

Peningkatan Kualitas SDM pada Desa Belalang dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Ni Luh Gede Pivin Suwirmayanti, Ricky Aurelius Nurtanto Diaz, I Made Sudarsana, Riza Wulandari, I Made Prema Mahogra Reswarasatya, Erinna Angruningrum, I Made Agus Diatmika Weda, Gede Nyoman Wira Adnyana Putra, dan Putu Meila Setiawati
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
Jln. Raya Puputan No.86 Denpasar, Bali, 80234
e-mail: pivin@stikom-bali.ac.id

Abstrak— Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata melalui pelatihan dan workshop. Rangkaian kegiatan terdiri dari lokakarya bagi pelaku wisata tentang pengelolaan destinasi wisata berbasis potensi lokal, workshop fotografi sebagai peluang usaha, workshop canva dan video editing untuk pembuatan media promosi, serta pelatihan penguatan sosial media marketing yang membahas strategi pemasaran digital. Kegiatan ini berhasil mencapai nilai evaluasi kegiatan sebesar 72.7%. Dampak dari kegiatan ini peserta menyadari mengenai pentingnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), dan tertarik dalam mengimplementasikan materi pelatihan dalam promosi wisata dan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Desa Belalang; Wisata Desa; Pengabdian; Pemberdayaan; Masyarakat*

Abstract—This community service activity aims to increase community capacity in tourism management through training and workshops. The series of activities consists of workshops for tourism actors on managing tourist destinations based on local potential, photography workshops as business opportunities, canva and video editing workshops for creating promotional media, and social media marketing strengthening training that discusses digital marketing strategies. This activity succeeded in achieving an activity evaluation value of 72.7%. The impact of this activity is that participants realize the importance of Information and Communication Technology (ICT), and are interested in implementing training materials in promoting tourism and business independently and sustainably.

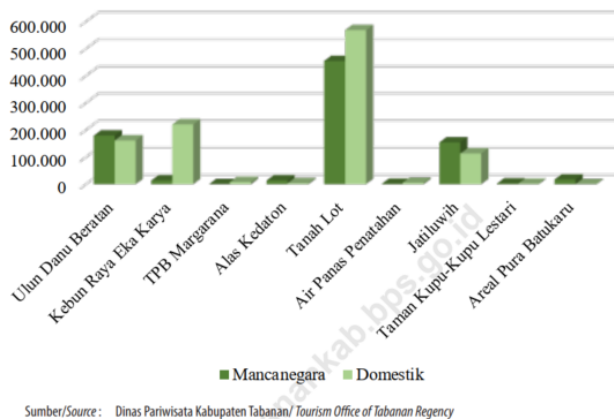
Keywords: *Belalang Village; Village Tourism; Community Service; Empowerment.*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi. Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi dunia yang berkembang paling pesat, selama lebih dari enam dekade terakhir [1]. Potensi wisata Kabupaten Tabanan, terdiri dari wisata alam seperti pantai, area persawahan, danau, wisata buatan dan wisata religi. Berfokus pada aspek eksplorasi, pelestarian, dan pengelolaan yang berkelanjutan, pantai menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati wisatawan karena menawarkan suasana yang beragam [2]. Pantai Kedungu adalah salah satu contoh pantai yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai objek wisata. Secara administratif, pantai ini terletak di Desa Belalang yang merupakan salah satu desa di Kecamatan Kediri, Tabanan. Desa ini terdiri dari 4 Banjar Dinas yaitu Banjar dinas Kebilbil/Pacung, Banjar Dinas Daging Jelinjing, Banjar Dinas Dauh Rurung dan Banjar Dinas Kedungu.

