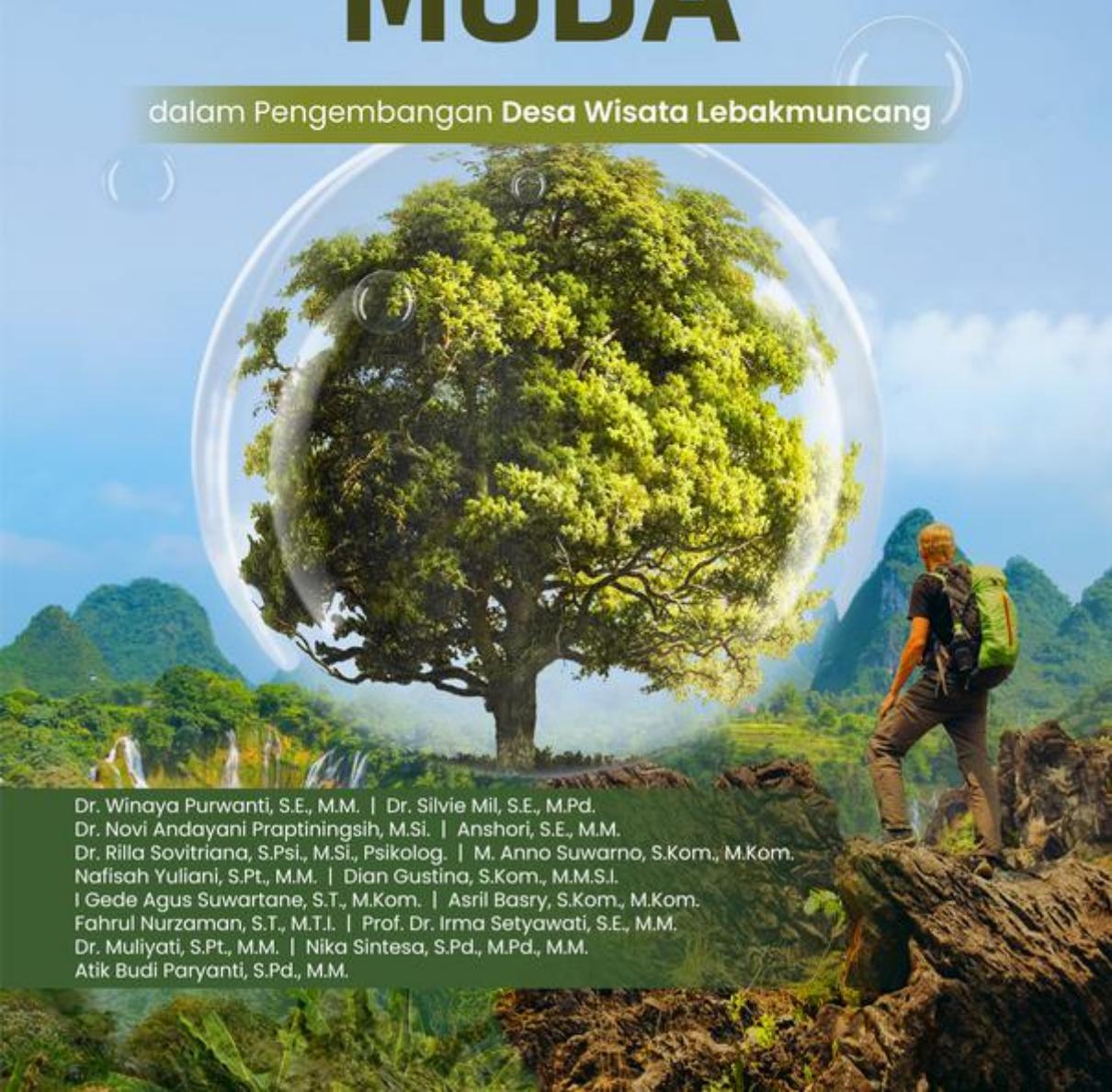


PERAN GENERASI MUDA

dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang



Dr. Winaya Purwanti, S.E., M.M. | Dr. Silvie Mil, S.E., M.Pd.

Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si. | Anshori, S.E., M.M.

Dr. Rilla Sovitriana, S.Psi., M.Si., Psikolog. | M. Anno Suwarno, S.Kom., M.Kom.

Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M. | Dian Gustina, S.Kom., M.M.S.I.

I Gede Agus Suwartane, S.T., M.Kom. | Asril Basry, S.Kom., M.Kom.

Fahrul Nurzaman, S.T., M.T.I. | Prof. Dr. Irma Setyawati, S.E., M.M.

Dr. Mulyati, S.Pt., M.M. | Nika Sintesa, S.Pd., M.Pd., M.M.

Atik Budi Paryanti, S.Pd., M.M.

PERAN GENERASI MUDA

dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang

Dr. Winaya Purwanti, S.E., M.M. | Dr. Silvie Mil, S.E., M.Pd.

Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si. | Anshori, S.E., M.M.

Dr. Rilla Sovitriana, S.Psi., M.Si., Psikolog. | M. Anno Suwarno, S.Kom., M.Kom.

Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M. | Dian Gustina, S.Kom., M.M.S.I.

I Gede Agus Suwartane, S.T., M.Kom. | Asril Basry, S.Kom., M.Kom.

Fahrul Nurzaman, S.T., M.T.I. | Prof. Dr. Irma Setyawati, S.E., M.M.

Dr. Mulyati, S.Pt., M.M. | Nika Sintesa, S.Pd., M.Pd., M.M.

Atik Budi Paryanti, S.Pd., M.M.

Editor: Dr. Evi Syafrida Nasution, M.Psi., Psikolog.

PERAN GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA LEBAKMUNCANG

Ditulis oleh :

Dr. Winaya Purwanti, S.E., M.M. | Dr. Silvie Mil, S.E., M.Pd.

Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si. | Anshori, S.E., M.M.

Dr. Rilla Sovitriana, S.Psi., M.Si., Psikolog. | M. Anno Suwarno, S.Kom., M.Kom.

Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M. | Dian Gustina, S.Kom., M.M.S.I.

I Gede Agus Suwartane, S.T., M.Kom. | Asril Basry, S.Kom., M.Kom.

Fahrul Nurzaman, S.T., M.T.I. | Prof. Dr. Irma Setyawati, S.E., M.M.

Dr. Mulyati, S.Pt., M.M. | Nika Sintesa, S.Pd., M.Pd., M.M.

Atik Budi Paryanti, S.Pd., M.M.

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +628587254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Januari 2025

Editor: Dr. Evi Syafira Nasution, M.Psi., Psikolog.

Perancang sampul: Noufal Fahriza

Penata letak: Noufal Fahriza

ISBN : 978-634-206-839-7

viii + 210 hlm. ; 15,5x23 cm.

©Januari 2025

PRAKATA



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena rahmat dan karunianya-Nya kami dapat menyelesaikan buku Book Chapter Peran Generasi Muda dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakkuncang. Buku ini merupakan buku kolaborasi yang dituliskan oleh beberapa dosen yang bergabung dalam kegiatan PKM Kolaborasi di Desa Wisata Lebakkuncang tahun 2024. Semoga hasil PKM ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan teknologi dalam pengembangan Desa Wisata di Desa Wisata Lebakkuncang, Kabupaten Bandung.

Banyak pihak yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Oleh karena itu, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh dosen, Kepala Desa Lebakkuncang, Pokdarwis Desa Wisata Lebakkuncang, dan masyarakat Desa Lebakkuncang yang telah terlibat aktif dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Kami menyadari atas ketidaksempurnaan penulisan book chapter ini. Namun, kami berharap book chapter ini memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan. Demi perbaikan, kami juga mengharapkan adanya masukan berupa kritik atau saran yang konstruktif. Atas perhatian, bantuan, dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Jakarta, Januari 2025
Ketua PKM Kolaborasi

Dr. Sularso Budilaksono, M.Kom.



DAFTAR ISI

Prakata	iii
Daftar Isi	V

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Desa Wisata Lebakmuncang	2
B. Potensi Wilayah Potensi dan Perkembangan Pariwisata.....	5
C. Tantangan dalam Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata di Desa	8
D. Daftar Pustaka	12
E. Biografi.....	12

BAB II

POTENSI GENERASI MUDA DALAM PARIWISATA 13

A. Definisi Generasi Muda dan Karakteristiknya: Kreativitas, Inovasi dan Teknologi dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern	14
B. Keunggulan Generasi Muda dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern.....	19
C. Posisi Strategi Generasi Muda dalam Menggerakkan Perubahan Sosial dan Ekonomi	23

D. Daftar Pustaka	27
E. Biografi.....	31

BAB III

PERAN UTAMA GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA33

A. Pendahuluan	33
B. Inovasi Produk Wisata	36
C. Teknologi dan Digitalisasi	39
D. Pengembangan Kewirausahaan Pariwisata	42
E. Kepemimpinan Sosial dan Organisasi	48
F. Daftar Pustaka	53
G. Biografi.....	54

BAB IV

PERAN GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA LEBAKMUNCANG.....57

A. Pendidikan dan Pelatihan sebagai Fondasi Pengembangan Pariwisata.....	58
B. Pendidikan Informal dan Pertukaran Pengetahuan: Inisiatif Lokal seperti Workshop dan Diskusi Kelompok ..	79
C. Tantangan dan Solusi dalam Pelaksanaan Pendidikan Informal (Handoko & Iqbal, 2024)	82
D. Daftar Pustaka	83
E. Biografi.....	85

BAB V

KETERLIBATAN GENERASI MUDA DALAM PEMASARAN DAN BRANDING DESA WISATA LEBAKMUNCANG CIWIDEY JAWA BARAT87

A. Pendahuluan	88
B. Pentingnya Keterlibatan Kaum Muda	89
C. Pengembangan <i>Branding</i> Desa Wisata	91
D. Daya Tarik Unik Lebakmuncang	92
E. Strategi Pemasaran Digital	95
F. Strategi Pemasaran Digital Desa Wisata Lebakmuncang ..	97
G. Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang	102
H. Kesimpulan	104
I. Daftar Pustaka	104
J. Biografi	106

BAB VI

TANTANGAN YANG DIHADAPI GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA.....111

A. Pendahuluan	111
B. Tinjauan Literatur	113
C. Tantangan-Tantangan yang Dihadapi	118
D. Strategi dan Rekomendasi dalam Pengembangan Desa Wisata.....	120
E. Kesimpulan	122
F. Daftar Pustaka	123
G. Biografi	126

BAB VII

STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI LOKAL DESA CIMEDAY LEBAKMUNCANG127

A. Pendahuluan	127
B. Perekonomian Lebakmuncang.....	129
C. Peningkatan Ekonomi Lokal Desa.....	131

D. Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan.....	146
E. Pengelolaan Lingkungan.....	154
F. Cara Mengukur Keberhasilan Ekowisata.....	158
G. Ekowisata Jangka Panjang	162
H. Promosi Ekowisata	167
I. Daftar Pustaka	173
J. Biografi.....	174

BAB VIII

PENGGUNAN TEKNOLOGI PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA OLEH GENERASI MUDA.....177

A. Definisi Generasi Muda dan karakterisitiknya: Kreativitas, Inovasi dan Teknologi.....	177
B. Keunggulan Generasi Muda dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern	183
C. Posisi Strategis Generasi Muda dalam Menggerakan Perubahan Sosial dan Ekonomi	188
D. Daftar Pustaka	194
E. Biografi.....	195

BAB IX

REKOMENDASI UNTUK MENINGKATKAN PERAN GENERASI MUDA DALAM PARIWISATA.....197

A. Peningkatan Akses Pelatihan dan Modal Bagi Pemuda ...	197
B. Strategi Promosi yang Lebih Luas dan Inovatif Melalui Kolaborasi dengan Influencer dan Media.....	202
C. Penciptaan Platform Dialog Antara Generasi Muda dan Pemangku Kepentingan Lain untuk Pengembangan Bersama	204

D. Integrasi Program Pemuda dalam Kebijakan Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan	207
E. Daftar Pustaka	209
F. Biografi.....	210



BAB I

PENDAHULUAN

Dr. Winaya Purwanti, S.E., M.M.



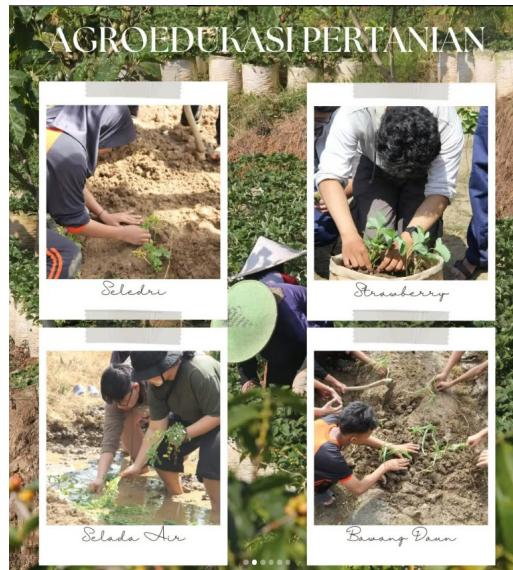
A. Latar Belakang Desa Wisata Lebakmuncang

Lebakmuncang merupakan sebuah desa yang terletak di kecamatan Ciwidey, Bandung, Jawa Barat. Desa Lebakmuncang ditetapkan sebagai Desa Wisata oleh Pemerintah Kabupaten Bandung pada tahun 2011, memiliki potensi alam yang sangat indah dengan suasana desa yang masih asri. Desa Wisata Lebakmuncang dikelilingi beberapa gunung, yaitu Gunung Tampak Ruyung di sebelah barat, Gunung Sepuh atau Gunung Patuha di sebelah selatan, Gunung Padang di sebelah utara serta perbukitan yang menjadi pelengkap dataran tinggi dan menambah keindahan Desa Wisata Lebakmuncang.

