

Optimalisasi Pariwisata Melalui Program Orientasi dan Pelatihan Pemuda Sadar Wisata Desa Sumberrejo

Nurul Arifin^{1*}, Alisha Azfa Elvirda Zuhri², Salma Aisya Daradjat³, Anggita Pramesti⁴, Wildah Nurul Islami⁵

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Indonesia^{1,2,3,4,5}



Email Korespondensi: arrifinn123456789@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 04-03-2026

Disetujui 14-03-2026

Diterbitkan 16-03-2026

Kata kunci:

Optimalisasi
Pariwisata;
Pelatihan Pemuda;
Sumberrejo

ABSTRAK

Pengembangan potensi pariwisata di wilayah pedesaan seringkali menghadapi tantangan yang cukup kompleks, terutama terkait keterbatasan atau kurangnya sumber daya manusia yang terampil dan sadar akan wisata. Penelitian ini mengkaji bagaimana mengoptimalkan potensi pariwisata di Desa Sumberrejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, melalui implementasi program Orientasi dan Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata. Potensi Alam dan Budaya yang ada di Desa Sumberrejo sangat melimpah, namun dalam pengembangannya belum maksimal akibat kurangnya partisipasi dan pemahaman pemuda lokal dalam sektor pariwisata. Penelitian ini dilakukan selama 40 hari dengan metode pelaksanaan observasi, wawancara, edukasi, dan pelatihan yang difokuskan untuk kelompok pemuda Karang Taruna Desa Sumberrejo. Edukasi dan pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap, yaitu: (1) Orientasi Pemuda Sadar Wisata, berupa pemaparan materi oleh mahasiswa KKN 30 UINSA; dan (2) Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata sebagai tindak lanjut orientasi, yang berisi materi lanjutan dan pelatihan kerja di bidang marketing, digitalisasi, dan manajemen pengelolaan wisata oleh mahasiswa KKN, Duta UMKM Jawa Timur, serta tokoh masyarakat yang memahami manajemen pariwisata desa. Edukasi dan pelatihan ini bertujuan memotivasi serta membekali pemuda dengan keterampilan digitalisasi untuk mendukung pengembangan wisata Jumpinang River Tubing dan Kolam Renang Sumber Kemado, sehingga diharapkan mereka mampu meneruskan peran kelompok swadaya masyarakat sebagai perintis, dalam mengelola, menjaga kenyamanan, dan mengembangkan potensi wisata Desa Sumberrejo secara berkelanjutan.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Arifin, N. ., Elvirda Zuhri, A. A. ., Aisya Daradjat, S. ., Pramesti, A., & Islami, W. N. (2026). Optimalisasi Pariwisata Melalui Program Orientasi dan Pelatihan Pemuda Sadar Wisata Desa Sumberrejo. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 613-623. <https://doi.org/10.63822/gdfd9h77>

PENDAHULUAN

Desa Sumberrejo, yang secara administratif berada di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, memiliki potensi geografis yang signifikan untuk pengembangan pariwisata. Terletak di bagian barat daya Kabupaten Pasuruan dengan kontur perbukitan, ketinggian rata-rata desa berkisar antara 400 hingga 800 meter di atas permukaan laut (mdpl), (Desa Sumberrejo – Asri Dan Produktif, n.d.) menawarkan udara sejuk dan lingkungan yang asri. Kondisi ini sangat mendukung sektor pertanian, perkebunan, dan pariwisata berbasis alam. Potensi keindahan dan kekayaan alam desa ini sejalan dengan pandangan (Kemala & Astiana, 2022, p. 34) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata erat kaitannya dengan pelestarian nilai kepribadian dan budaya bangsa melalui pemanfaatan potensi alam.

Meskipun memiliki potensi besar, isu fundamental yang dihadapi Desa Sumberrejo adalah rendahnya kesadaran dan kapasitas masyarakat, khususnya pemuda, dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata desa. Banyak pemuda belum menyadari potensi pariwisata sebagai penopang ekonomi berkelanjutan, yang berdampak pada minimnya inisiatif dalam pengembangan produk wisata, peningkatan kualitas layanan, dan promosi efektif. Keterbatasan pengetahuan tentang Sapta Pesona, manajemen wisata, pemanduan wisata, serta pemanfaatan media digital untuk promosi menjadi hambatan serius.

Data dari hasil observasi partisipatif awal terhadap 25 pemuda desa pada 13 Juli 2025, melalui Program Sosialisasi Orientasi Pemuda Sadar Wisata, menunjukkan bahwa 80% dari mereka belum pernah mengikuti pelatihan pariwisata formal, dan hanya 25% yang aktif menggunakan media sosial untuk promosi desa. Kondisi ini menunjukkan urgensi untuk meningkatkan kapasitas pemuda dalam sektor pariwisata yang berbasis digitalisasi.