Pantai Kedungu memiliki tebing (*cliff*) serta air terjun yang dihiasi bebatuan besar di bagian bawahnya, yang mendukung berbagai aktivitas pariwisata dan sangat disukai wisatawan untuk didokumentasikan. Pantai ini juga

dimanfaatkan sebagai lokasi untuk berselancar, berjemur, berfoto, bersantai, dan menikmati pemandangan terutama di akhir pekan bersama kerabat atau keluarga. Selain keindahan alamnya, fasilitas dan aksesibilitas menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan di Pantai Kedungu. Berdasarkan survei awal, tercatat kunjungan wisatawan ke Pantai Kedungu mencapai 280.000 kunjungan selama periode 2015 hingga 2020, dengan proporsi 80% wisatawan lokal dan 20% wisatawan mancanegara. Namun, pada bulan Maret hingga Agustus 2021, jumlah kunjungan menurun akibat pembatasan aktivitas pariwisata yang diberlakukan selama pandemi Covid-19. Semenjak saat itu, potensi pantai yang mulai dikenal ini perlahan pudar, dan cukup terhambat untuk menarik wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari hasil survey yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Tabanan dengan sumber data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan, dimana objek wisata ini tidak termasuk dalam 10 besar jumlah kunjungan wisatawan pada 2023 [3].



Gambar 1. Hasil survey BPS Tabanan.

Statistik yang ditunjukkan pada Gambar 1 menunjukkan tidak adanya Pantai Kedungu pada daftar 10 besar kunjungan. Hal ini merupakan salah satu tolak ukur mengapa perlu untuk meningkatkan kapasitas manajemen wisata pada Pantai Kedungu. Hal ini penting karena potensi yang dimiliki Pantai Kedungu, baik untuk sekedar menikmati pemandangan maupun untuk kegiatan olahraga seperti *surfing* yang merupakan kegemaran cukup banyak wisatawan mancanegara seperti yang terlihat pada Gambar 2. Potensi ini tidak jauh dari potensi yang dimiliki oleh Pantai di Tanah Lot yang jika dilihat pada Gambar 1 diatas menduduki jumlah kunjungan tertinggi di Kabupaten Tabanan.



Gambar 2. Suasana Pantai Kedungu.

Disisi lain, usaha mengelola wisata ini cenderung monoton dengan membuka tempat makan dan minum, maupun penginapan, yang sebagian besar melibatkan investor dari luar, dan masyarakat asli menjadi pekerjanya. Kegiatan pengelolaan wisata dilakukan oleh Desa Adat (berkantor di Bumdes) dengan tetap melakukan koordinasi dengan Desa Dinas untuk berbagai keperluan administratif.

Permasalahan utama mitra merujuk pada hasil analisis situasi berdasarkan temuan dari observasi dan diskusi langsung, mencakup beberapa aspek seperti sumber daya manusia yang belum optimal. Dimana ketersediaan sumber daya yang sebagian besar adalah pekerja pada villa atau restoran perlu untuk mengembangkan keterampilan atau kreativitas pribadi, seperti kemampuan fotografi atau membuat desain, serta sosial media marketing.

Permasalahan kedua adalah minimnya peluang usaha karena keterbatasan modal dan ketersediaan lapangan kerja yang ada. Dari kondisi tersebut perlu adanya pendekatan lain untuk peningkatan peluang usaha salah satunya dari penyediaan *market place*.

Beberapa kegiatan yang pernah dilakukan dan dianggap dapat menunjang pengembangan pariwisata misalnya kegiatan yang berfokus pada digital marketing [4], [5] dan workshop fotografi untuk meningkatkan kemampuan masyarakat [6], [7], [8], [9]. Untuk peningkatan kualitas SDM salah satunya juga dapat dilakukan dengan mengadakan workshop canva dan video editing [6], [8], [10].

Dari permasalahan yang telah diangkat, maka salah satu bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas Desa Wisata, adalah dengan menerapkan teknologi tepat guna, dalam bentuk digitalisasi kawasan wisata yang didukung dengan bentuk peningkatan sumber daya manusia khususnya dalam bidang teknologi. Kedua hal ini berkaitan erat karena upaya pengembangan kawasan wisata memerlukan dukungan dari sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidang teknologi dan digital. Hal ini merupakan pembeda antara kegiatan ini dengan kegiatan lain yang telah dilaksanakan dan dapat menjadi contoh untuk dapat direplikasi pada daerah lain di seluruh Indonesia.

II. METODE

Kegiatan peningkatan kualitas SDM ini merupakan salah satu bagian dari keseluruhan kegiatan pengabdian yang disajikan dalam gambar dibawah ini.