Di samping potensi alamnya yang sangat indah, Desa Wisata Lebakmuncang juga mengusung wisata Agroedukasi berbasis pendidikan, pertanian, lingkungan dan budaya, dimana para pengunjung dapat mengikuti sekaligus belajar dari aktivitas masyarakat sehari-hari yaitu bertani. Adapun jenis pertanian yang ada di Desa Wisata Lebakmuncang adalah seledri, selada, tomat, kubis dan strawberry.

Pemuda sebagai bagian dari masyarakat bersama membangun desa dengan memberikan kontribusi dalam mengelola dan meningkatkan potensi desa untuk memberikan kemakmuran khususnya bagi Desa Lebakmuncang. Aktivitas yang dikelola oleh para pemuda di Desa Wisata Lebakmuncang, antara lain:

1. Agroedukasi Pertanian



Sumber: https://www.instagram.com/p/C2wAeL-yP2K/?img_index=2

2. Kesenian Tradisional



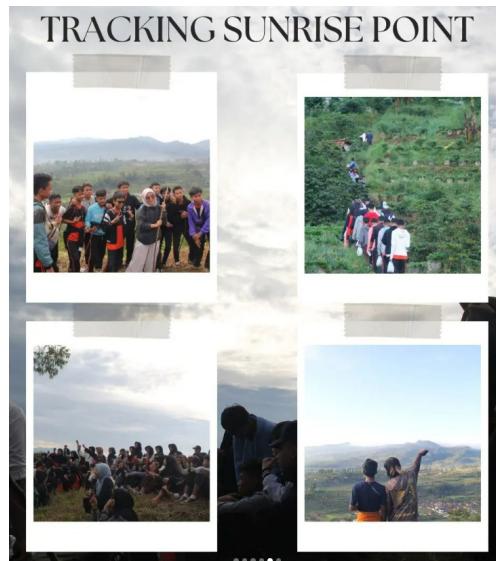
Sumber: https://www.instagram.com/p/C2wAeL-yP2K/?img_index=3

3. Makanan Tradisional



Sumber: https://www.instagram.com/p/C2wAeL-yP2K/?img_index=4

4. Tracking Sunrise Point



Sumber: https://www.instagram.com/p/C2wAeL-yP2K/?img_index=5

5. Mainan Tradisional



Sumber: https://www.instagram.com/p/C2wAeL-yP2K/?img_index=6

B. Potensi Wilayah Potensi dan Perkembangan Pariwisata

Desa wisata Lebakkuncang berlatarkan gunung Tampak Ruyung di sebelah barat, Gunung Sepuh atau Gunung Patuha di sebelah selatan, Gunung Padang di sebelah utara dan perbukitan perbukitan yang melengkapi detaran dataran tinggi, memiliki banyak potensi untuk meningkat produktivitas desa dan masyarakatnya. Berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Lebakkuncang, antara lain:

1. Potensi Pertanian
 - a. Sayur-mayur, seperti kubis, kentang, wortel, daun bawang
 - b. Buah-buahan, seperti Jeruk dekopon, strawberry



Sumber: Dokumen Pribadi

- c. kopi



2. Potensi Pertenakan

- a. Telur Ayam
- b. Ayam Pedaging
- c. Sapi perah (susu)



d. Sapi Pedaging



e. Ternak lebah penghasil madu



3. Potensi UKM
 - a. Kopi Luwak
 - b. Olahan Strawberry (seperti selai strawberry, dodol strawberry, dan permen strawberry)
 - c. Kerajinan tangan dan anyaman
4. Potensi Wisata
 - a. Agroekowisata: Strawberry dan Hortikultura
 - b. Wisata Olahraga Extrrim Motor Cros
 - c. Wisata Budaya: menawarkan kekayaan budaya yang dimiliki Desa Wisata Lebakmuncang, seperti Tari Jaipong dan Tari rakyat lainnya)
 - d. Wisata Kuliner: menawarkan berbagai makanan khas Desa Wisata Lebakmuncang yang dimasak oleh ibu-ibu Desa Wisata Lebakmuncang)
 - e. Wisata Edukasi: memberikan pengetahuan dasar tentang perkebunan dan peternakan kepada para pelajar dan mahasiswa, seperti langsung melakukan petik buah strawberry dan melakukan perah sapi untuk menghasilkan susu.

C. Tantangan dalam Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata di Desa

Berdasarkan website resmi Desa Wisata Lebang Muncang, Pemuda Desa Wisata Lebakmuncang yang bergabung dalam gugus tugas Karang Taruna adalah menanggulangi berbagai masalah kesejahteraan sosial terutama yang dihadapi generasi muda, baik yang bersifat preventif, rehabilitatif, maupun pengembangan potensi generasi muda di lingkungannya.

Fungsi Karang Taruna sebagai penyelenggara usaha kesejahteraan sosial; penyelenggara pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat; penyelenggara pemberdayaan masyarakat terutama generasi muda di lingkungannya secara komprehensif, terpadu dan terarah serta

berkesinambungan; penyelenggara kegiatan pengembangan jiwa kewirausahaan bagi generasi muda



Sumber: www.instagram.com/desawisatalebakmuncang/

Menurut ketua pemuda di desa wisata Lebakmuncang, "Masih banyak permasalahan yang harus diselesaikan terutama dalam SDM

dan manajemen yang masih kurang baik. Sebenarnya sudah sangat banyak organisasi yang mengadakan pelatihan dan pendampingan tetapi masyarakat belum siap untuk menerima ilmu dari mereka karena ilmu yang didapat tidak langsung diterapkan. Masyarakat juga masih sibuk dengan kegiatan sehari-harinya yaitu bertani, sehingga sangat sulit untuk mengatur waktunya ketika dimintai untuk menyambut wisatawan yang akan datang.

Karang Taruna Desa Lebakmuncang juga sudah membuat struktur organisasi dimana para pemuda sudah diberikan tugas sesuai divisinya akan tetapi seiring berjalananya waktu, divisi yang sudah ditempati tidak sesuai dengan apa yang mereka mau sehingga kinerjanya tidak dapat maksimal. Oleh karena itu, kita ingin melakukan perbaikan dari segi SDM dan juga manajemen”.

Sementara dalam digitalisasi marketing, Desa Wisata Lebakmuncang juga belum bisa mengoptimalkan pemasarannya melalui media sosial. Jika dilihat dari instagram Desa Wisata Lebakmuncang, konten-konten yang ada dapat menarik perhatian wisatawan agar datang berkunjung ke desa. Sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam pemasaran. Perlu adanya pelatihan lebih lanjut agar Desa Wisata Lebakmuncang dapat diketahui oleh banyak orang

Pengenalan strategi pemasaran digital kepada generasi muda harus dilakukan secara bertahap, praktis, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Pendekatan ini mencakup edukasi, pelatihan, dan pendampingan agar petani dapat memahami, mengadopsi, dan memanfaatkan pemasaran digital untuk memasarkan hasil panennya. Para petani perlu mendapatkan edukasi tentang pentingnya pemasaran digital yang tujuannya memberikan pemahaman kepada petani mengenai manfaat dan potensi pemasaran digital untuk memperluas pasar. Adapun langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

1. Sosialisasi atau diskusi kelompok
2. Pelatihan tentang penggunaan media digital

Tujuan melatih petani untuk menggunakan perangkat digital (ponsel, aplikasi) adalah sebagai alat pemasaran. Contohnya membuat akun media sosial seperti di Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business. Mengajarkan teknik atau cara mengambil foto produk pertanian yang menarik dengan menggunakan kamera ponsel.

3. Cara penulisan deskripsi produk sederhana tetapi menarik seperti nama produk, harga, dan keunggulan.
4. Membuat pelatihan praktis untuk mendaftarkan produk di e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia.
5. Melakukan pendampingan dan praktik langsung dengan tujuan untuk memastikan petani dapat mempraktikkan pemasaran digital secara langsung. Antara lain dengan simulasi pemasaran online di grup WhatsApp atau marketplace.
6. Memberikan pengalaman langsung dalam menerima pesanan dan merespons pertanyaan konsumen.

Bimbingan dilakukan berkelanjutan dengan pemdampingan secara rutin oleh generasi muda yang bergabung dalam unit Karang Taruna Desa Lebakmuncang untuk membantu petani memperbaiki strategi pemasaran serta menunjukkan cara mengevaluasi hasil promosi digital, seperti jumlah konsumen yang bertambah.

Dengan pengenalan Strategi Pemasaran digital bagi petani sayur mayur dan buah-buahan, peternak dan usaha mikro dan kecil di Desa Lebakmuncang, diharapkan memahami dan menggunakan media digital untuk memasarkan produknya. Peningkatan akses pasar, terutama ke konsumen di wilayah perkotaan. Peningkatan pendapatan petani karena pemasaran langsung ke konsumen. Terciptanya komunitas petani yang lebih inovatif dan mandiri secara digital.

D. Daftar Pustaka

Azizah, Fathiyyah, 2023: Potensi Alam dan Budaya yang Menarik dari Desa Wisata Lebakmuncang, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5234211/potensi-alam-dan-budaya-yang-menarik-dari-desa-wisata-lebakmuncang?page=3>, diunduh 20 November 2024

Setiawan, Fahri: Potensi dan Hambatan di Desa Wisata Lebakmuncang, 2023 <https://kumparan.com/fahri-setiawan-1692337533090998628/potensi-dan-hambatan-di-desa-wisata-lebakmuncang-210vILuWo6P>, diunduh 20 November 2024

https://id.wikipedia.org/wiki/Lebakmuncang,_Ciwidey,_Bandung
diunduh 20 November 2024

Website Resmi Desa Lebakmuncang, 2016

E. Biografi



Dr. Winaya Purwanti, S.E., M.M., CDMS. lahir di Jakarta, 17 Februari 1971. Penulis pernah menempuh Pendidikan S1 jurusan Manajemen di Universitas Kristen Indonesia – Jakarta, Pendidikan S2 jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen – Jakarta dan Pendidikan S3 jurusan Manajemen di Universitas Persada YAI – Jakarta. Bidang keahlian penulis adalah Manajemen Pemasaran termasuk didalamnya Digital Marketing. Saat ini penulis menjadi pengajar di Institut Bisnis dan Komunikasi Swadaya dan menjabat sebagai Wakil Rektor III bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Antar Lembaga. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0818 726 749 dan Email: winaya@swins.ac.id



BAB II

POTENSI GENERASI MUDA DALAM PARIWISATA

Dr. Silvie Mil, S.E., M.Pd.

Dr. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.

Sebagai agen perubahan, generasi muda memegang peranan penting dan menjadi tokoh dalam kemajuan bangsa Indonesia (Alvira et al., 2021). Peran ini harus dimanfaatkan untuk menggerakkan, menuju bentuk perubahan yang lebih baik. Mereka memiliki semangat untuk belajar dan memperbaiki situasi, serta cenderung lebih kritis terhadap kebijakan dan norma-norma sosial yang berlaku. *World Health Organization* (WHO) menekankan pentingnya peran generasi muda dalam upaya peningkatan kesehatan global, pendidikan, dan pembangunan ekonomi.

A. Definisi Generasi Muda dan Karakteristiknya: Kreativitas, Inovasi dan Teknologi dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern

Generasi muda merupakan satu frasa yang terdiri dari dua kata, generasi dan muda. Secara etiomologi, berarti keturunan yang mempunyai hubungan darah dan muda yang berarti belum dewasa. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) generasi berarti masa orang dalam satu angkatan ‘ muda berarti kelompok atau golongan kaum muda (KBBI, 2024). Santrock menyatakan bahwa generasi muda merupakan individu yang berada dalam fase kehidupan yang penting, yaitu transisi dari masa remaja ke dewasa. Ia menekankan bahwa generasi muda merupakan masa dimana seseorang mulai mencari identitas yang jelas dan mandiri serta mengembangkan kemandirian emosional, sosial dan ekonomi (Santrock, 2012). Secara kognitif, Piaget menyatakan bahwa pada tahapan ini seseorang mulai mencapai tahap berpikir operasional formal, yang ditandai dengan mampu berpikir secara abstrak, kritis dan logis dan mulai mempertanyakan norma-norma yang ada serta mulai mengembangkan kemampuan berpikir secara mandiri (Salkind, 2009).