Pemilihan Desa Sumberrejo sebagai subjek pengabdian didasarkan pada potensinya yang belum tergarap optimal. Selain itu, terdapat dukungan penuh dari kepala desa dan antusiasme sebagian kecil pemuda yang telah menunjukkan ketertarikan pada sektor pariwisata. Desa ini juga memiliki komunitas pemuda yang cukup aktif melalui Karang Taruna, yang menjadi target utama intervensi ini. Dengan melibatkan pemuda, diharapkan terjadi regenerasi pelaku pariwisata yang adaptif dan inovatif. Pemilihan desa ini juga selaras dengan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat seperti desa wisata, yang diharapkan dapat meningkatkan nilai budaya pedesaan sebagai produk wisata tanpa merusaknya (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020, p. 131).

Program Kuliah Kerja Nyata ini berfokus pada sektor pariwisata, dengan mengoptimalkan pariwisata melalui program orientasi dan balai latihan kerja "Pemuda Sadar Wisata". Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan partisipasi aktif pemuda dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata di Desa Sumberrejo.

Perubahan sosial yang diharapkan adalah terciptanya ekosistem pariwisata yang lebih maju dan berkelanjutan, dengan pemuda sebagai garda terdepan. Program ini sejalan dengan pandangan (Suud Maadi et al., 2024, p. 45) yang menyatakan bahwa sektor pariwisata memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian dan merupakan sumber pertumbuhan ekonomi cepat untuk pembangunan nasional.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan selama 40 hari dengan metode pelaksanaan Observasi, Wawancara, Edukasi dan Pelatihan yang dikhususkan untuk kelompok pemuda Karang Taruna Desa Sumberrejo, Edukasi dan

Pelatihan dilaksanakan dengan dua tahapan, adapun tahap yang pertama yaitu Orientasi Pemuda Sadar Wisata dengan memaparkan materi oleh salah satu mahasiswa KKN 30 UINSA. Berikutnya adalah Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata yang merupakan tindak lanjut dari Orientasi Pemuda Sadar Wisata dengan memberikan beberapa materi lanjutan dan juga pelatihan kerja dalam bidang marketing, digitalisasi dan manajemen pengelolaan wisata yang diisi oleh salah satu mahasiswa KKN, Duta UMKM Jawa Timur dan salah satu tokoh masyarakat yang paham akan manajemen pariwisata Desa Sumberrejo.

Edukasi dan Pelatihan Pemuda Sadar Wisata kepada Karang Taruna Desa Sumberrejo, kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi dan membekali pemuda dengan keterampilan dalam mengembangkan sektor pariwisata terkhusus dalam bidang digitalisasi, agar pemuda dapat turut andil dalam mengembangkan wisata Jumpinang River Tubing dan Kolam Renang Sumber Kemado, sehingga dikemudian hari diharapkan mereka mampu meneruskan tugas dari sekelompok swadaya masyarakat selaku perintis dalam pengelolaan pariwisata di Desa Sumberrejo, yaitu mengelola, menjaga kenyamanan dan mengembangkan wisata Jumpinang River Tubing dan Kolam Renang Sumber Kemado.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi Orientasi Pemuda Sadar Wisata

Kegiatan Sosialisasi Orientasi Pemuda Sadar Wisata merupakan salah satu program inti dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok KKN 30 UIN Sunan Ampel Surabaya di Desa Sumberrejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan. Program ini bertujuan membangun kesadaran pemuda terhadap pentingnya keterlibatan mereka dalam pengembangan potensi wisata desa, sekaligus memperkenalkan prinsip-prinsip dasar pariwisata berkelanjutan yang dapat diterapkan secara lokal. Kesadaran ini dianggap penting mengingat potensi wisata alam dan budaya di Desa Sumberrejo sangat besar namun belum tergarap secara maksimal, salah satunya karena kurangnya pemahaman generasi muda terhadap peran strategis mereka dalam sektor ini.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi menekankan pada dua aspek utama. Pertama adalah penguatan nilai-nilai pariwisata berkelanjutan yang mencakup pelestarian lingkungan, perlindungan budaya lokal, serta pengembangan ekonomi berbasis masyarakat. Konsep ini ditekankan agar pemuda tidak hanya melihat potensi wisata dari sisi ekonomi semata, melainkan juga memperhatikan aspek sosial dan ekologi dalam jangka panjang. Kedua, sosialisasi menyoroti pentingnya peran pemuda dalam promosi wisata desa melalui pendekatan kreatif, khususnya melalui pemanfaatan media sosial. Di era digital saat ini, pemuda memiliki peluang besar untuk memperkenalkan potensi lokal ke khalayak luas melalui konten digital seperti foto, video, maupun narasi wisata yang dikemas menarik dan autentik. Penelitian oleh Azhad (2024) di Desa Sidomulyo, Jember, menunjukkan bahwa melalui pelatihan digital marketing dan pelatihan konten media sosial, partisipan semakin memahami penggunaan media sosial sebagai sarana promosi wisata desa dan mampu membuat konten yang menarik dengan pedoman sapta pesona wisata (Azhad, 2024).