Gambar 3. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Gambar 3 menunjukkan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian yang terdiri dari 7 tahapan yaitu Perencanaan Kegiatan, Pelatihan peningkatan kualitas SDM, Perancangan Pengembangan Model Digitalisasi Kawasan Wisata, Pengujian Model Digitalisasi Kawasan Wisata, Publikasi Hasil Kegiatan, Pendaftaran HKI dan Evaluasi Kegiatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan yang direncanakan dalam pengabdian ini salah satu kegiatan yang penting untuk dilakukan adalah pelatihan peningkatan kualitas SDM, dimana kegiatan ini difokuskan pada empat bentuk pelatihan yaitu, Lokakarya bagi pelaku wisata, Workshop fotografi sebagai peluang usaha, Workshop canva dan video editing, serta Pelatihan sosial media marketing. Untuk memastikan ketercapaian hasil pelatihan, dilakukan proses evaluasi pada tahap akhir.

Berikut ini adalah pembahasan bentuk implementasi kegiatan pelatihan peningkatan kualitas SDM.

A. Lokakarya Bagi Pelaku Wisata

Lokakarya ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai pengelolaan destinasi wisata berbasis potensi lokal, karena seperti diketahui bahwa kekuatan suatu obyek wisata diperoleh dari dalam obyek wisata itu sendiri [11]. Tujuannya adalah membantu pelaku wisata di Pantai Kedungu agar dapat melihat lebih detail berbagai potensi dan kekuatan yang dimiliki oleh Pantai Kedungu untuk dapat dikembangkan dan dipasarkan kepada wisatawan. Disisi lain, lokakarya ini juga berfokus pada diskusi bersama mengenai strategi pengembangan pariwisata yang juga tetap perlu memperhatikan pelestarian fungsi lingkungan agar tidak menimbulkan dampak yang merugikan daerah wisata itu sendiri [12].



Gambar 4. Kegiatan lokakarya bagi pelaku wisata.

B. Workshop Fotografi Sebagai Peluang Usaha

Salah satu bentuk strategi pemasaran untuk memikat calon konsumen adalah dengan menyediakan informasi dalam bentuk foto yang menarik [13]. Workshop ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam fotografi, terutama dalam mengangkat potensi wisata lokal melalui visual yang menarik. Materi meliputi teknik dasar dan lanjutan fotografi serta pengelolaan hasil foto untuk promosi. Kegiatan Workshop fotografi dapat dilihat pada Gambar 5.

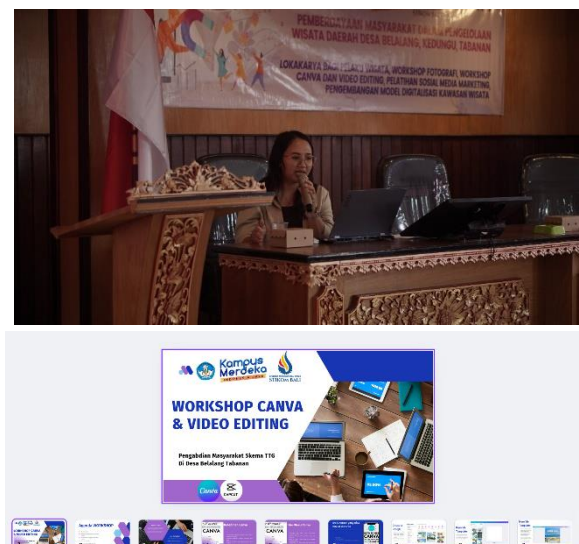
C. Workshop Canva Dan Video Editing

Pelatihan ini difokuskan pada pembuatan konten kreatif menggunakan Canva. Pemilihan workshop Canva karena aplikasinya mudah dipelajari oleh pemula, serta menyediakan template dan elemen visual yang lengkap [13], [14] untuk mendukung pembuatan konten promosi wisata. Tujuan pelatihan ini adalah peserta mampu memproduksi materi promosi yang menarik dan profesional sehingga dapat meningkatkan kreativitas dan kemandirian

peserta dalam mempromosikan potensi wisata Desa Belalang. Kegiatan Pelatihan canva dan video editing dapat dilihat pada Gambar 6.