Havighurst dalam Hurlock menyatakan bahwa generasi muda berada pada usia 12-24 tahun, dimana pada fase ini sangat penting bagi mereka dalam memantapkan identitas diri, membangun hubungan interpersonal yang lebih kompleks dan menyesuaikan diri dengan peran sosial mereka yang baru. Berdasarkan teori ini, Sarwono menyatakan bahwa generasi muda adalah individu yang sedang berada dalam masa pencarian jati diri dan identitas, dimana mereka mengalami proses perubahan psikologis yang sangat dinamis (Sarwono, 2018), baik secara emosional, sosial dan psikologis.

Berdasarkan tahapan perkembangan psikososial, generasi muda berada pada tahap perkembangan "Identitas vs Kebingungan Peran (*identity vs identity confusion*)" (Salkind, 2009). Pada tahap ini,

generasi muda mencari identitas diri mereka dan berjuang untuk menemukan tempat mereka dalam masyarakat. Menurut Erikson, keberhasilan melewati tahap ini akan membantu generasi muda membentuk rasa diri yang kuat.

Berdasarkan usia, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) menyatakan bahwa generasi muda di Indonesia berada dalam rentang usia 10-24 tahun, sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menyatakan bahwa generasi muda berada dalam rentang usia 16 sampai dengan 30 tahun. Adapun oleh WHO membagi generasi muda menjadi dua kelompok yakni remaja (10-19 tahun) dan pemuda (usia 20-24 tahun). Meskipun batas usia yang ditetapkan berbeda-beda, tetapi generasi muda tetap merupakan generasi yang berada dalam masa transisi menuju kedewasaan.

Generasi muda sering kali dianggap sebagai motor dalam perubahan sosial dan memiliki dinamika sosial yang tinggi serta potensi besar untuk membawa perubahan.. Berikut adalah beberapa karakteristik yang dimiliki oleh generasi muda, antara lain:

1. Inovatif dan Adaptif terhadap Teknologi. Generasi muda tumbuh dalam era di mana teknologi berkembang pesat, sehingga kemampuan mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi baru menjadi salah satu ciri utama generasi ini.
2. Berjiwa Kritis dan Kreatif. Generasi muda cenderung lebih kritis terhadap sistem yang sudah ada dan sering kali memunculkan ide-ide baru untuk memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, dan politik. Mereka memiliki keberanian untuk mempertanyakan kebijakan-kebijakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang mereka yakini dan cenderung berpikir kreatif dalam mencari solusi.
3. Dinamis dan Energik. Generasi muda memiliki energi yang besar dan semangat yang tinggi dan cenderung aktif dalam berbagai kegiatan, baik di sekolah, perguruan tinggi, organisasi, maupun komunitas. Keterlibatan mereka dalam berbagai aktivitas

membuat mereka sering kali menjadi penggerak perubahan sosial di masyarakat.

4. Kesadaran Sosial yang Tinggi. Banyak generasi muda yang peduli terhadap isu-isu sosial seperti lingkungan, kesetaraan gender, hak asasi manusia, dan keadilan sosial. Mereka aktif dalam kampanye sosial dan gerakan aktivis yang bertujuan untuk memperbaiki kondisi masyarakat.
5. Mencari Identitas Diri. Mereka berada pada fase di mana mereka berusaha menemukan siapa diri mereka, baik dalam aspek pribadi, sosial, maupun profesional. Proses ini sering kali melibatkan eksplorasi nilai-nilai, minat, dan tujuan hidup.
6. Kemandirian. Generasi muda mulai menunjukkan kemandirian dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, karier, hingga hubungan sosial. Mereka cenderung ingin membuat keputusan sendiri dan membentuk hidup mereka berdasarkan nilai dan prinsip yang mereka yakini.
7. Terbuka terhadap Perubahan dan Keberagaman. Generasi muda umumnya lebih terbuka terhadap perubahan sosial dan budaya. Mereka cenderung lebih toleran terhadap perbedaan, baik dalam hal etnis, agama, orientasi seksual, maupun pandangan politik. Sikap terbuka ini sering kali menjadi dasar untuk mempromosikan inklusivitas dalam masyarakat.
8. Rentan terhadap Tekanan Sosial. Meskipun memiliki banyak potensi, generasi muda juga sering kali menghadapi tekanan sosial yang kuat, baik dari keluarga, teman sebaya, maupun masyarakat. Tekanan ini bisa datang dalam bentuk harapan untuk sukses dalam karier, pendidikan, maupun kehidupan pribadi, yang kadang-kadang dapat menyebabkan stres dan kebingungan.

Karakteristik-karakteristik tersebut menjadikan potensi sekaligus tantangan bagi sebagai calon pemimpin masa depan. Beberapa karakteristik harus ditumbuh kembangkan agar generasi muda menjadi aset penting bagi kemajuan masyarakat.

Generasi Muda; Kreativitas, Inovasi dan Adaptasi Teknologi Digital dan Pemasaran Modern

Salah satu karakteristik yang harus distimulasi adalah kreativitas generasi muda. Kreativitas yang tinggi merupakan sebuah sumber kekuatan yang besar yang dapat digunakan untuk membangun dan memajukan bangsa. Kreativitas diartikan Guilford sebagai kemampuan berpikir yang memberikan berbagai macam kemungkinan jawaban atau pilihan solusi (Herlambang, 2015). Kreativitas juga disebutkan sebagai proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan, ide ataupun produk baru (Hurlock, 1992). Kreativitas ini nantinya akan digunakan untuk mengembangkan solusi terhadap berbagai permasalahan dan tantangan yang akan dihadapi oleh generasi muda, saat ini dan masa mendatang. Kreativitas juga menjadi kekuatan dalam menciptakan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memiliki daya saing.

Generasi muda memegang peranan penting dalam mendorong inovasi dan perkembangan teknologi di berbagai bidang. Akses yang lebih luas terhadap informasi, teknologi dan sumber daya memungkinkan generasi muda dalam menciptakan perubahan yang signifikan di tengah perkembangan digital saat ini. Kemajuan teknologi khususnya digital mempermudah generasi muda dalam belajar dan berinovasi. Dengan keterampilan digital yang dimilikinya, mereka mampu menciptakan solusi-solusi permasalahan yang memanfaatkan teknologi digital. Pengembangan teknologi menjadi berbasis digital menjadikan generasi muda saat ini menjadi lebih mudah dalam meng-*up-grade* kemampuan dalam berbagai bidang ilmu dan keterampilan.

Generasi muda juga memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan dan tantangan dengan cepat. Hal ini penting harus dikuasai mengingat dunia yang terus berubah dengan cepat. Dengan kreativitas, keberanian serta cara berpikir yang *out of the box*, menjadikan mereka motor penggerak inovasi yang nantinya akan membawa dampak yang besar bagi masyarakat.

Potensi inovasi yang dilakukan oleh generasi muda dapat dilakukan di berbagai bidang antara lain teknologi informasi dan komunikasi, ekonomi kreatif, dan kewirausahaan. Dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, mereka dapat membuat berbagai aplikasi berbasis *Artififial Intellegence* (AI), berbagai platform media sosial baru dan juga teknologi *blockchain* dapat lahir dari tangan mereka. Dalam bidang ekonomi kreatif, generasi muda dalam terlibat dengan menggabungkan teknologi dengan seni untuk menciptakan produk yang menarik dan berdaya saing tinggi, atau bidang lain seperti kuliner, music dan desain.

Dalam bidang kewirausahaan sosial, saat ini sudah banyak anak muda yang memulai bisnis dengan tujuan tidak hanya mencari keuntungan finansial tetapi juga berkontribusi pada penyelesaian masalah sosial dan lingkungan. Salah satunya adalah dengan terbentuknya Kelompok Sadar Wisata yang mengelola Desa Wisata Lebakmuncang yang mengelola desa Lebakmuncang menjadi sebuah tujuan agrowisata yang merupakan konsep pengembangan kegiatan *ecotourism*, agroedukasi dan orientasi budaya lokal masyarakat desa Lebakmuncang.

Selain berperan dalam perkembangan ekonomi kreatif, generasi juga memiliki kontribusi yang sangat penting dalam pemasaran modern. Dalam era globalisasi dan digitalisasi, kreativitas dan inovasi menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai ekonomi yang baru. Melalui penggunaan teknologi, media sosial dan kemampuan adaptasi yang cepat, generasi muda berperan sebagai agen perubahan dalam menggerakkan ekonomi kreatif serta merancang pemasaran modern yang lebih efektif dan relevan

Kemajuan teknologi memungkinkan generasi muda mengakses pasar yang lebih luas tanpa harus melalui jalur distribusi tradisional. Mereka dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak di berbagai belahan dunia dan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif dan dinamis

Platform seperti Youtube, Instagram dan TikTok dapat menjadi alat utama untuk memperluas jangkauan produk dan hasil karya kreatif yang telah dibuat. Tidak hanya sebagai sarana untuk penjualan langsung, saat ini platform-platform di atas juga digunakan untuk membangun citra merk, media berinteraksi dengan konsumen secara langsung serta sebagai sarana komunikasi yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi audiens muda. Kolaborasi dengan tokoh-tokoh muda serta influencer terkenal juga dilakukan untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan secara lebih organik dan autentik. Strategi ini dilakukan agar terjalin hubungan emosional yang lebih kuat antara konsumen dengan merk/produk yang ditawarkan. Selain memanfaatkan media sosial dalam pemasaran modern, teknologi digital juga membuat generasi muda menciptakan, memasarkan dan mendistribusikan produk kreatif melalui *e-commerce*, *marketplace* serta aplikasi berbasis AI. Teknologi seperti *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) juga dimanfaatkan untuk memberikan tambahan pengalaman baru dalam pemasaran.

Kemampuan ini sangat diperlukan karena sebagai calon pemimpin di masa depan, generasi muda harus memiliki pemikiran-pemikiran yang sesuai dengan masanya dan masa mendatang. Generasi muda dituntut untuk dapat mampu menciptakan ide-ide baru dengan kemampuan imajinasi dan kreativitas yang dimilikinya untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang akan terjadi di masa mendatang. Inovasi juga diperlukan untuk menciptakan dan menghadapi perubahan-perubahan yang dinamis. Permasalahan-permasalahan sosial, globalisasi dan perubahan teknologi membutuhkan energi dan kemampuan generasi muda.

B. Keunggulan Generasi Muda dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern

Teknologi digital saat ini telah menjadi alat penting dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan dan pendidikan teknologi digital oleh

generasi muda perlu dikembangkan untuk memastikan terciptanya masyarakat elektronik yang bertanggung jawab dengan karakteristik kewarganegaraan digital yang unggul (Maon et al., 2023). Hasil riset menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara sikap terhadap penggunaan digital dan dimensi kompetensi digital, termasuk teknologi, komunikasi, dan kognitif (Nurjanah et al., 2017). Sehingga penting untuk menanamkan keterampilan ilmu pengetahuan digital dalam mempersiapkan mereka yang juga pengguna teknologi menghadapi masyarakat digital saat ini

Generasi muda saat ini sudah sangat paham dalam menggunakan teknologi digital.. Namun, tidak semuanya telah menjalani pelatihan formal untuk bertahan dalam lingkungan yang penuh tantangan di dunia digital. Hasil penelitian terkini menunjukkan terjadinya kesenjangan digital di kalangan anak muda. Informasi dari Survei Kondisi Kerja Eropa yang dilakukan oleh *Social Care Institute for Excellence* dan Asosiasi Pekerja Sosial Inggris menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat keterampilan digital yang diperlukan di pasar tenaga kerja dan tingkat keterampilan digital aktual pada generasi muda dan pekerja sosial, meskipun kedua kelompok telah berupaya untuk meningkatkan keterampilan mereka (Peláez et al., 2020).

Oleh karena itu, inisiatif untuk mengembangkan keterampilan digital direkomendasikan untuk menjembatani kesenjangan digital ini. Terdapat juga kesenjangan antara praktik dalam NAV dan kurikulum pekerjaan sosial Norwegia mengenai kompetensi digital (Zhu, H., & Andersen, 2021), dimana integrasi bidang pengetahuan kompetensi digital di seluruh pendidikan pekerjaan sosial Norwegia masih sangat terbatas. Sehingga generasi muda perlu didukung dan diberdayakan dalam mengembangkan keterampilan yang memungkinkan keterlibatan yang kritis dan aman dengan teknologi Internet (Choroszewicz, 2023)

Transformasi teknologi dan digital telah menciptakan peluang dan tantangan baru. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi

dan memahami bagaimana generasi muda dapat menjadi agen perubahan yang mendorong pertumbuhan ekonomi di tengah aktivitas digital tersebut. Peran generasi muda dalam perkembangan ekonomi digital tidak hanya terbatas pada sektor teknologi saja. Terdapat sejumlah keunggulan dalam adaptasi digital dan pemasaran modern yang dimiliki oleh generasi muda, antara lain:

1. Generasi muda tumbuh dalam era digital, sehingga mereka lebih nyaman menggunakan berbagai platform teknologi dan media sosial. Ini memudahkan mereka untuk beradaptasi dengan alat dan strategi pemasaran baru.
2. Generasi muda cenderung lebih kreatif, inovatif dan terbuka terhadap ide-ide baru, yang sangat penting dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan di dunia digital.
3. Generasi muda memiliki pemahaman yang mendalam tentang dinamika media sosial, termasuk cara kerja algoritma dan perilaku pengguna, yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
4. Generasi muda lebih terbuka terhadap interaksi lintas budaya dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform digital, menciptakan peluang baru dalam pemasaran global internasional.
5. Generasi muda cenderung lebih cepat dan responsif dalam menanggapi tren dan perubahan pasar, memungkinkan mereka untuk mengadaptasi strategi pemasaran secara *real-time*.
6. Generasi muda lebih terampil dalam analisis data dan dapat memanfaatkan wawasan yang diperoleh untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
7. Kesadaran sosial dan lingkungan. Generasi muda memiliki kepekaan yang lebih tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih etis dan berkelanjutan.