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara interaktif untuk mendorong partisipasi aktif peserta. Penyampaian materi dilakukan melalui presentasi yang menjelaskan secara sistematis konsep dasar pariwisata berkelanjutan, dilengkapi dengan contoh-contoh konkret dari desa wisata lain di Indonesia yang berhasil mengembangkan sektor pariwisata dengan melibatkan pemuda. Setelah sesi pemaparan, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kelompok yang dirancang untuk menstimulasi pemikiran peserta serta

menampung ide-ide dari berbagai perspektif. Metode ini dinilai efektif karena memberikan ruang yang cukup bagi peserta untuk menggali dan menyampaikan pandangan mereka terhadap kondisi pariwisata di desa.

Kegiatan ini diikuti oleh sekitar dua puluh lima peserta dari berbagai latar belakang. Mayoritas adalah anggota Karang Taruna, namun juga hadir perwakilan dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pelaku UMKM lokal seperti komunitas HPS Kemado. Rentang usia peserta berkisar antara 17 hingga 30 tahun, dengan latar pendidikan yang cukup bervariasi dari lulusan SMA/SMK hingga mahasiswa aktif. Keberagaman ini terbukti memberikan warna tersendiri dalam dinamika diskusi. Setiap peserta membawa sudut pandang unik berdasarkan pengalaman, keahlian, serta keterlibatan mereka dalam kegiatan desa. Para mahasiswa, misalnya, banyak menawarkan perspektif berbasis teori atau praktik dari kampus mereka, sementara pelaku UMKM lebih fokus pada peluang konkret dari sisi ekonomi dan pemasaran.

Perwakilan dari BUMDes memberikan masukan penting terkait aspek legalitas, tata kelola, dan keberlanjutan program desa wisata secara kelembagaan. Mereka menekankan pentingnya menyusun struktur organisasi pengelola desa wisata yang profesional namun tetap berbasis gotong royong. Anggota Karang Taruna, yang selama ini aktif di kegiatan sosial dan kepemudaan, turut memberikan dorongan moral untuk menjadikan pariwisata sebagai wadah pemberdayaan pemuda. Kolaborasi antarkomunitas ini menciptakan atmosfer diskusi yang kaya dan membangun, dengan hasil akhir berupa rumusan ide-ide konkret yang dapat ditindaklanjuti dalam bentuk program jangka pendek maupun jangka panjang. Keikutsertaan berbagai pihak ini juga menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan perlu sinergi lintas sektor dalam satu visi yang sama.

Respons terhadap kegiatan ini sangat positif. Antusiasme peserta tampak jelas melalui keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, dan menyampaikan ide-ide kreatif. Salah satu gagasan menarik yang muncul adalah pembentukan akun media sosial resmi untuk desa wisata, yang nantinya dikelola oleh pemuda-pemudi desa. Tujuannya adalah untuk meningkatkan visibilitas desa di dunia digital, mempromosikan keunikan lokal, serta menjalin jejaring dengan komunitas wisata lainnya. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, konten promosi seperti video pendek, ulasan wisata, serta dokumentasi kegiatan budaya lokal dapat disajikan secara menarik dan mudah diakses oleh khalayak luas.

Usulan lain yang mencuat termasuk pemetaan spot foto Instagramable yang dapat menarik wisatawan muda, penyusunan kalender event tahunan desa yang melibatkan UMKM lokal, serta kolaborasi pemuda dengan pelaku usaha dalam mengembangkan paket wisata kuliner khas desa, seperti tur jajanan pasar atau demo masak makanan tradisional. Beberapa peserta bahkan menawarkan ide pelatihan digital marketing dan manajemen media sosial untuk pengelola desa wisata agar promosi yang dilakukan lebih strategis dan berdampak. Semangat kolaboratif dan keinginan kuat untuk terlibat langsung dalam proses pembangunan pariwisata ini menjadi indikasi bahwa para peserta tidak hanya memahami pentingnya pariwisata berkelanjutan, tetapi juga siap mengambil peran aktif dan menjadi agen perubahan di desanya sendiri.

Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi, program Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata diselenggarakan untuk membekali pemuda lokal dengan keterampilan teknis dalam pengembangan pariwisata desa. Program ini menargetkan anggota Karang Taruna dan komunitas muda lainnya agar

mampu berperan sebagai pelaku aktif dalam mempromosikan dan mengelola potensi wisata desa secara berkelanjutan. Tiga jenis pelatihan utama diberikan dalam program ini, yaitu Branding dan Marketing Pariwisata, Manajemen Desa Wisata, dan Pelatihan Media serta Pembuatan Konten Digital. Pelatihan ini dirancang berdasarkan kebutuhan strategis desa dalam mengembangkan potensi lokal yang belum tergarap maksimal, khususnya melalui pendekatan digital yang kini menjadi tren utama dalam promosi wisata.

Pelatihan *Branding* dan *Marketing* membekali peserta dengan wawasan mengenai pentingnya membangun identitas destinasi, cara menciptakan citra positif yang berkesinambungan, serta strategi pemasaran yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Peserta dikenalkan pada konsep *unique selling point* (USP) desa wisata yakni keunikan lokal yang menjadi daya tarik utama dan membedakan desa dari destinasi lain. Mereka juga dilatih untuk mengemas potensi desa, baik dari segi budaya, alam, kuliner, maupun kearifan lokal, menjadi narasi yang menarik dan mudah dipahami oleh pasar sasaran. Penggunaan media sosial, platform digital, serta strategi konten kreatif seperti storytelling visual juga menjadi bagian penting dalam sesi ini.

Pada materi Manajemen Desa Wisata, peserta diajak memahami pentingnya struktur kelembagaan yang kuat dan kolaboratif. Mereka mempelajari bagaimana pembentukan Badan Pengelola Desa Wisata harus melibatkan berbagai unsur masyarakat, mulai dari tokoh adat, pemuda, pelaku UMKM, hingga perangkat desa. Materi ini menekankan prinsip tata kelola partisipatif dan transparan, agar setiap keputusan yang diambil mencerminkan kepentingan bersama. Selain itu, disampaikan pula mekanisme pemberdayaan masyarakat, seperti pembagian peran kerja, pelatihan kapasitas, hingga pembentukan kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*) yang berfungsi sebagai motor penggerak aktivitas pariwisata desa secara berkelanjutan.

Penguatan materi ini diperkaya dengan praktik lapangan dari Desa Labuhan Jung Koneng, Bangkalan (Dawam & Rizkiyah, 2023), yang mengedepankan:

1. Pembentukan tim pengelola desa wisata halal yang melibatkan pemuda, tokoh masyarakat, dan pelaku UMKM:

Tim ini dibentuk dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat, seperti pemuda, tokoh agama, tokoh adat, pelaku UMKM, dan perangkat desa. Keterlibatan lintas elemen ini bertujuan menciptakan sistem pengelolaan wisata yang partisipatif dan berkelanjutan. Pemuda diberi peran penting dalam inovasi, promosi digital, dan pelayanan, sementara tokoh masyarakat berperan menjaga nilai-nilai lokal dan kultural.

2. Pemanfaatan forum musyawarah desa sebagai ruang pengambilan keputusan yang demokratis

Musyawarah desa dijadikan media pengambilan keputusan terkait pengembangan wisata. Semua rencana dan evaluasi kegiatan wisata dibahas terbuka bersama masyarakat agar tercipta rasa kepemilikan kolektif. Proses ini memperkuat transparansi, mendorong partisipasi aktif warga, dan memperkuat legitimasi pengelolaan wisata.

3. Pemetaan potensi lokal berbasis nilai-nilai halal, seperti kuliner halal, tradisi Islami, dan fasilitas ibadah:

Masyarakat diajak secara aktif memetakan potensi wisata yang sesuai dengan prinsip halal, seperti:

- Kuliner halal: makanan khas yang dipastikan sesuai syariat.
- Atraksi Islami: kegiatan budaya bernuansa keislaman seperti seni hadrah atau tradisi Maulid.
- Fasilitas ibadah: keberadaan musala, toilet bersih, dan penunjuk arah kiblat.

- Pemetaan ini menjadi dasar pengemasan produk wisata yang unik dan selaras dengan kebutuhan wisatawan muslim.
- 4. Pelatihan teknis pengelolaan wisata, mulai dari pelayanan pengunjung hingga pelaporan keuangan
Warga diberikan pelatihan menyangkut operasional wisata, seperti:
 - Pelayanan tamu dan tour guide.
 - Pengelolaan homestay dan kebersihan lingkungan.
 - Pencatatan keuangan sederhana untuk UMKM atau pengelola destinasi.Pelatihan ini bertujuan meningkatkan profesionalitas layanan wisata berbasis masyarakat.
- 5. Serta kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, dan komunitas sebagai pendorong pengembangan destinasi secara berkelanjutan.