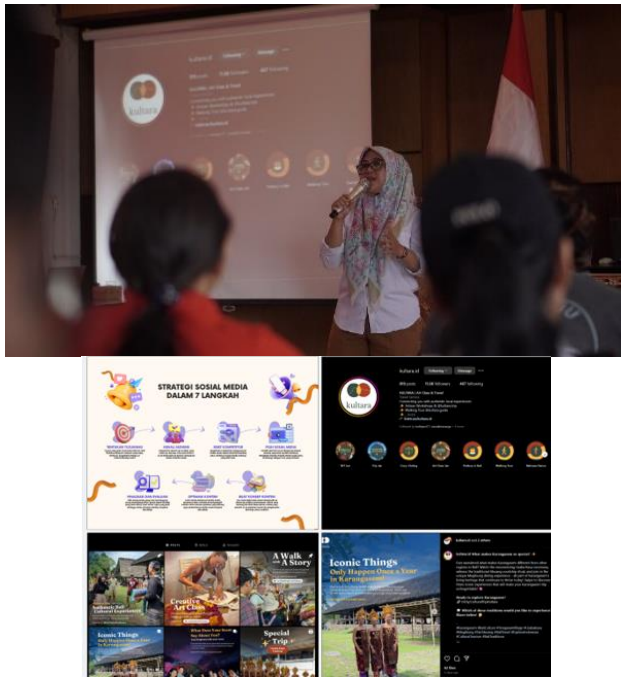
Gambar 5. Workshop fotografi.



Gambar 6. Pelatihan canva dan video editing.

D. Pelatihan Penguatan Sosial Media Marketing

Pelatihan Penguatan Sosial Media Marketing difokuskan untuk membekali masyarakat dengan kemampuan mengelola dan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi wisata. Media sosial memiliki jangkauan promosi yang lebih luas sehingga dapat menjangkau lebih banyak kalangan [14]. Peserta dilatih untuk memahami strategi pemasaran digital, mulai dari pembuatan akun bisnis, perencanaan konten, hingga optimalisasi *engagement* di *platform* sosial media.

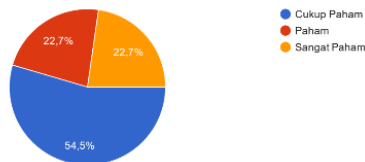


Gambar 7. Pelatihan penguatan sosial media marketing

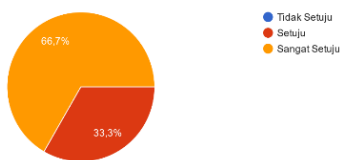
E. Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Untuk memastikan ketercapaian materi, dilakukan proses evaluasi dalam bentuk kuesioner kepada para peserta.

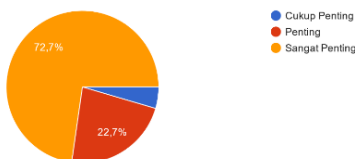
Sebelum mengikuti pelatihan, seberapa paham Anda tentang pentingnya TIK dalam promosi wisata?
22 jawaban



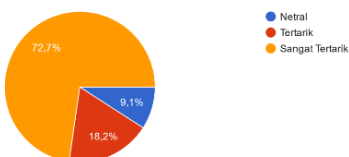
Setelah mengikuti pelatihan, apakah Anda merasa lebih memahami penggunaan media sosial untuk promosi wisata?
21 jawaban



Seberapa penting menurut Anda penggunaan media sosial untuk promosi wisata di Desa Belalang?
22 jawaban



Apakah Anda tertarik untuk mengelola media sosial guna mempromosikan destinasi wisata lokal?
22 jawaban