Dengan keunggulan-keunggulan di atas, generasi muda mampu membawa inovasi dan relevansi dalam dunia pemasaran yang terus berubah. Namun tetap diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengembangkan konsensus dalam mendefinisikan kompetensi digital dan bidang pengetahuan inti dalam pekerjaan sosial guna mempersiapkan para profesional masa depan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi untuk setiap kebutuhan yang berubah dalam masyarakat digital (Zhu, H., & Andersen, 2021). Oleh karena itu, generasi muda harus dibekali dengan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja saat ini. Keterampilan digital marketing merupakan salah satu keterampilan yang banyak diminati dan dibutuhkan saat ini, sehingga keterampilan ini dipilih sebagai salah satu pilihan pendidikan kecakapan hidup yang dapat ditawarkan oleh tim pelaksana pada pengabdian tahun ini (Herwina, 2022).

Perubahan perilaku konsumen muda merupakan tantangan sekaligus peluang bagi pemasar. Dengan mengikuti perkembangan tren dan preferensi terkini, mereka dapat mengembangkan strategi efektif yang sesuai dengan demografi ini, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan dan kesuksesan di pasar (Payal, 2023). Akibatnya, pemasar menginvestasikan sejumlah besar waktu dan uang setiap tahun dalam riset pasar untuk mengidentifikasi perubahan perilaku konsumen muda. Mereka fokus memperkenalkan cara-cara inovatif dan kreatif dalam menjual produk kepada demografi ini, untuk menarik perhatian mereka dan mendorong penjualan. Transformasi digital dalam bisnis dilakukan untuk merevolusi peran lingkungan pemasaran digital.

Salah satu bentuk terobosan baru dalam menjembatani keterampilan digital generasi muda dan permintaan pasar teknologi yang dilakukan oleh negara Malaysia adalah dengan menyelenggarakan “Penang Young Digital Talent Program”, Melalui Penang Youth Development Corporation mereka menyelenggarakan berbagai kursus *online* seperti desain web, pemasaran digital, dll. Program ini berhasil menunjukkan bahwa pembuatan konten digital,

literasi, informasi dan data, serta pemecahan masalah berdampak positif terhadap komunikasi dan kolaborasi, keamanan digital, serta literasi informasi dan data terhadap persepsi kelayakan kerja kaum muda Malaysia (Kee et al., 2023). Dalam pemasaran digital, *soft skill* dasar semakin dihargai oleh pemberi kerja dan merupakan faktor relevan yang mempengaruhi kelayakan kerja. Permintaan kursus *soft skill* yang berfokus pada *Massive Open Online Courses* (MOOCs) menjadi *soft skill* yang paling relevan dalam pemasaran digital (Kovacs, 2021).

Kemajuan signifikan dunia digital dalam masyarakat modern, menjadikan generasi muda semakin mengambil tanggung jawab dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka (Kaba & Meso, 2019).. Mereka juga memainkan peran penting dalam pembuatan konten kreatif, pemasaran digital, dan industri kreatif lainnya yang mendapatkan momentum di pasar global. Dengan menggunakan media sosial dan platform *online*, generasi muda dapat menciptakan merek, memasarkan produk atau layanan, dan menjalin hubungan bisnis di seluruh dunia.

C. Posisi Strategi Generasi Muda dalam Menggerakkan Perubahan Sosial dan Ekonomi

Peran anak muda tidak hanya di bidang teknologi, tetapi juga di industri kreatif dan pemasaran digital. Dengan keahlian dalam penggunaan media sosial dan platform online, mereka dapat menciptakan merek, memasarkan produk atau layanan, dan membuat proyek kreatif yang mengikuti tren global. Dalam konteks ini, generasi muda adalah pionir dalam mengubah cara kerja perusahaan dan konsumen. Generasi muda memainkan peran kunci dalam menggerakkan perubahan sosial dan ekonomi melalui berbagai strategi, antara lain (Percy-Smith & Burns, 2012):

1. Generasi muda memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan kesadaran tentang isu-isu sosial dan ekonomi, mobilisasi massa, dan kampanye untuk perubahan. Ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cepat.
2. Banyak generasi muda melakukan inovasi terjun ke dunia kewirausahaan, menciptakan usaha yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan dampak sosial. Mereka sering kali mengintegrasikan nilai-nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam bisnis mereka.
3. Generasi muda aktif dalam gerakan advokasi, seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan hak asasi manusia. Mereka berani menyuarakan pendapat dan menuntut tindakan dari pemimpin dan institusi
4. Generasi muda menggunakan kreativitas untuk menciptakan konten yang mendidik dan menginspirasi, seperti video, artikel, dan kampanye visual, yang dapat mengubah perspektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu.
5. Generasi muda sering berkolaborasi dan membuka jaringan dengan organisasi non-pemerintah, komunitas, dan sektor swasta untuk menciptakan program-program yang berfokus pada perubahan sosial dan ekonomi, memanfaatkan jaringan yang luas untuk menggerakkan inisiatif.
6. Generasi muda berinvestasi dalam pendidikan dan pemberdayaan diri, serta berbagi pengetahuan dengan komunitas mereka, membantu mengurangi kesenjangan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan di kalangan masyarakat.
7. Generasi muda berinisiatif dengan memanfaatkan teknologi, seperti aplikasi dan platform *online*, untuk mengatasi masalah sosial, seperti pengangguran atau pendidikan, sebagai strategi menggerakkan perubahan. Melalui pendekatan ini, generasi muda tidak hanya berperan sebagai agen perubahan (*agent*

of change), tetapi juga sebagai penggerak inovasi yang mampu menciptakan dampak positif dalam masyarakat. *Social Media Influencer* (SMI) yang merupakan generasi muda memiliki peran dan bertanggung jawab melakukan promosi produk/merek (Grgurić Čop et al., 2023)

Munculnya perekonomian baru, peningkatan permintaan untuk memperluas pasar dan menjangkau pelanggan baru, menjadikannya saat yang tepat bagi wirausahawan muda untuk memanfaatkan karakteristik unik mereka yaitu kreativitas dan semangat. Banyak riset membuktikan bahwa banyak strategi bisnis, kewirausahaan sosial dan kapitalisme, perubahan dan inovasi sosial, telah diidentifikasi dengan menggunakan pendekatan dan solusi baru digerakkan oleh kaum muda (Alzate et al., 2024).

Walaupun kaum muda semakin diakui sebagai agen perubahan, namun sayangnya riset menemukan bahwa perubahan dari intervensi yang dilakukan oleh lembaga pemuda ini kecil atau tidak berkelanjutan (Gale & Edenborough, 2020). Studi yang dilakukan di lembaga pemuda di New South Wales, Australia menunjukkan bahwa langkah-langkah transformatif yang berpotensi berdampak pada struktur mendasar yang mendorong marginalisasi, dan membuka prospek perubahan berkelanjutan tetapi masih terdapat hambatan yang signifikan dalam praktik manajemen baru antara hubungan asimetris orang dewasa dengan kaum muda. Untuk itu diperlukan strategi yang didasari oleh praktik pekerjaan sosial yang kritis mampu mendukung kaum muda untuk mencapai tujuan perubahan sosial mereka (Gale & Edenborough, 2020).

Disisi lain, generasi muda, khususnya generasi milenial menunjukkan perilaku boros dalam mengelola uang dan sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi (Nurjanah et al., 2017). Fenomena ini membuat literasi keuangan menjadi penting bagi mereka agar mereka menjadi individu yang cakap, bijak, efisien, dan berorientasi masa depan dalam mengelola keuangan pribadinya

(Jamatia, 2022). Paparan keuangan dari media sosial, sikap keuangan, dan pengaruh teman sebaya bersifat strategis sedangkan pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan merupakan variabel internal yang berhubungan dengan literasi keuangan (Yanto et al., 2021).

Peran generasi muda dalam memerangi pengangguran muda juga di Afrika Selatan juga sudah terbukti dalam riset tentang tingkat pengangguran generasi muda dan penduduk pedesaan (Giwu et al., 2024). Upaya melibatkan kaum muda terlibat dalam pertanian untuk meningkatkan kesempatan kerja dan ketahanan pangan rumah tangga terbukti telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan pertanian dan pengentasan kemiskinan. Pemerintah Afrika melalui program bimbingan dan pelatihan keterampilan untuk mendukung kaum muda dalam usaha pertanian terbukti dapat mengatasi kemiskinan dan kerentanan generasi muda di Afrika Selatan (Giwu et al., 2024) Pemuda dengan perannya yang beragam dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan (Atikoh et al., 2024) di seluruh dunia.

Dan perlu dilakukan berbagai upaya dilakukan untuk membangun potensi pemuda. Pemuda dapat didorong untuk berperan aktif dalam memajukan tujuan pembangunan berkelanjutan, tidak hanya sebagai penerima manfaat tetapi juga sebagai aktor kunci dalam proses tersebut. Mereka dapat berperan sebagai pemikir kritis, pembuat perubahan, inovator, komunikator, dan pemimpin dalam mencapai SDGs dengan memastikan partisipasi aktif mereka dalam kegiatan pengembangan masyarakat (Lalitha, 2023). Studi lainnya juga di wilayah Gujarat, India menemukan bahwa saat ini kaum muda kembali beralih dengan menemukan kembali praktik tradisional, dan menghasilkan budaya keterampilan dan kewirausahaan yang inovatif, di mana pemuda berusaha untuk mengatasi dan bertahan hidup di lanskap perkotaan yang genting (Mehta, 2024).

Setiawan (2023) menyatakan bahwa pemuda memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi di era Society 5.0, yaitu:

1. Pengembangan teknologi, yaitu pemuda dapat mengembangkan teknologi baru atau meningkatkan teknologi yang ada untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas di berbagai sektor perekonomian.
2. Kewirausahaan, yaitu pemuda dapat menjadi wirausahawan inovatif dan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat.
3. Pendidikan, yaitu pemuda dapat menjadi pendidik yang berfokus pada penyediaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam Society 5.0, seperti pemrograman, pengembangan aplikasi, dan kecerdasan buatan.
4. Kepemimpinan, yaitu pemuda dapat menjadi pemimpin yang visioner dan mampu menciptakan perubahan positif dalam masyarakat dan lingkungan.
5. Advokasi, yaitu pemuda dapat menjadi advokat atau aktivis yang memperjuangkan hak dan kepentingan masyarakat dalam pembangunan ekonomi di era Society 5.0

Peran strategis generasi muda sebagai pionir transformasi sosial dan ekonomi tidak bisa dianggap remeh. Mereka memiliki kemampuan untuk berinovasi, meningkatkan kesadaran sosial, mengembangkan pemimpin masa depan, dan membangun kolaborasi yang memperkuat upaya perubahan. Dukungan dari pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta sangat penting bagi generasi muda untuk mencapai potensi maksimal mereka dan membawa perubahan positif dalam masyarakat. Melalui kerja sama yang sinergis, generasi muda dapat menjadi motor penggerak percepatan kemajuan sosial dan ekonomi di Indonesia dan dunia.

D. Daftar Pustaka

Alvira, S., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pentingnya Pendidikan Kewarganegaraan bagi Generasi Muda sebagai Agent of Change. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9201–9207.

Alzate, P., Mejía-Giraldo, J. F., Jurado, I., Hernandez, S., & Novozhenina, A. (2024). Research perspectives on youth social entrepreneurship: strategies, economy, and innovation. *Journal of Innovation Entrepreneurship*, 13(49), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00410-7>

Atikoh, N., Suci, N. R., Mubarok, M. R., & Fuad, M. Y. N. (2024). 'The Role of Youth as Agents of Change in Realizing Sustainable Development Goals: A Humanistic Theory Perspective', ICOR-HESTECH 2024, 1(1), pp. 415–419. *INternational Conference of Relegion, Health, Education, Science and Technology (ICOR-HESTECH)*.

Choroszewicz, M. (2023). Addressing youths' digital agency with internet technologies: discourses and practices that produce inequalities. *Journal of Youth Studies*.