Program pengembangan desa wisata tidak hanya menekankan pada partisipasi masyarakat lokal, tetapi juga memperluas sinergi melalui kolaborasi lintas sektor. Pemerintah daerah berperan penting dalam menyediakan dukungan regulasi, infrastruktur, dan penguatan kelembagaan desa wisata. Di sisi lain, kalangan akademisi berkontribusi dalam bentuk pendampingan, pelatihan, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia, sehingga masyarakat dapat lebih siap menghadapi tantangan industri pariwisata yang dinamis. Tak kalah penting, komunitas pariwisata turut berperan sebagai mitra strategis dalam hal jejaring promosi, penyusunan program tematik, serta benchmarking pengelolaan destinasi wisata. Kolaborasi antara ketiga pihak ini terbukti memperkuat daya saing desa wisata dan membuka akses yang lebih luas terhadap pasar serta sumber daya eksternal, baik dari sektor publik maupun swasta.

Sementara itu, *Pelatihan Media* menekankan pada keterampilan teknis seperti pengambilan foto dan video, editing sederhana menggunakan aplikasi mobile, serta teknik menulis caption promosi yang informatif dan persuasif. Pelatihan didukung dengan fasilitas yang cukup memadai. Lokasi kegiatan bertempat di balai desa yang telah disulap menjadi ruang pelatihan terintegrasi. Sarana yang tersedia meliputi proyektor, layar presentasi, kursi dan meja kerja kelompok, jaringan Wi-Fi, serta alat dokumentasi. Para peserta juga memperoleh modul pelatihan cetak dan digital sebagai panduan selama dan sesudah kegiatan. Adapun materi yang terlibat terdiri dari praktisi pariwisata lokal, dosen pendamping KKN, serta relawan konten kreator yang telah berpengalaman dalam bidang promosi wisata berbasis media sosial. Para materi menyampaikan materi secara aplikatif dengan pendekatan yang ramah, terbuka, dan mendorong peserta untuk aktif berdiskusi serta mencoba secara langsung.

Proses pelatihan berlangsung selama tiga hari dengan menggunakan pendekatan *experiential learning*. Peserta tidak hanya mendengarkan teori, tetapi juga secara langsung melakukan praktik pembuatan konten dan simulasi pengelolaan wisata. Pada sesi konten digital, misalnya, peserta diminta untuk mengambil gambar potensi wisata lokal dan mengeditnya menjadi konten promosi dengan narasi singkat. Aktivitas dilakukan secara individu maupun kelompok kecil agar kolaborasi dan kreativitas tetap berjalan. Pelatihan juga dilengkapi dengan sesi umpan balik, di mana hasil kerja peserta dievaluasi oleh fasilitator dan sesama peserta. Hal ini menciptakan suasana belajar yang reflektif dan partisipatif.

Evaluasi keterampilan peserta dilakukan melalui observasi selama praktik serta penugasan individu. Salah satu tugas utama adalah membuat satu konten promosi wisata desa yang layak unggah ke media sosial. Dari hasil penilaian, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal pemahaman narasi promosi, kemampuan visualisasi konten, serta strategi penggunaan tagar dan caption

yang tepat sasaran. Bahkan, peserta dengan latar belakang non-digital seperti UMKM lokal mampu beradaptasi dengan cepat dan menunjukkan potensi untuk menjadi mitra promosi desa wisata.

Dampak awal dari pelatihan terlihat dari antusiasme peserta dalam mengunggah konten promosi secara mandiri melalui akun media sosial pribadi dan komunitas. Beberapa konten yang dibuat menampilkan panorama alam, suasana pedesaan, kuliner lokal, hingga kegiatan harian warga. Tak hanya itu, muncul pula inisiatif dari peserta untuk membentuk tim konten desa wisata yang bertugas merancang, memproduksi, dan mengelola media promosi digital secara rutin. Aktivitas ini menunjukkan adanya transformasi pemuda dari sekadar objek pelatihan menjadi subjek yang aktif dalam pembangunan pariwisata desa berbasis komunitas dan digital.

Rekomendasi dan Rencana Tindak Lanjut

Sebagai kelanjutan dari program sosialisasi dan pelatihan dalam rangka membentuk pemuda sadar wisata di Desa Sumberrejo, diperlukan strategi konkret untuk memastikan bahwa dampak positif yang telah dicapai dapat terus berlanjut dan berkembang. Salah satu rekomendasi utama adalah menyusun strategi keberlanjutan program yang terstruktur dan berbasis komunitas. Keberlanjutan program ini sangat bergantung pada pengelolaan kelembagaan yang konsisten, seperti pembentukan unit kerja tetap di bawah naungan Karang Taruna atau BUMDes, yang secara khusus menangani pengembangan pariwisata desa. Tim ini diharapkan tidak hanya menjadi eksekutor kegiatan promosi, tetapi juga berfungsi sebagai pusat koordinasi program wisata, termasuk edukasi, evaluasi, dan pelaporan kegiatan secara berkala.