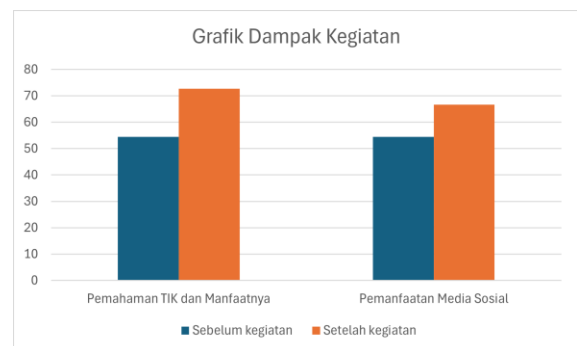
Gambar 8. Diagram hasil kuesioner kegiatan

Peserta diminta untuk mengisi kuesioner online yang berkaitan dengan pelatihan yang telah dilaksanakan, hasil kuesioner diisi oleh 22 peserta dimana hasil kuesioner ini menjadi dasar evaluasi kegiatan selanjutnya. Gambar 8 menunjukkan diagram hasil evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini mendapatkan penilaian rata-rata dengan kategori Paham, Sangat Setuju, Sangat Penting, dan Sangat Tertarik. Hal ini mencerminkan tingkat kepuasan dan keberhasilan yang sangat baik dari para peserta terhadap kegiatan workshop yang dilaksanakan. Rincian luaran kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai dengan target indikator ketercapaian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Target luaran pelatihan

Luaran Kegiatan	Target Indikator Ketercapaian	Hasil
Lokakarya Bagi pelaku wisata	Minimal 50% peserta menyadari pentingnya TIK	54.5% peserta menyadari pentingnya TIK
Workshop Fotografi sebagai peluang usaha	Minimal 50% peserta memahami peran media sosial dan fotografi untuk promosi wisata	66.7% peserta memahami peran media sosial dan fotografi untuk promosi wisata
Workshop Canva dan video editing	Minimal 50% tertarik untuk menggunakan Canva dan Aplikasi Video Editing dalam pengelolaan media sosial dalam promosi wisata	72.7% peserta tertarik untuk menggunakan Canva dan Aplikasi Video Editing dalam pengelolaan media sosial dalam promosi wisata
Pelatihan Penguatan Sosial Media Marketing	Minimal 50% peserta memahami pentingnya media sosial untuk promosi wisata	72.7% peserta memahami pentingnya media sosial untuk promosi wisata



Gambar 9. Grafik dampak kegiatan pengabdian.

Pada Gambar 9 menunjukkan Grafik dampak positif dari kegiatan terhadap pemahaman TIK dan pemanfaatan media sosial. Sebelum kegiatan, pemahaman TIK dan manfaatnya serta pemanfaatan media sosial berada pada tingkat yang lebih rendah. Setelah kegiatan, terjadi peningkatan yang signifikan pada kedua aspek tersebut, ditunjukkan oleh kenaikan nilai pada grafik. Hal ini mencerminkan keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan wawasan dan

kemampuan peserta dalam memahami manfaat TIK serta menggunakan media sosial secara lebih efektif.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan peningkatan kualitas SDM di Desa Belalang adalah pentingnya pengembangan wisata daerah dengan tetap memperhatikan pelestarian fungsi lingkungan agar tidak menimbulkan dampak yang merugikan daerah wisata tersebut. Media sosial juga berperan penting saat ini dalam promosi desa wisata, karena media sosial memiliki jangkauan promosi yang lebih luas sehingga dapat menjangkau lebih banyak kalangan. Untuk mendukung media sosial yang semakin baik dan profesional, diperlukan pengelolaan konten yang baik. Hal ini dapat dicapai dengan memanfaatkan berbagai teknik fotografi untuk menghasilkan gambar potensi wisata yang menarik, serta pemanfaatan aplikasi canva dan video editing untuk membantu dalam pembuatan konten-konten kreatif untuk dipublikasikan dalam media sosial yang ada.

Berdasarkan evaluasi pelatihan yang telah dilakukan, pelatihan ini telah berjalan dengan baik dan mencapai target yang diharapkan. Berdasarkan respons peserta, terdapat 54.5% peserta menyadari pentingnya TIK, 66.7% peserta memahami peran media sosial dan fotografi untuk promosi wisata, 72.7% peserta tertarik untuk menggunakan Canva dan Aplikasi Video Editing dalam pengelolaan media sosial dalam promosi wisata, dan terakhir 72.7% peserta memahami pentingnya media sosial untuk promosi wisata. Secara keseluruhan peserta menilai pelatihan ini bermanfaat serta dapat diterapkan dan dikembangkan dalam wisata Desa Belalang.