Gale, F., & Edenborough, M. (2020). Promoting youth-directed social change: engaging transformational critical practice. *Social Work Education*, 40(1), 58–79. <https://doi.org/10.1080/02615479.2020.1779209>

Giwu, O., Mdoda, L., & Ntlanga, S. S. (2024). Assessing the socio-economic impact of youth engagement in agricultural enterprise for employment creation and poverty alleviation. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2368097>

Grgurić Čop, N., Culiberg, B., & First Komen, I. (2023). Exploring social media influencers' moral dilemmas through role theory. *Journal of Marketing Management*, 40(1–2), 1–22. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2023.2241468>

Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1, 15.

Herwina, W. (2022). Youth Life Skills Development Through Digital Marketing Training. *Zien Journal of Social Sciences and Humanities*, 14, 113–118.

Hurlock, E. (1992). *Perkembangan Anak*. Erlangga.

Jamatia, P. (2022). ‘The role of youth in combating social inequality: Empowering the Next Generation’, *Journal of Language and Linguistics in Society*, 26, 11–20. <https://doi.org/doi:10.55529/jlls.26.11.20>

Kaba, B., & Meso, P. (2019). Benefitting from Digital Opportunity: Do Socio-economically Advantaged and Disadvantaged Groups React in the Same Ways? *Journal of Global Information Technology Management*, 22(4), 257–279. <https://doi.org/10.1080/1097198X.2019.1679587>

KBBI. (2024). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. <Https://Kbbi.Web.Id/> Generasi.

Kee, D. M. H., Anwar, A., Gwee, S. L., & Ijaz, M. F. (2023). Impact of acquisition of digital skills on perceived employability of youth: Mediating role of course quality. *Information*, 14(1), 42. <https://doi.org/doi:10.3390/info14010042>

Kovacs, I. (2021). Digital marketing soft skills and university students' perceptions of employability. *GiLE Journal of Skills Development*, 1(1), 25–36. <https://doi.org/doi:10.52398/gjsd.2021.v1.i1>

Lalitha, S. (2023). Youth Participation in Community Development: Issues and Implications. In S. Deb & S. Deb (Eds.), *Handbook of Youth Development*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-4969-4_25

Maon, S. N., Ali, S. A. M., Azizam, N. A., & Omar, E. N. (2023). Youth Digital Technology Attitudes. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 10(6.2), 248–258. <https://doi.org/10.14738/assrj.106.2.15018>

Mehta, M. G. (2024). 'Upgrading' in precarious times: social mobility, skills and entrepreneurship among pastoralist youth in urbanising Gujarat. *South Asian History and Culture*, 15(2), 68–183. <https://doi.org/10.1080/19472498.2024.2338596>

Nurjanah, E., Rusmana, A., & Yanto, A. (2017). Hubungan Literasi Digital dengan Kualitas Penggunaan E-Resources. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v3i2.16737>

Payal. (2023). Impact of digital marketing on purchasing behaviour of young consumers. *International Journal of Commerce and Management Research*, 9(3), 40–41.

Peláez, A. L., Erro-Garcés, A., & Gómez-Ciriano, E. J. (2020). Young people, social workers and social work education: the role of digital skills. *Social Work Education*, 39(6), 825–842. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02615479.2020.1795110>

Percy-Smith, B., & Burns, D. (2012). Exploring the role of children and young people as agents of change in sustainable community development. *Local Environment*, 18(3), 323–339. <https://doi.org/10.1080/13549839.2012.729565>

Powlick, K. (2013). Not Just Fun and Games: Reconceptualizing the Role of Young People in Economic Development. In N. Karagiannis & J. Marangos (Eds.), *Toward a Good Society in the Twenty-First Century. Perspectives from Social Economics*. Palgrave Macmi. https://doi.org/10.1057/9781137313621_7

Salkind, N. J. (2009). *Teori-Teori Perkembangan Manusia: Sejarah Ke-munculan, Konsepsi Dasar, Analisis Komparatif dan Aplikasi*. Nusa Media.

Santrok, J. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup*, Edisi Ketiga Belas Jilid I, PT. Gelora Aksara Pratama.

Sarwono, S. W. (2018). *Psikologi Remaja* (19th ed.). Rajawali Press.

Setiawan, A. (2023). The Role of Youth in Economic Development in The Era Of Society 5.0. *Jurnal Ekonomi Dan Bisini Nias Selatan*, 6(2), 70–76.

Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., Baroroh, N., & Feng, G. C. (2021). The roles of peers and social media in building financial literacy among the millennial generation: A case of indonesian economics and business students. *Cogent Social Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1947579>

Zhu, H., & Andersen, S. T. (2021). Digital competence in social work practice and education: experiences from Norway. *Nordic Social Work Research*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/2156857x.2021.1899967>

E. Biografi



Silvie Mil, lahir di Payakumbuh, 9 Desember 1980. Penulis pernah menempuh pendidikan S1 jurusan Manajemen di Universitas Indonesia, Magister Pendidikan Anak Usia Dini/PAUD (S2) di Universitas Negeri Jakarta dan S3 program Doktor PAUD di Universitas yang sama. Saat ini penulis merupakan salah seorang dosen tetap Program Studi S1 PG-PAUD Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dan juga salah seorang tutor di Universitas Terbuka Program Studi PAUD semenjak tahun 2014. Sebelumnya penulis pernah bekerja dan mengajar sebagai staf pengajar luar biasa di Program Diploma III Perumahsakitan Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia pada tahun 2002-2011. Selain menjadi dosen, penulis aktif menulis di berbagai jurnal bereputasi nasional serta internasional bereputasi. Selain itu penulis juga aktif sebagai narasumber dalam bidang parenting serta berbagai kegiatan pengabdian masyarakat lainnya.

Bidang keahlian penulis adalah pendidikan anak usia dini khususnya tentang kesejahteraan anak (*child well-being*); pengasuhan ayah (*fathering*); permasalahan anak dan modifikasi perilaku anak. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0816-749988 dengan alamat email silviesahara@uhamka.ac.id



Novi Andayani Praptiningsih, lahir di Jakarta 17 November 1965. Penulis menempuh pendidikan S1 jurusan Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta, Magister Ilmu Komunikasi (S2) di Universitas Indonesia (UI), dan S3 program Doktoral Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadajaran (UNPAD). Saat ini penulis merupakan dosen tetap Program Studi S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA (UHAMKA) sejak tahun 1998. Novi juga sebagai asesor Sertifikasi Kompetensi Profesi BNSP sejak 2019.

Bidang keahlian penulis adalah *public relations* dan komunikasi pemasaran digital, psikologi komunikasi, *toxic relationship*, studi media, komunikasi organisasi, komunikasi antar budaya, dan isu gender. Penulis merupakan penulis aktif di berbagai jurnal bereputasi internasional dan jurnal nasional terakreditasi nasional Sinta, juga sebagai reviewer beberapa jurnal nasional. Novi enam kali memenangkan hibah Kemdikbudristek Dikti. Hibah Skema Penelitian Doktor pada 2015, skema Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi (PDUPT) multi years (3 tahun) pada 2017-2020, dan hibah pengabdian Masyarakat selama dua tahun berturut-turut (2021-2022). Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WA di nomor 081314327417 dengan alamat email novi.ap@uhamka.ac.id



BAB III

PERAN UTAMA GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA

Anshori, S.E., M.M.

A. Pendahuluan

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan singkat yang dilakukan oleh individu dan kelompok di seluruh dunia untuk merasakan pengalaman baru serta memenuhi berbagai kebutuhan, yang pada akhirnya menjadi daya tarik wisata (Damanik et al., 2006). Aktivitas ini terjadi ketika seseorang atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat untuk sementara waktu sebelum kembali ke tempat asal mereka. Selain itu, sektor industri pariwisata berkontribusi

signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (Setyowardhani et al., 2019).

Lebakkuncang adalah salah satu desa yang memiliki banyak potensi untuk berkembang sebagai tujuan wisata. Desa ini menarik perhatian banyak wisatawan domestik dan asing yang ingin mengeksplorasi keunikan dan daya tarik yang dimilikinya. Salah satu daya tarik utama Lebakkuncang adalah kombinasi yang kuat antara budaya dan keindahan alam. Untuk mendukung kegiatan wisata, tersedia fasilitas seperti homestay, pertanian, perkebunan, pendidikan PAUD, dan kelompok sadar wisata (pokdarwis)(Palupiningtyas & Mistriani, 2020).

Desa Wisata Lebakkuncang di Kabupaten Bandung memiliki kekuatan sosial yang signifikan untuk mendukung pengembangan desa wisata yang ramah lingkungan, dengan dukungan dan komitmen dari warga serta aparat desa. Selain itu, hal ini menjadi bagian penting dari upaya untuk mengembangkan ekonomi desa dan mempertahankan nilai-nilai kehidupan di Lebakkuncang. Dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam dan manusia, desa wisata ini berupaya mengembangkan perekonomian desa serta memberdayakan masyarakat setempat (Wearing, 2001). Peran generasi muda dalam masyarakat sangat penting bagi perkembangan desa. Mereka diharapkan tidak hanya menjadi penerus, tetapi juga berperan aktif dalam membawa perubahan serta memberikan kontribusi signifikan bagi kehidupan desa, terutama di Desa Wisata Lebakkuncang, yang terletak di Ciwidey, Kabupaten Bandung (Ghani, 2017).

Namun, berdasarkan pemeriksaan lapangan, Desa Wisata Lebakkuncang terletak di Kabupaten Bandung belum sepenuhnya mengoptimalkan potensinya sebagai kawasan seni dan budaya. Berbeda dengan harapan, generasi muda tidak berusaha untuk mengubah desa mereka menjadi destinasi wisata. Revolusi industri 4.0 dan kemajuan digitalisasi cenderung memberikan dampak negatif bagi warga, terutama generasi muda di Desa Wisata Lebakkuncang.

Mereka kurang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan potensi diri dan desa. Sifat mereka cenderung egois, manipulatif, lebih menyukai cara instan, berpikir pragmatis, enggan menghadapi tantangan, dan lebih fokus pada hasil (Rachmidiani & Edison, 2023).

Pernyataan ini sejalan dengan yang dikatakan Wasitohadi (2012) bahwa teknologi membuat generasi muda enggan untuk berpikir dengan cara yang kompleks dan mendalam, yang membutuhkan waktu dan usaha yang cukup. Akibatnya, mereka cenderung memiliki pola pikir pragmatis, di mana segala sesuatu harus diselesaikan dengan cepat tanpa membuang banyak waktu atau tenaga. Selain itu, kemajuan teknologi mempengaruhi cara generasi muda bertindak dan berpikir. Teknologi dapat memberikan manfaat jika seseorang mampu memanfaatkan peluang yang ada. Kecerdasan generasi muda semakin meningkat, terutama dalam aspek kognitif, berkat kemajuan teknologi.

Dengan semakin banyaknya perusahaan startup yang menawarkan layanan digital melalui web dan aplikasi mobile, generasi muda Indonesia saat ini tampak sangat bergantung pada tren yang berkembang melalui teknologi digital, termasuk media sosial. Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi yang terus meningkat, diharapkan generasi muda dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlangsungan hidup desa, khususnya melalui Desa Wisata Lebakmuncang (Wardaya et al., n.d.).

Pemerintah Desa Lebakmuncang di Kabupaten Bandung tampaknya belum berhasil mengembangkan desa wisatanya secara optimal. Untuk memastikan desa wisata ini terus berkembang, dibutuhkan pengelolaan yang efisien. Tanpa manajemen yang efektif, desa wisata berpotensi mengalami penurunan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada berkurangnya jumlah wisatawan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global, sehingga melindungi potensi desa wisata adalah aspek yang sangat krusial. Salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa melalui sektor pariwisata adalah dengan mengembangkan desa

wisata. Pengembangan tersebut harus berbasis pada pemberdayaan masyarakat. Keterlibatan aktif masyarakat, terutama generasi muda, sangat diperlukan dalam semua tahapan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, hingga evaluasi kegiatan (Soekotjo Abdoellah et al., 2019).

Namun, generasi muda juga memerlukan dukungan dari pihak-pihak lain yang memiliki sumber daya lebih besar, baik dalam hal keuangan, kemitraan, informasi, pengetahuan, maupun teknologi. Hal ini sejalan dengan Pasal 124 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 43 tahun 2015 mengenai Desa, yang menyebutkan bahwa pemerintah desa bertanggung jawab mengelola potensi desa untuk mencapai tujuan otonomi desa, seperti meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan pemerataan dan keadilan, memperkuat demokrasi, serta menghargai budaya lokal dengan mempertimbangkan potensi dan keragaman yang ada. Oleh karena itu, peran pemerintah desa sangat krusial untuk mencapai keberhasilan. Pemerintah Desa Lebakmuncang di Kabupaten Bandung merumuskan strategi pengembangan desa wisata untuk meningkatkan kapasitas semua pihak yang terlibat, termasuk pemerintah desa, organisasi lokal, dan masyarakat.