1. Strategi Keberlanjutan Program

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang memberikan dampak signifikan bagi perekonomian (Sukaris et al., 2023). Strategi keberlanjutan program dirancang sebagai upaya menjaga dampak program "Pemuda Sadar Wisata" agar tidak berhenti pada tahap orientasi dan pelatihan semata, melainkan berlanjut menjadi gerakan kolektif yang terintegrasi dengan pengelolaan wisata desa. Aspek yang paling penting dalam pengoptimalan dalam memotivasi pengembangan wisata adalah sumber daya manusia (Utomo & Satriawan, 2018). Langkah awal yang direkomendasikan adalah membentuk forum atau tim kerja bernama "Pemuda Sadar Wisata" yang terdiri dari delegasi anggota Karang Taruna, UMKM HPS Kemado, dan juga BUMDes.

Forum ini bertugas mengidentifikasi dan mengklasifikasi potensi wisata yang ada di desa, termasuk potensi alam serta produk UMKM lokal. Pemuda akan dilibatkan dalam pengelolaan manajemen wisata, manajemen UMKM, serta digitalisasi promosi wisata. Mereka juga akan menjadi penghubung antara komunitas dan mitra eksternal, seperti pemerintah desa dan juga organisasi pariwisata.

Dalam aspek pelatihan, diharapkan Pemuda Sadar Wisata menyelenggarakan pelatihan media secara berkala. Proses seleksi peserta dilakukan dengan mempertimbangkan motivasi, komitmen, dan keterampilan awal. Materi pelatihan dirancang sesuai kebutuhan desa, seperti teknik fotografi dan videografi wisata, pembuatan narasi promosi, dan strategi distribusi konten sebagaimana yang telah dilakukan dalam diskusi dan juga praktek di Balai Latihan Kerja (BLK).

Sebagai bentuk evaluasi strategis, indikator keberhasilan strategi keberlanjutan ini mencakup:

- 1) Terbentuknya forum kerja aktif,
- 2) Terlaksananya minimal satu pelatihan lanjutan dalam 6 bulan,

- 3) Terciptanya satu platform digital resmi untuk promosi wisata yang dikelola oleh pemuda.

2. Peluang Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Komunitas

Berdasarkan hasil diskusi dan observasi, Desa Sumberrejo memiliki potensi wisata yang cukup beragam, mulai dari sumber daya wisata dan juga produksi berbagai macam produk UMKM lokal. Namun demikian, tantangan utama terletak pada kurang maksimalnya peranan para pemuda dalam pengelolaan wisata. Oleh karena itu, pengembangan wisata berbasis komunitas menjadi strategi yang tepat karena melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengelolaan (Rohyani et al., 2019).

Peluang yang dapat dikembangkan melalui keterlibatan Pemuda Sadar Wisata antara lain:

- 1) Peningkatan Kualitas SDM Lokal

Pemuda yang tergabung dalam Pemuda Sadar Wisata dapat dilatih dalam bidang pemanduan wisata, *hospitality*, pengelolaan *homestay*, hingga promosi digital. Hal ini menciptakan sumber daya manusia yang andal dan profesional dalam mengelola destinasi wisata.

- 2) Inovasi Produk Wisata Lokal

Kreativitas pemuda sangat potensial dalam menciptakan atraksi-atraksi baru seperti wisata budaya, ekowisata, atau wisata edukatif berbasis kearifan lokal. Kegiatan seperti festival budaya, paket wisata tematik, atau pengelolaan spot *Instagramable* dapat menarik wisatawan.

- 3) Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi

Generasi muda sangat sadar akan perkembangan teknologi. Dengan memanfaatkan media sosial, Pemuda Sadar Wisata dapat membangun citra destinasi, mengunggah konten promosi menarik, hingga mengundang wisatawan untuk berkunjung. Ini menjadi cara promosi murah, cepat, dan efektif.

- 4) Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Dengan menjadikan wisata sebagai sarana wirausaha, pemuda dapat menciptakan lapangan kerja berbasis komunitas, seperti membuka usaha kuliner, kerajinan tangan, jasa pemanduan, dan transportasi lokal. Hal ini akan berdampak langsung pada peningkatan ekonomi warga sekitar.

Rencana jangka pendek yang dapat dijalankan mencakup penyusunan kalender kegiatan wisata, pelatihan pemandu lokal, serta penataan titik-titik wisata yang mudah diakses pengunjung. Tanggung jawab koordinasi program ini diserahkan kepada forum Pemuda Sadar Wisata bersama dengan pemerintah desa dan komunitas setempat. Evaluasi dilakukan berdasarkan peningkatan jumlah pengunjung, kepuasan wisatawan, dan dampak ekonomi terhadap warga sekitar.