REFERENSI

- [1] I. W. Pantiyasa, "Evaluasi pengelolaan desa wisata Kaba-Kaba, Kecamatan Kediri Kabupaten Tabanan", *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [2] N. Anisa, I. W. Restu, dan N. P. P. Wijayanti, "Strategi pengembangan wisata pantai Kedungu, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali," *Bumi Lestari Journal of Environment*, vol. 21, no. 2, pp. 36-42, 2021.
- [3] BPS Kabupaten Tabanan, "*Kabupaten Tabanan Dalam Angka*, vol. 48, 2024," Tabanan, Bali: Badan Pusat Statistik Tabanan, 2024.
- [4] P. A. G. Permana, P. D. Novayanti, N. L. G. P. Suwirmayanti, dan N. P. N. Hendayanti, "Pemberdayaan digital marketing untuk meningkatkan omzet usaha pada UMKM Ayya Farm," *Amaluna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 1-8, 2023.
- [5] N. L. G. P. Suwirmayanti, R. Hadi, P. A. G. Permana, I. K. R. Setiawan, dan I. G. N. A. C. Vijaya, "Penambahan desain kemasan dan varian rasa pada usaha Jajan Terang Bulan Mini," *Jurnal Ilmiah Populer Widyabhakti*, vol. 3, no. 2, pp. 75-82, 2021.
- [6] N. L. G. P. Suwirmayanti, I. K. W. Adnyana, I. G. B. P. Sidhiantara, R. Hadi, R. Wulandari, dan I. G. A. D. Saryanti, "Media promosi digital taman Edelwis Karangasem pada masa pandemi covid-19," *Naratif: Jurnal Nasional Riset, Aplikasi dan Teknik Informatika*, vol. 4, no. 1, pp. 23-31, 2022.
- [7] N. L. G. P. Suwirmayanti, N. K. Sukerti, dan R. Hadi, "Pemanfaatan media sosial dalam upaya peningkatan penjualan pada usaha konveksi di Yeti Susanti Kebaya Bali," in *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian 2020*, pp. 31-38, 2020.
- [8] R. A. N. Diaz, P. D. Novayanti, I. M. S. Pande, K. W. W. Diaz, dan A. R. C. Dewi, "Pengembangan branding dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi pada usaha jus buah," *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat ADMA*, vol. 2, no. 1, pp. 1-10, 2021.
- [9] I. M. Sudarsana, dan N. L. G. P. Suwirmayanti, "Sistem informasi digitalisasi pengolahan sampah TPS3R Desa Selemadeg Kabupaten Tabanan," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6, no. 2, pp. 16396-16403, 2022.
- [10] D. R. Putri, N. N. W. Antari, dan I. P. Widiadnyana, "Inovasi desain label kemasan sebagai faktor peningkatan daya saing produk UKM Pizza Omi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JURDIMAS)*, vol. 1, no. 2, pp. 2963-3788, 2023.
- [11] R. K. Ali, "Strategi pengembangan obyek wisata pantai di Kecamatan Sluke, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah," *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, vol. 9, no. 3, pp. 204-216, 2021.
- [12] A. Laming, D. S. M. Engka, dan J. I. Sumual, "Strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan pendapatan ekonomi di Kabupaten Kepulauan Sangehi (Studi: Pantai Ria Kolongan Beha)," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, vol. 23, no. 3, pp. 85-96, 2023.
- [13] I. M. Sakti, D. C. Pratiwi, dan S. C. Jati, "Pelatihan fotografi dan editing untuk meningkatkan promosi produk kerajinan rajut," *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 451-64, 2022.
- [14] S. Supriyadi, A. Christian, I. Suryani, dan I. Rusdi, "Pelatihan Canva dalam pembuatan konten promosi media sosial TikTok pada Fatayat NU," *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 6, pp. 566-572, 2022.