B. Inovasi Produk Wisata

Agar suatu kawasan wisata dapat mencapai tingkat kunjungan wisatawan yang tinggi, diperlukan konsep inovasi produk. Inovasi yang diterapkan oleh desa wisata sangat bervariasi, dan hal ini sejalan dengan berbagai teori menunjukkan bahwa pengembangan produk tidak hanya berarti membuat barang baru, tetapi juga dapat berupa pemberian nilai tambah pada produk yang telah ada seperti memperkenalkan produk baru di pasar yang sudah dikenal. Penting untuk diingat bahwa pembuatan produk baru membutuhkan proses yang panjang dan penuh risiko. Dalam inovasi produk, terdapat

serangkaian langkah yang harus diikuti, salah satunya adalah tahap pengenalan (Chotimah et al., n.d.).

Menurut Schilling (2005) dan Mohamad Soleh (2008), inovasi dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu inovasi radikal dan inovasi bertahap. Namun, model sebelumnya memperkenalkan enam aspek dalam strategi inovasi, yaitu orientasi kepemimpinan, proses inovasi, inovasi produk atau layanan, sumber inovasi eksternal dan internal, dan investasi. (Henri et al., 2021).



Gambar 3.1 Inovasi Produk Roti Strawberry Desa Wisata Lebakmuncang
Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Dalam konteks ini, inovasi didefinisikan sebagai kemampuan bisnis kecil dan menengah untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan, termasuk perubahan dalam pasar wisata tempat mereka beroperasi (Gallouj & Windrum, 2009). Inovasi di industri pariwisata dikontrol oleh dua komponen utama. Dalam persaingan bisnis saat ini, beberapa faktor internal yang sangat penting adalah kewirausahaan, sumber daya manusia, kreativitas, dan keterbukaan pikiran. Selain faktor internal, ada juga faktor eksternal, seperti situasi ekonomi, lingkungan, politik, demografi, dan teknologi. Faktor makro ini memengaruhi kesuksesan inovasi di bisnis kecil dan menengah. Selain itu, faktor mikro seperti persaingan, preferensi

konsumen, serta tekanan dari pemerintah juga memiliki peran yang signifikan (Asy'ari et al., n.d.).

Kreativitas dalam Inovasi Produk

Marceau (2011) menyatakan bahwa inovasi merupakan serangkaian tindakan kreatif yang digunakan untuk menciptakan nilai ekonomi baru. Dengan demikian, inovasi tidak hanya melibatkan pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga perubahan dalam organisasi, termasuk penerapan metode kerja baru untuk meningkatkan efisiensi dan mendorong kreativitas (Wardaya et al., n.d.).



Gambar 3.2 Inovasi Produk Susu Strawbery Desa Wisata Lebkmuncang
Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Kreativitas ide juga berhubungan erat dengan inovasi. Inovasi seharusnya muncul dari kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi masyarakat. Cara pandang pengusaha atau ilmuwan terhadap kebutuhan ekonomi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya fenomena berbasis masalah ini. Fenomena ini sering kali bersifat kompleks dan melibatkan berbagai faktor (Gans, 2011). Selain itu, hal ini juga berkaitan dengan bagaimana para inovator akan memperoleh apresiasi atas waktu dan upaya yang mereka investasikan

dalam menemukan solusi inovatif yang memberikan manfaat bagi perekonomian dan menyelesaikan permasalahan yang ada.

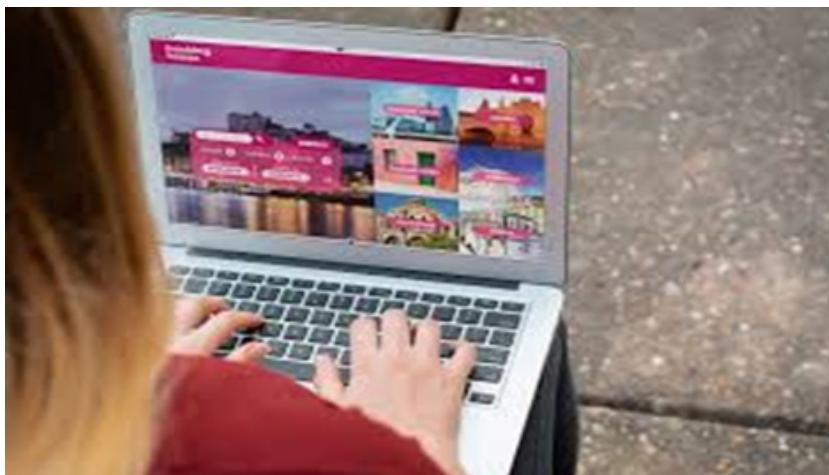


Gambar 3.3 Inovasi Produk UMKM Desa Wisata Lebakmuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

C. Teknologi dan Digitalisasi

Desa Wisata Lebakmuncang menerapkan strategi promosi langsung, terutama melalui pemasaran online. Saat ini, Desa ini menggunakan media sosial dan situs web sebagai platform utama untuk mempromosikan kegiatan wisatanya. Keputusan ini dibuat karena penggunaan media sosial dan situs web memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah, yang menjadikannya pilihan yang lebih efektif dan efisien (Murtadho & Shihab, 2011; Pradiatiningsyas, 2014).



Gambar 3.4 Pemasaran Online Desa Wisata Desa Wisata Lebakmuncang yang terletak di Ciwidey, Kabupaten Bandung

Penelitian terdahulu telah menunjukkan manfaat penggunaan manfaat internet untuk mempromosikan wisata (Murtadho & Shihab, 2011). Pradiatiningsyah (2014) juga menggarisbawahi efektivitas internet dalam konteks tersebut. Oleh karena itu, Tabel 2 menyajikan informasi lebih rinci tentang upaya promosi yang dilakukan untuk Desa Wisata Lebakmuncang, dengan penggunaan internet sebagai strategi utamanya.

Tabel 1 Kegiatan Promosi Masyarakat Lokal Desa Wisata Lebakmuncang

No	Sarana Promosi	Aktivitas yang dilaksanakan
1	Tayangan Langsung	Tayangan langsung di Instagram tentang kegiatan pengunjung yang diadakan oleh Desa Wisata Lebakmuncang.
2	Penerbitan Dokumentasi Acara	Live Instagram aktivitas wisatawan yang diorganisir oleh desa wisata Lebakmuncang
3	Online Marketing	Pembuatan situs web resmi Desa Wisata Lebakmuncang

Sumber: Pengelola Desa Wisata Lebakmuncang, Tahun 2023

Analisis media yang digunakan untuk mempromosikan Desa Wisata Lebakmuncang menunjukkan bahwa strategi yang

digunakan termasuk siaran langsung, dokumentasi kegiatan, dan pemasaran online. Siaran langsung dilakukan melalui media sosial, terutama Instagram, untuk menampilkan aktivitas wisatawan di desa. Selain itu, promosi juga didokumentasikan dan dipublikasikan, dengan menyebarkan informasi tentang aktivitas di Desa Wisata Lebakkuncang melalui platform tersebut. Tabel 2 menampilkan jumlah publikasi digital yang dibuat oleh Desa Wisata Lebakkuncang, yang mencerminkan upaya desa dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitasnya.

Tabel 2 Publikasi Digital Yang Dihasilkan Desa Wisata Lebakkuncang

Tanggal	Judul	Sumber
26/03/2023	Potensi Lingkungan Alam dan Warisan Budaya di Desa Wisata Lebakkuncang	https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5234211/potensi-alam-dan-budaya-desa-wisata-lebakkuncang?page=2
17/10/2022	Kampung Wisata Terbaik Bandung: Lebakkuncang	https://www.jabarnews.com/video/mengunjungi-kampung-wisata-paling-keren-di-bandung/
05/10/2023	Konferensi tentang Potensi Desa Wisata Lebakkuncang yang diselenggarakan oleh Tim Eksplorasi pada acara the 9th Connection Day.	https://www.kompasiana.com/connectionipb/651e8802edff760477609372/seminar-hasil-potensi-desa-wisata-lebakkuncang-oleh-tim-eksplorasi-di-hari-puncak-9-connection-2023/

Sumber: Pengelola Desa Wisata Lebakkuncang, 2023

Meskipun publikasi digital Desa Wisata Lebakkuncang berhasil menjangkau banyak orang, analisis tabel di atas menunjukkan bahwa mereka masih kurang efektif karena dibuat oleh pihak eksternal. Akibatnya, pengelola desa tidak memiliki kendali penuh atas informasi yang disampaikan. Akibatnya, memiliki situs web resmi merupakan langkah penting untuk memberikan informasi lebih

lanjut tentang Desa Wisata Lebakmuncang kepada orang-orang. (Aldirindra Nugraha et al., 2024).

Menurut Warmayana (2018), e-tourism merupakan metode promosi pariwisata yang inovatif dan menyediakan informasi terkini untuk berbagai kelompok demografis. Situs web resmi Desa Wisata Lebakmuncang menawarkan informasi dan fasilitas terkait kegiatan wisata, yang dapat dianggap sebagai langkah penting dalam meningkatkan e-tourism. Selain itu, konten yang ditampilkan lebih dapat diandalkan karena dikelola langsung oleh tim pengelola desa (Ghani, 2017).



Gambar 3.5 Peta Tata Kelola Desa Wisata Lebakmuncang

Sumber: Pemerintah Desa Lebakmuncang, 2023

D. Pengembangan Kewirausahaan Pariwisata

Untuk mengatasi masalah ini, pengembangan kewirausahaan bisa dimulai dengan ciri-ciri wirausaha ideal, seperti proses persiapan, sikap positif, pengetahuan kewirausahaan, dan keahlian teknis dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan output (Diandra, 2016). Kewirausahaan di sektor pariwisata berfokus pada pengembangan di bidang pertanian, perkebunan, homestay, serta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kelompok Dosen PKM Kolaborasi dari 47 Perguruan Tinggi mendukung masyarakat dengan menyiapkan

UMKM yang siap dipasarkan, memberikan pelatihan untuk membangun sikap mental positif dalam proses pengembangan, dan menawarkan pengetahuan kewirausahaan yang relevan dengan daya tarik wisata. Mereka juga menyediakan pengetahuan teknis kewirausahaan untuk menarik pengunjung agar membeli produk dengan aman dan mengelola sumber daya manusia yang berpotensi berkembang (Rachmidiani & Edison, 2023).

1. Pendirian Usaha *Homestay*

Nuryanti (2016:51) menjelaskan bahwa Desa wisata merupakan kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang terintegrasi dalam gaya hidup masyarakat yang sesuai dengan tradisi dan norma yang ada, sehingga menjadikannya sebagai tujuan wisata. Di sisi lain, Subagyo berpendapat bahwa dari sudut pandang kehidupan masyarakat, pariwisata pedesaan atau desa wisata adalah jenis wisata yang memiliki objek dan daya tarik alami.

Berdasarkan pemahaman tersebut, terdapat banyak potensi untuk mengembangkan desa wisata, salah satunya melalui sektor akomodasi. Sebagian besar akomodasi di desa wisata berupa homestay, di mana penduduk desa menyewakan sebagian kamar atau rumah mereka kepada tamu sebagai tempat tinggal selama berada di desa wisata. Berbagai jenis wisata yang ditawarkan di desa wisata mencakup kebudayaan lokal, keindahan alam, dan makanan khas daerah, seperti yang ditawarkan oleh Kampung Adat Cireundeu di Cimahi yang menggabungkan wisata alam dan budaya serta kuliner berbahan dasar singkong. Desa Wisata Lebakmuncang di Ciwidey juga menawarkan wisata edukasi untuk semua kalangan. Homestay biasanya terletak di kawasan desa wisata, dengan tujuan utama memberikan tamu kesempatan untuk mempelajari budaya lokal atau terlibat dalam kebiasaan desa.



Gambar 3.6 Suasana Internal Homestay Desa Wisata Lebakkuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 3.7 Foto Homestay Masyarakat Lokal Desa Wisata Lebakkuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

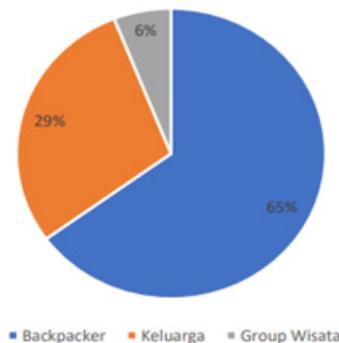
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Sebagian besar homestay berfungsi sebagai akomodasi yang terletak di desa wisata, sehingga ada hubungan erat antara keduanya. Keberadaan homestay di desa wisata dapat berkontribusi pada pengembangan potensi yang ada di desa tersebut. Penulis berpendapat bahwa bisnis homestay dapat diperluas lebih lanjut dengan mempermudah akses bagi

pengunjung melalui pembuatan aplikasi khusus untuk homestay di desa wisata Indonesia.

Wisatawan yang mengunjungi desa wisata atau homestay cukup bervariasi. Di antara mereka, ada tamu keluarga, backpacker yang sering bepergian dengan teman-teman, serta kelompok wisata.