3. Penguatan Peran Pemuda dalam Promosi Wisata secara Digital

Sektor pariwisata merupakan salah satu bukti akan adanya perkembangan industri digital dalam kegiatan promosi (Putu Henny Puspawati & Ristanto, 2018). Pemuda memegang peran penting dalam mendukung digitalisasi promosi wisata desa. Sebagai generasi yang akrab dengan teknologi dan media sosial, pemuda memiliki keunggulan dalam menyampaikan daya tarik wisata secara kreatif dan relevan bagi masyarakat luas, khususnya generasi muda (Putu Henny Puspawati & Ristanto, 2018). Dalam konteks inilah Pemuda Sadar Wisata menjadi bentuk kesadaran di kalangan generasi muda untuk mengenali, melestarikan, dan mempromosikan potensi wisata desa secara aktif dan bertanggung jawab.

Untuk mendukung peran ini, dilakukan pelatihan media *marketing* dalam Balai Latihan Kerja (BLK). Pelatihan ini menjadi fondasi awal dalam membekali pemuda dengan keterampilan digital, seperti

copywriting, strategi visual, pemanfaatan Instagram, TikTok, dan YouTube, serta dasar-dasar branding. Dengan materi yang aplikatif, peserta diharapkan mampu memahami cara mengelola citra desa wisata secara profesional di ranah digital.

Setelah pelatihan, pemuda membentuk tim produksi konten yang bertugas mengelola akun media sosial resmi desa wisata. Kolaborasi ini tidak berhenti pada pelatihan awal. BLK akan dilanjutkan sebagai bentuk pendampingan melalui *mentoring* berkala untuk mendukung produktivitas tim. Efektivitas program akan dievaluasi melalui beberapa indikator, seperti peningkatan jumlah pengikut media sosial, interaksi pengguna, serta jumlah dan kualitas konten yang dipublikasikan setiap bulan.

Melalui proses ini, pemuda tidak hanya berperan sebagai peserta pelatihan, tetapi menjadi produsen narasi wisata desa yang aktif dan adaptif. Pemuda dapat mempromosikan keindahan dan kearifan lokal sembari menjaga kelestarian lingkungan. Dengan begitu, pemuda benar-benar menjadi agen perubahan dalam memajukan sektor pariwisata desa berbasis digital secara berkelanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan tersebut, beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain:

- 1) Menyusun kalender event pariwisata tahunan yang melibatkan seluruh elemen masyarakat (UMKM, kelompok seni budaya, dan pelaku ekonomi kreatif lokal).
- 2) Menyelenggarakan agenda tahunan seperti:
 - a. Festival desa
 - b. Lomba konten digital
 - c. Kegiatan wisata edukatif
 - d. Promosi paket wisata berbasis pengalaman lokal
- 3) Membuat media promosi berkelanjutan seperti:
 - a. Booklet wisata
 - b. Video dokumenter
 - c. Konten serial untuk media sosial
- 4) Memperbarui konten promosi secara berkala sesuai tren pasar

Peluang pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas di Desa Sumberrejo sangat terbuka lebar, mengingat desa ini memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang belum tergarap maksimal. Dengan pendekatan *community-based tourism* (CBT), pengembangan destinasi tidak hanya berfokus pada daya tarik fisik, tetapi juga pada nilai-nilai lokal yang autentik dan partisipasi aktif warga. Model ini memungkinkan masyarakat menjadi pelaku utama dalam penyediaan jasa wisata, seperti pemandu lokal, homestay, kuliner tradisional, kerajinan tangan, dan atraksi budaya. Kolaborasi antarsektor menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pariwisata dirasakan secara merata oleh seluruh lapisan masyarakat desa. Untuk memaksimalkan potensi tersebut, perlu adanya pendampingan dari institusi pendidikan, pemerintah daerah, dan pihak swasta dalam penguatan kapasitas dan promosi destinasi. Bentuk pendampingan yang dapat dilakukan antara lain:

- 1) Program magang mahasiswa pariwisata di desa
- 2) Pelatihan lanjutan untuk pengelolaan homestay
- 3) Fasilitasi akses terhadap marketplace digital untuk produk lokal

Penguatan peran pemuda dalam promosi wisata secara digital menjadi faktor kunci yang tidak dapat diabaikan. Pemuda memiliki potensi besar sebagai agen transformasi digital pariwisata karena mereka lebih akrab dengan teknologi dan media sosial. Berdasarkan hasil pelatihan sebelumnya, peserta telah menunjukkan kemampuan awal dalam membuat konten promosi wisata desa yang menarik dan informatif. Rencana tindak lanjut yang direkomendasikan antara lain:

