Pelatihan Pembuatan Instagram dan Pendampingan Pengelolaan Instagram untuk tujuan promosi wisata. Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini antara lain: langkah-langkah membuat Instagram, cara untuk membuat feed dan Instagram story, membuat konten sederhana dengan menggunakan canva, dan pembuatan content planer. Kegiatan ini dilaksanakan pada 1 Agustus 2024 di Desa Rowoboni dengan mengundang 10 orang peserta. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah tingkat partisipasi peserta, adanya Instagram promosi desa, dan adanya konten Instagram sederhana yang dibuat dengan Canva. Untuk tingkat partisipasi peserta dalam kegiatan ini dapat dikatakan cukup tinggi, karena kegiatan ini dihadiri oleh 6 peserta atau sekitar 60% dari jumlah undangan yang diberikan. Sedangkan untuk indikator sebagai berikut.



Gambar 5. Screenshot Instagram yang telah Dibuat (sumber: data tim pengabdian, 2024)



Gambar 6. Contoh poster promosi yang telah dibuat (sumber: data tim pengabdian, 2024)



Gambar 7. Contoh poster promosi yang telah dibuat (sumber: data tim pengabdian, 2024)

Evaluasi Kegiatan

Secara umum kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pengabdian berjalan dengan lancar dan baik. Tujuan yang ditetapkan dalam kegiatan pengabdian ini juga tercapai. Adapun berdasarkan pembahasan di atas faktor pendukung dan penghambat kegiatan pengabdian ini sebagai berikut.

1. Faktor pendukung. Yang menjadi faktor pendukung dari tercapainya kegiatan pengabdian ini adalah adanya bantuan dari tim KKN-Giat UNNES yang saat itu sedang berlangsung, dukungan dari seluruh masyarakat yang dibuktikan dengan tingkat partisipasi masyarakat yang cukup tinggi, dan adanya dukungan dari seluruh elemen masyarakat, seperti pemerintah desa, dan elemen-elemen lain.
2. Faktor penghambat dalam kegiatan ini antara lain faktor teknis pada saat kegiatan ini berlangsung, namun dapat diselesaikan dan tidak mengganggu jalannya kegiatan.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian yang dilakukan bertujuan untuk mengatasi permasalahan ini melalui penguatan kelembagaan POKDARWIS (kelompok sadar wisata), peningkatan kapasitas SDM pengelola pariwisata, serta penguatan promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Berbagai pelatihan dan kegiatan dilakukan untuk mendukung tujuan tersebut. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan para anggota POKDARWIS serta membuka peluang untuk mempromosikan Desa Rowoboni sebagai tujuan ekowisata yang lebih dikenal. Namun, beberapa tantangan masih tersisa, seperti minimnya dukungan anggaran untuk pengembangan sosial budaya dan perlunya perbaikan dalam pelayanan wisata yang lebih responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Secara keseluruhan, pengabdian ini berkontribusi dalam mengembangkan potensi ekowisata Desa Rowoboni melalui pendekatan berbasis komunitas, meskipun masih memerlukan upaya lanjutan untuk optimalisasi penuh.