Perkiraan Presentase Wisatawan Homestay



Gambar 3. 8 Estimasi Presentasi Pengunjung *Homestay* Desa Wisata Lebakmuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Sebanyak 65% wisatawan pernah menginap di homestay bersama teman-teman, 29% mengunjungi homestay bersama keluarga, dan hanya 6% yang menggunakan layanan travel atau grup wisata. Dengan demikian, backpacker yang bepergian dengan teman-temannya adalah pengunjung paling sering ke homestay atau desa wisata. Sebagian besar backpacker memilih homestay karena harganya yang lebih terjangkau dibandingkan akomodasi lain seperti hotel berbintang, serta mereka ingin menghabiskan lebih banyak waktu di rumah dibandingkan di hotel.

Banyak reservasi homestay di sejumlah desa wisata, khususnya di Pulau Jawa, dilakukan secara manual atau langsung di lokasi homestay tersebut. Menurut Bitar (2019), sistem ini

terkesan kurang modern karena tamu harus hadir secara langsung terlebih dahulu. Ia menekankan bahwa hotel dan akomodasi tidak dapat berkembang sendiri, sehingga perlu membangun kemitraan dengan pihak lain untuk meningkatkan produktivitas. Salah satu cara untuk mewujudkannya adalah dengan menjalin kerjasama dengan agen perjalanan online.

Oleh karena itu, penulis berencana untuk membuat aplikasi khusus untuk pemesanan dan reservasi kamar di homestay desa wisata. Diharapkan aplikasi ini dapat membantu meningkatkan operasional yang ada dan menarik wisatawan yang ingin mengunjungi desa tersebut. Aplikasi yang ingin dibuat juga akan memungkinkan pemesanan paket atau atraksi yang tersedia.

2. Restoran Untuk Mendukung Wisata

Wisata kuliner kini menjadi aktivitas yang wajib bagi banyak wisatawan, baik dari luar kota maupun lokal. Bagi sebagian wisatawan, kekayaan kuliner budaya Indonesia, mulai dari beragam jenis makanan, cita rasa, hingga cara penyajiannya, memiliki daya tarik yang unik.

Melihat fenomena ini, bisnis kuliner, khususnya restoran, berkembang dengan pesat dan lebih baik. Seiring dengan perkembangan zaman, pola pikir, gaya hidup, dan kebiasaan masyarakat juga berubah, menciptakan peluang yang besar dan menjanjikan. Saat ini, restoran tidak hanya menjual makanan, tetapi juga menawarkan kombinasi rasa, suasana, penyajian, dan pengalaman unik. Oleh karena itu, persaingan bisnis semakin ketat untuk menarik perhatian pelanggan.

a. Pengertian Restoran

Restoran adalah bisnis yang memberikan makanan, minuman, suasana, dan jasa kepada pelanggannya. Beberapa ahli memberikan berbagai pengertian tentang restoran. Banyak orang menekuni bisnis restoran karena potensi keuntungan yang tinggi. Tidak banyak pebisnis restoran yang sukses mengelola usahanya sendiri jika skalanya kecil.

Namun, jika skalanya menengah atau besar, persiapan usaha, tips sukses, bahkan saran dari konsultan bisnis sangat penting untuk mengelola bisnis restoran.

- b. Cara Memulai Bisnis Restoran di Desa Wisata Lebakmuncang
 - 1) Menentukan konsep restoran
 - 2) Menentukan pangsa pasar
 - 3) Memilih pemasok bahan baku terpercaya
 - 4) menentukan tenaga kerja untuk bisnis restoran
 - 5) Menghitung dan menyiapkan modal awal



Gambar 3.9 Konsep Resoran Masyarakat Lokal Desa Wisata Lebakmuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

3. Bisnis Kreatif Berbasis Pariwisata

John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai aktivitas ekonomi di mana orang menghabiskan lebih banyak waktu untuk membangun ide-ide daripada melakukan tugas rutin. Jurnal Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia (2009–2015) menyatakan bahwa, setelah sektor pertanian, industri, dan teknologi informasi, ekonomi kreatif merupakan fase baru dalam perekonomian. Ekonomi ini lebih bergantung pada kreativitas dan informasi, serta pengetahuan dan konsep sumber daya manusia sebagai elemen produksi.

Seperti yang telah diuraikan, ekonomi kreatif adalah sistem perekonomian yang menekankan pada informasi dan kreativitas manusia sebagai faktor utama dalam produksi. Ide-ide inovatif ini menjadi pendorong terciptanya produk baru dan solusi untuk berbagai masalah yang ada. Perkembangan ekonomi kreatif akan didorong oleh pengetahuan kreatif (pengetahuan kreatif), pekerja terampil (pekerja terampil), dan tenaga kerja intensif (tenaga kerja padat). Industri kreatif Indonesia mencakup seni, periklanan, penerbitan, percetakan, radio, arsitektur, musik, desain, dan mode. (Alisjahbana, 2009).



Gambar 3.10 Kendaraan Wisatawan Masyarakat Lokal Desa Wisata Lebakmuncang Ciwedey Kabupaten Bandung

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

E. Kepemimpinan Sosial dan Organisasi

1. Inisiatif dalam membentuk komunitas wisata

Pada bagian ini, pentingnya membangun kemitraan yang kuat antara pelaku pariwisata dan komunitas lokal akan dibahas. Untuk pariwisata yang berkelanjutan, kemitraan ini harus menguntungkan semua pihak. Untuk membangun kemitraan yang berhasil dengan komunitas lokal, langkah-langkah yang

direncanakan sangat penting. Melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan acara pariwisata adalah strategi yang dapat diterapkan, karena ini dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi mereka dalam proses pengambilan keputusan.

Selain itu, bisnis pariwisata dapat bekerja sama dengan berbagai kelompok masyarakat lokal, seperti UMKM, pengelola homestay, dan penyedia transportasi lokal. Pariwisatawan harus memikirkan bagaimana peran komunitas lokal dalam pelestarian lingkungan dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam industri pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kerjasama yang baik dengan komunitas lokal dapat membantu membangun program pelestarian lingkungan yang berkelanjutan dan berhasil.

Kemitraan dengan komunitas lokal harus didukung oleh komunikasi yang baik dan terbuka untuk mengurangi perselisihan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pariwisata berkelanjutan. Beberapa negara telah menunjukkan bahwa melibatkan masyarakat lokal dalam program pariwisata berkelanjutan dapat membantu meningkatkan ekonomi dan menjaga lingkungan. Keterlibatan masyarakat lokal membuka peluang besar untuk pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan, yang tidak hanya menguntungkan masyarakat setempat tetapi juga mendukung upaya pelestarian lingkungan.

- a. Hambatan dalam Melibatkan Masyarakat Lokal dalam Pariwisata Berkelanjutan:
 - 1) Perbedaan Perspektif: Seringkali, masyarakat lokal memiliki pandangan yang berbeda dengan wisatawan mengenai tujuan pariwisata. Perbedaan bahasa dan budaya juga dapat menjadi penghalang dalam membahas rencana jangka panjang atau tujuan pariwisata berkelanjutan.

- 2) Perubahan Sikap: Mengubah prinsip dan pandangan masyarakat lokal yang mungkin bertentangan dengan tujuan pariwisata berkelanjutan bisa menjadi tantangan besar. Namun, dengan upaya pendidikan dan kesadaran yang berkelanjutan, perubahan sikap ini dapat dicapai.
- 3) Peran Pemerintah: Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk membuat kebijakan yang mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan dan memastikan komunitas setempat terlibat secara aktif. Tanpa dukungan kebijakan yang kuat, inisiatif ini akan sulit terlaksana dengan efektif.

Dengan pendekatan yang tepat dan kerjasama berbagai pihak, meskipun ada tantangan, masyarakat lokal bisa mendapatkan manfaat besar dari pariwisata berkelanjutan.

b. Solusi Mengatasi Tantangan

Solusi untuk mengatasi kesulitan melibatkan komunitas setempat dalam pariwisata berkelanjutan ada banyak. Salah satu yang paling penting adalah komunikasi yang efektif; ini berarti memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang inisiatif pariwisata berkelanjutan dan keuntungan yang akan diterima masyarakat lokal. Selain itu, ada kemungkinan untuk mengadakan pertemuan dan diskusi yang terbuka untuk mendengarkan ide dan pendapat dari komunitas setempat.

Membangun kemitraan yang kuat dengan masyarakat lokal adalah solusi lainnya. Ini dapat dicapai dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, menghormati dan mempromosikan budaya lokal, memberikan pelatihan di bidang pariwisata, dan memberikan peluang bisnis. Masyarakat lokal akan merasa terlibat dalam inisiatif tersebut dengan cara ini.

Pemerintah dapat mendukung partisipasi komunitas lokal melalui kebijakan, regulasi, serta penyediaan dana dan sumber daya yang memadai. Dukungan ini diperlukan agar pariwisata berkelanjutan dapat terealisasi sepenuhnya dan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal serta lingkungan.

Terakhir, keberlanjutan harus menjadi prioritas dalam pengelolaan proyek pariwisata berkelanjutan. Keberlanjutan ekonomi dan lingkungan akan mendukung perkembangan pariwisata untuk generasi mendatang. Peningkatan keterlibatan pemerintah, partisipasi aktif masyarakat lokal, serta penyediaan sumber daya dan dana yang memadai menjadi langkah penting untuk mencapai keberlanjutan ini.

c. Implikasi Dampak Positif

Dalam jangka panjang, partisipasi komunitas setempat dalam inisiatif pariwisata berkelanjutan menguntungkan semua pihak. Pada akhirnya, komunitas lokal dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan mengembangkan keterampilan yang berkaitan dengan industri pariwisata. Keterlibatan mereka juga dapat meningkatkan daya tarik destinasi, menarik lebih banyak wisatawan, dan berdampak positif pada industri secara keseluruhan.

Selain itu, partisipasi masyarakat lokal dapat membantu pelestarian lingkungan. Pengelolaan pariwisata yang lebih berkelanjutan mengurangi efek buruk pariwisata dan mempertahankan ekosistem. Oleh karena itu, masyarakat, pariwisata, dan lingkungan mendapat manfaat besar dari proyek pariwisata berkelanjutan yang melibatkan komunitas setempat. Ini adalah pendekatan yang sangat penting untuk mengembangkan pariwisata yang lebih berkelanjutan yang bermanfaat bagi semua pihak.

2. Jaringan Pemuda Untuk Pengelolaan Desa Wisata

Pemuda memiliki peran penting dalam pengembangan dan penggerakan desa wisata Lebakmuncang. Generasi muda membawa kekuatan, inovasi, dan semangat yang dibutuhkan untuk memajukan industri pariwisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Desa Lebakmuncang. Berikut adalah beberapa peran yang dapat dimainkan oleh pemuda dalam pengembangan desa wisata:

a. Konservasi Alam dan Budaya

Generasi muda melindungi kekayaan budaya dan alam melalui program pelestarian lingkungan, reboisasi, dan kegiatan pembersihan.

b. Pengembangan Produk Wisata

Mereka dapat mengembangkan berbagai produk wisata menarik seperti agrowisata, homestay, kerajinan lokal, makanan khas, serta aktivitas petualangan atau ekowisata.

c. Pemasaran dan Promosi

Pemuda berperan sebagai agen pembuat konten digital yang aktif mempromosikan desa wisata, meningkatkan eksposur dan daya tariknya di kalangan wisatawan dengan membagikan informasi, foto, dan cerita menarik tentang destinasi tersebut.

d. Pelatihan dan Pendidikan

Mereka juga dapat terlibat dalam pelatihan dan pendidikan yang berkaitan dengan pelayanan wisata, manajemen bisnis pariwisata, serta pengembangan keterampilan tambahan.

e. Kewirausahaan pemuda yang mendirikan bisnis pariwisata seperti agen perjalanan, transportasi, dan restoran.

Perkembangan pariwisata Lebakmuncang akan sangat menguntungkan jika pemuda terlibat dalam penggerak desa wisata. Dengan mendukung pemuda dengan pendampingan dan pelatihan, pemerintah dan pemangku kepentingan terkait akan membantu

mereka mengembangkan desa wisata Lebakmuncang secara berkelanjutan.

F. Daftar Pustaka

Abdoellah, S., Widianingsih, F., Cahyandito, F., Wiyanti, T., & Nursesto, E. (2019). Peningkatan ekowisata berbasis masyarakat di Desa Tarumajaya, Hulu Sungai Citarum: Potensi dan ham-batan. *Kumawula*, 2(3), 236–247. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i3.24553>

Aldirindra, N., & Elly, M. (n.d.). Pemetaan komponen website Desa Wisata Lebakmuncang sebagai media promosi elektronik (e-tourism). *Jurnal Ilmiah Manajemen Penginapan*, 14, 293–314. <https://doi.org/10.22334/jihm.v14i1.274>

Asy'ari, Dienaputra, R. D., Nugraha, A., Tahir, R., Rakhman, C. U., & Putra, R. R. (n.d.). Sebuah studi literatur tentang konsep ekowisata berbasis masyarakat dalam mendukung pengembangan pariwisata: Sebuah analisis. <http://ejurnal.ihdn.ac.id/index.php/PB/index>

Chotimah, N., Abd Rahman, S. N. H., & Muhammadiyah Mauemere, I. (n.d.). Pengembangan desa wisata di Desa Koja. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*. DOI tidak tersedia.