- 1) Pembentukan Tim Konten Desa Wisata secara resmi
- 2) Pengelolaan akun media sosial desa
- 3) Pembuatan konten berkala yang informatif dan menarik
- 4) Responsif terhadap tren promosi wisata digital secara adaptif
- 5) Menjalani kerja sama dengan:
 - a. Influencer lokal
 - b. Komunitas fotografi
 - c. Komunitas traveler
- 6) Pelatihan lanjutan untuk:
 - a. Manajemen media digital
 - b. Strategi branding online
 - c. Pemanfaatan platform digital (Google Maps, YouTube, marketplace wisata)

Tim ini juga dapat menjalin kerja sama dengan influencer lokal, komunitas fotografi, atau komunitas traveler untuk memperluas jangkauan promosi. Selain itu, pelatihan lanjutan dalam bidang manajemen media digital, strategi branding online, serta pemanfaatan platform digital (seperti Google Maps, YouTube, dan marketplace wisata) perlu terus dikembangkan. Upaya ini akan menempatkan pemuda tidak hanya sebagai pelaku lokal, tetapi juga sebagai kreator digital yang mampu mempromosikan identitas desa di ranah global.

Keseluruhan rencana ini menunjukkan bahwa program pengembangan pariwisata berbasis pemuda tidak berhenti pada pelatihan semata, tetapi perlu ditindaklanjuti dengan sistem pendukung yang berkelanjutan, kolaboratif, dan terukur. Dengan fondasi yang kuat, Desa Sumberrejo memiliki peluang besar untuk tumbuh menjadi destinasi wisata unggulan yang berbasis komunitas dan didukung oleh transformasi digital yang progresif.

KESIMPULAN

Kelompok 30 KKN UINSA 2025 telah berhasil melaksanakan dua kegiatan krusial yakni Sosialisasi Orientasi Pemuda Sadar Wisata dan Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata di Desa Sumberrejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, yang bertema “Mewujudkan Desa Wisata yang Unggul, Kreatif, Digital dan Kolaboratif”. Kedua kegiatan ini difokuskan bagi karang taruna Desa Sumberrejo dengan tujuan utama meningkatkan kesadaran pemuda terhadap potensi pariwisata desa serta membekali karang taruna dengan pelatihan keterampilan digital yang esensial. Melalui Sosialisasi Orientasi Pemuda Sadar Wisata, pemuda diajak untuk melihat dan memahami kekayaan desa mereka sebagai aset wisata, sementara Balai Latihan Kerja Pemuda Sadar Wisata melengkapi rangkaian kegiatan dengan kemampuan praktis dalam ranah digitalisasi, agar para pemuda lokal dapat berpartisipasi aktif dalam promosi dan pengembangan pariwisata desa. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong Desa Sumberrejo

menjadi destinasi wisata yang lebih unggul, kreatif dalam perkembangan digital, dan mampu berkolaborasi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhad, M. N. (2024). Sadar Wisata Dan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Obyek Wisata, Hasil Kerajinan Serta Seni Tradisional Pada Desa Sidomulyo Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri (JPMM)*, 2(02), 134–138.
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Dawam, A., & Rizkiyah, I. Z. (2023). Pelatihan Tata kelola Desa Wisata Halal Berbasis Media Branding Strategy di Desa Labuhan Jung Koneng Kabupaten Bangkalan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 169–175. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.349>
- Desa Sumberrejo – Asri dan Produktif*. (n.d.). Retrieved July 28, 2025, from <https://sumberrejoasri.wordpress.com/>
- Kemala, Z., & Astiana, R. (2022). Pelatihan Sadar Wisata dan Sapta PESONA Bagi Kelompok Pemuda Pokdarwis Eka Harapan Desa Suntenjaya Lembang. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 4(1), 33–41. <https://doi.org/10.51977/jsa.v4i1.672>
- Putu Henny Puspawati, D., & Ristanto, R. (2018). Strategi Promosi Digital untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 1(2), 1–20. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v1i2.14>
- Rohyani, I. S., Nursalim, I., & Armyny, N. S. (2019). Pengembangan Potensi Wisata Melalui Optmalisasi Peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Arjangka. *Abdi Insani*, 6(3), 332–339. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.254>
- Sukaris, S., Kurniawan, A., & Kurniawan, Moh. D. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Desa Yang Berkelanjutan. *Jurnal Manajerial*, 10(01), 17. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i1.4751>
- Suud Maadi, A., Estu Harsiwi, N., Dwi Putra, A., Safitri, A., & Urrohmah, A. (2024). Optimalisasi Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Lajing Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan dalam Pengelolaan Obyek Wisata Pantai Pandela. *Keris: Journal of Community Engagement*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.55352/keris.v4i1.895>
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Neo-Bis*, 11(2), 142. <https://doi.org/10.21107/nbs.v11i2.3381>