DAFTAR REFERENSI

- A'inun, N., Fildzah, Hetty Krisnani, & Rudi Saprudin Darwis. (2015). Pengembangan desa wisata melalui konsep community based tourism. In *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (pp. 341–444). Sumedang: Universitas Padjajaran.
- Asyifa, N., Ricky Karya Pratama, Isabella Fitria Andjanie, & Alhilal Furqan. (2023). Pendekatan pariwisata berbasis masyarakat / Community Based Tourism (CBT) di desa wisata Lumajang, Kabupaten Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 10(1), 220–253. doi: 10.24843/JUMPA.2023.v10.i01.p09
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang Tahun 2020*. Kabupaten Semarang.
- Brian, G. (2001). *Local participation in the planning and management of eco-tourism: A revised model approach*. Bristol: University of the West of England.
- Cantika, N., & Sutisna Riyanto. (2022). Efektivitas Instagram sebagai media informasi dalam promosi wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat (JSKPM)*, 6(2), 219–232. doi: 10.29244/jskpm.v6i2.722
- Doni, A. D. S., & Safira Inaya Firdaus. (2022). *Laporan UNNES giat angkatan 1 di desa Rowoboni Kabupaten Semarang*. Semarang.
- Handayani, F., & Kellen Adelvia. (2020). Instagram tourism: Menciptakan hype pada destinasi wisata (studi pada akun @indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 105. doi: 10.31445/jskm.2020.2856
- Hermawan, H. (2020). Meningkatkan kompetensi pengelola wisata desa melalui penyuluhan pelayanan prima. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 1(1), 1–10.
- Khairi, N., Muhammad Rizki Lubis, Rahmad Darmawan, Eron Alfon Hattori, Nuryeni Simamora, Pitri Wijaya, Ayu Ansari, & Ridha Nabilla Siregar. (2023). Pendampingan kelompok sadar wisata desa wisata Pondok Naga dalam penyusunan kelompok kerja. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 9741–9747.
- Listyorini, H., Sapto Supriyanto, Pranoto Hadi Prayitno, Gana Wuntu, & Mochamad Miswanto Gunawan. (2021). Penguatan kelembagaan Pokdarwis dalam merintis desa wisata melalui penciptaan identitas dan kapabilitas perencanaan organisasi. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(2).
- Mulyani, Y., Tuatul Mahfud, Henry Winnarko, Abdul Gafur, Ranti Rustika, & Ishak Nurdin. (2021). Penguatan kelembagaan dan tata kelola pengurus desa wisata Teritip. *Jurnal Abdimas Terapan*, 1(1), 22–27.
- Pemerintah Desa Rowoboni. (2019). *Peraturan Desa Rowoboni tentang rencana pembangunan jangka menengah desa (RPJMDes) desa Rowoboni tahun 2019-2025*. Indonesia.
- Pradiatiningtyas, D. (2016). Peran Instagram dalam menarik minat wisatawan berkunjung ke objek wisata Yogyakarta. *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 7(2), 1–8.

- Purwanti, I. (2019). Strategi kelompok sadar wisata dalam penguatan desa wisata. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 101–107.
- Putria, D. P. R. S., & Dian Pramita Sugiartia. (2021). Pengaruh Instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di Pantai Pandawa, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 165–170.
- Resmiatini, E., & Bramantyo Tri Asmoro. (2020). Menata tugas kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Sukodono dengan pendekatan analisis jabatan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(11), 3490. doi: 10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i11.p04
- Setiawan, R. I. (2016). Pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata: Perspektif potensi wisata daerah berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 1(1), 23–25.
- Setiawan, W., & Hendi Sama. (2020). Penerapan digital marketing menggunakan Instagram pada toko Indoraya Furniture. In *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology* (pp. 401–408). Batam: Universitas Internasional Batam.
- Soesoro, A., & Nur Widiyanto. (2023). *Upaya manajemen pariwisata agar berkualitas*. Edited by A. Soeroso. Yogyakarta: Penerbit Stipram Press.
- Surbakti, S. P. P., Masruri Muchtar, & Pardomuan Robinson Sihombing. (2023). Analisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap kemiskinan di Indonesia periode 2015-2021. *Ecoplan*, 6(1), 37–45.
- Susanto, R., & Indah Pengesti. (2019). Pengaruh tingkat pendidikan terhadap kemiskinan di DKI Jakarta. *Journal of Applied Business and Economics*, 5(4), 340–350.
- Susfenti, N. E. M. (2016). Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism-CBT) di desa Sukajadi Kecamatan Carita. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengabdian Masyarakat Islam*, 2(1), 75–86.
- Syafi'i, M., & Djoko Suwandono. (2015). Perencanaan desa wisata dengan pendekatan konsep Community Based Tourism (CBT) di desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Ruang*, 1(2), 51–50.
- Syarifah, R., & Agus Rochani. (2022). Studi literatur: Pengembangan desa wisata melalui Community Based Tourism untuk kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 109. doi: 10.30659/jkr.v1i1.19983
- Yanthia, P. E. R. D., Ni Kadek Darmara Padma Nirmala, & Ni Putu Sintia Dewi. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi digital marketing pada Crème Pastry di Denpasar Barat tahun 2022. *Arthaniti Studies*, 4(1), 16–42.
- Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (2001). *Delivering quality service* (translated by Sutanto). New York: Free Press.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service*. New York: The Free Press.