Ghani, Y. A. (n.d.). Pengembangan infrastruktur untuk destinasi pari-wisata berbasis budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, edisi pertama. <http://ejurnal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp22>

Henri, Lingga, Afriyansyah, & Irwanto. (2021). Pemberdayaan mas-yarakat dalam pembangunan Taman Wisata Alam Gunung Permisan sebagai kawasan ekowisata. *Dinamisia: Jurnal Peng-abdian Kepada Masyarakat*, 5(4). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.6520>

Palupiningtyas, D., & Mistriani, S. (2020). Penerapan kewirausahaan masyarakat berbasis pariwisata. *Journal of Character Education Society (JCES)*, 3(2). <https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.2341>

Rachmidiani, A. N., & Edison, E. (2023). Keputusan untuk mengunjungi Desa Wisata Lebakmuncang Kabupaten Bandung dipengaruhi oleh citra destinasi dan pemasaran digital. *Journal Ilmiah Wisata*, 8(2), 174–190. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.282>

Setyowardhani, H., Susanti, H., Manajemen, D., Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, F., & Widjojo Nitisastro, J. S. D. (2019). Strategi promosi wisata di media sosial. *Loyalitas kepada masyarakat*, 3.

Wardaya, W., Hartanti, A. N., Wardani, D. S., Putri, Y., Nisa, S., & Multatuli, M. R. (2011). Studi kasus: Pengembangan wisata berbasis masyarakat di Sukolilo Baru dan Kelurahan Kandangan Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.html

G. Biografi



Anshori, S.E., M.M. Lahir di Jakarta, 23 Mei 1980. Menempuh Pendidikan S1 di Universitas Azzahra Jakarta, Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi, lulus tahun 2013. Kemudian melanjutkan Pendidikan S2 Magister Manajemen di Universitas Mitra Bangsa Jakarta, lulus tahun 2016. Pada September 2018 mulai menapaki karir sebagai Dosen Pemula pada Program Studi Akuntansi dan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Persada dan mengemban tugas sebagai Ketua Program Studi Manajemen, selain mengajar di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Persada, juga mengajar pada Program Studi Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trianandra. Sejak Desember 2023 berpindah *homebase* menjadi Dosen Tetap Program Studi (DTPS) Manajemen dan Bisnis

di Universitas Mitra Banga. Selain menjalani profesi sebagai Akademisi, penulis masih aktif bekerja sebagai *Accounting Manager* di Perusahaan Asuransi Jiwa Sinarmas Grup. Karier profesional telah dijalankan oleh penulis di berbagai perusahaan lebih dari 20 tahun, dengan bidang pekerjaan meliputi *General Affair Manager*, *Operasional Manager* dan *Accounting Manager*. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi *WhatsApp* di nomor 087782683960 atau email anshori@stimaaimmi.ac.id



BAB IV

PERAN GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA LEBAKMUNCANG

Dr. Rilla Sovitriana, P.Si., M.Si., Psikolog.

Desa Wisata Lebakmuncang di Kabupaten Bandung merupakan salah satu contoh desa yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Dengan keindahan alamnya yang asri, budaya lokal yang kaya, serta keramahan masyarakatnya, desa ini memiliki daya tarik yang dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Namun, untuk mengoptimalkan potensi tersebut, diperlukan peran aktif dari generasi muda sebagai agen perubahan. Pengembangan kapasitas generasi muda dalam bidang pariwisata menjadi kunci untuk

meningkatkan daya saing dan keberlanjutan desa wisata ini (Sulistyo et al., 2024)

A. Pendidikan dan Pelatihan sebagai Fondasi Pengembangan Pariwisata

Pendidikan dan pelatihan adalah elemen penting dalam membekali generasi muda dengan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri pariwisata (Sutopo, 2024). Pendidikan yang berfokus pada manajemen, bahasa, dan teknologi tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga berkontribusi pada kemajuan ekonomi desa secara keseluruhan. Program pelatihan yang terstruktur dapat meningkatkan kompetensi generasi muda di Lebakmuncang dalam menjalankan berbagai aspek pariwisata, mulai dari manajemen usaha wisata, pelayanan kepada wisatawan, hingga promosi berbasis digital.

Pendidikan dan pelatihan merupakan fondasi yang krusial dalam mempersiapkan generasi muda untuk berperan aktif dalam industri pariwisata, khususnya di desa wisata seperti Lebakmuncang. Dalam konteks ini, pendidikan yang berfokus pada manajemen, bahasa, dan teknologi tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga memberikan dampak positif yang luas terhadap kemajuan ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan adanya pendidikan yang berkualitas, generasi muda dapat mengembangkan keterampilan yang relevan dan adaptif, sehingga mampu bersaing dalam industri yang semakin kompetitif ini.

Sebagai contoh, program pendidikan yang mengajarkan manajemen usaha wisata dapat memberikan pemahaman mendalam tentang cara mengelola bisnis pariwisata dengan efisien. Melalui simulasi dan studi kasus, para peserta dapat belajar tentang pengelolaan sumber daya, perencanaan keuangan, serta strategi pemasaran yang efektif. Misalnya, dalam program pelatihan, peserta dapat diajarkan cara merancang paket wisata yang menarik, yang tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan wisatawan tetapi juga

mempromosikan kekayaan budaya dan alam Lebakmuncang. Dengan demikian, generasi muda tidak hanya menjadi pengelola, tetapi juga duta bagi desa mereka.

Selain itu, kemampuan berbahasa asing sangat penting dalam industri pariwisata yang semakin global. Pelatihan bahasa dapat membantu generasi muda berkomunikasi dengan wisatawan dari berbagai negara, sehingga meningkatkan pengalaman mereka saat berkunjung. Misalnya, seorang pemandu wisata yang fasih berbahasa Inggris dapat menjelaskan sejarah dan keunikan tempat wisata dengan lebih baik, menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi wisatawan. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan ke desa tersebut.

Teknologi juga memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata. Dalam era digital saat ini, pemahaman tentang pemasaran berbasis digital menjadi sangat vital. Program pelatihan yang mengajarkan generasi muda tentang penggunaan media sosial, pembuatan konten, dan strategi pemasaran online dapat membuka peluang baru dalam mempromosikan desa wisata Lebakmuncang. Misalnya, generasi muda dapat diajarkan cara membuat video promosi yang menarik tentang keindahan alam dan budaya lokal, yang kemudian dapat dibagikan di platform media sosial. Hal ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan, tetapi juga membangun citra positif desa sebagai destinasi wisata yang menarik.

Dengan mengintegrasikan pendidikan dan pelatihan yang terstruktur, generasi muda di Lebakmuncang dapat meningkatkan kompetensi mereka dalam berbagai aspek pariwisata. Ini menciptakan ekosistem yang saling mendukung dan berkelanjutan, di mana generasi muda tidak hanya menjadi penerus, tetapi juga inovator yang mampu membawa perubahan positif bagi desa mereka. Melalui kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat, program-program ini dapat diimplementasikan dengan lebih efektif, sehingga

menghasilkan dampak yang signifikan terhadap pengembangan desa wisata.

Pelatihan Manajemen: Membangun Keterampilan Kepemimpinan dan Kewirausahaan

Manajemen yang baik menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan pengembangan desa wisata. Pelatihan manajemen bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada generasi muda mengenai cara mengelola usaha wisata dengan efektif, seperti homestay, kuliner lokal, dan kegiatan wisata berbasis pengalaman (experiential tourism) (Swesti et al., 2020). Program pelatihan ini dapat mencakup topik-topik seperti:

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Memahami cara mengelola tim, mengatur jadwal kerja, serta membangun komunikasi yang efektif antara pengelola dan wisatawan. Dalam konteks pengembangan desa wisata Lebalmuncang, pelatihan manajemen menjadi salah satu komponen krusial yang dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pengembangan keterampilan kepemimpinan dan kewirausahaan yang sangat dibutuhkan oleh generasi muda. Dengan membekali mereka dengan pengetahuan yang tepat, diharapkan mereka dapat menjadi pengelola yang handal dan inovatif dalam mengembangkan potensi wisata di desa mereka.

Salah satu aspek penting dalam pelatihan manajemen adalah manajemen sumber daya manusia (Afriany et al., 2019). Dalam konteks ini, pemahaman tentang cara mengelola tim menjadi sangat penting. Generasi muda perlu diajarkan bagaimana cara merekrut anggota tim yang tepat, memberikan pelatihan yang diperlukan, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Misalnya, dalam pengelolaan homestay atau penginapan yang dikelola oleh masyarakat lokal, penting untuk memiliki tim yang

tidak hanya terampil, tetapi juga memiliki pemahaman yang baik tentang budaya lokal dan cara berinteraksi dengan wisatawan. Dengan demikian, mereka dapat memberikan pengalaman yang autentik dan memuaskan bagi pengunjung.

Selain itu, pengaturan jadwal kerja yang efisien juga merupakan bagian dari manajemen sumber daya manusia yang harus dikuasai. Generasi muda perlu belajar cara menyusun jadwal yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan, tanpa mengorbankan kesejahteraan tim. Contohnya, saat musim liburan, permintaan penginapan dan layanan wisata biasanya meningkat. Oleh karena itu, penting untuk memiliki rencana yang matang agar semua anggota tim dapat bekerja secara optimal dan tetap menjaga kualitas layanan.

Komunikasi yang efektif antara pengelola dan wisatawan juga menjadi fokus utama dalam pelatihan ini. Masyarakat desa perlu dilatih untuk dapat berkomunikasi dengan baik, baik secara verbal maupun non-verbal. Hal ini mencakup kemampuan untuk mendengarkan keluhan atau masukan dari wisatawan dan meresponsnya dengan cepat. Dalam situasi di mana wisatawan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, kemampuan untuk menangani masalah tersebut dengan baik dapat menjadi penentu apakah mereka akan kembali atau merekomendasikan desa wisata tersebut kepada orang lain. Misalnya, jika seorang wisatawan mengeluhkan kebersihan kamar di homestay, pengelola yang terlatih akan mampu merespons dengan cepat dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk memperbaiki situasi tersebut.

Melalui pelatihan manajemen yang komprehensif ini, generasi muda di Lebakmuncang tidak hanya akan memiliki keterampilan teknis dalam mengelola usaha pariwisata, tetapi juga kemampuan untuk memimpin dan berinovasi. Mereka akan mampu menciptakan konsep-konsep baru yang menarik bagi wisatawan, seperti paket wisata berbasis pengalaman yang

melibatkan kegiatan budaya lokal, seperti belajar membuat kerajinan tangan atau mengikuti kelas memasak masakan tradisional.

2. Manajemen Keuangan:

Pembelajaran dasar-dasar akuntansi sederhana, pengelolaan kas, serta cara mengoptimalkan keuntungan dari usaha pariwisata (Wolok et al., 2020). Aspek lain yang tidak kalah penting dalam pengembangan kapasitas generasi muda adalah manajemen keuangan. Pelatihan ini memberikan pemahaman dasar mengenai akuntansi sederhana, yang mencakup pencatatan transaksi keuangan, pengelolaan kas, serta analisis laporan keuangan. Dengan pengetahuan ini, generasi muda akan mampu mengelola keuangan usaha pariwisata mereka dengan lebih baik, sehingga dapat mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh.

Sebagai contoh, jika mereka menjalankan usaha kuliner yang menyajikan makanan khas daerah, mereka perlu memahami berapa biaya yang dikeluarkan untuk bahan baku, tenaga kerja, dan operasional lainnya. Dengan pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan, mereka dapat menghitung harga jual yang tepat, sehingga usaha mereka tetap menguntungkan. Selain itu, mereka juga akan belajar bagaimana cara menyusun anggaran dan memproyeksikan pendapatan, sehingga dapat mempersiapkan diri menghadapi fluktuasi yang mungkin terjadi dalam bisnis.

Dengan mengintegrasikan pelatihan manajemen dan manajemen keuangan, generasi muda di Lebakmuncang akan memiliki pondasi yang kuat untuk mengembangkan desa wisata mereka. Keterampilan kepemimpinan dan kewirausahaan yang mereka peroleh akan memungkinkan mereka untuk berinovasi dan menciptakan pengalaman wisata yang unik, sementara pengetahuan tentang manajemen keuangan akan memastikan keberlanjutan usaha yang dijalankan.

3. Pemasaran Pariwisata

Strategi pemasaran berbasis lokal, branding, serta teknik promosi melalui media sosial untuk menarik lebih banyak wisatawan (Wolok et al., 2020). Dalam era digital saat ini, strategi pemasaran berbasis lokal menjadi sangat relevan untuk menarik lebih banyak wisatawan ke Desa Wisata Lebakmuncang. Generasi muda, yang umumnya lebih akrab dengan teknologi, dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Mereka dapat menciptakan konten menarik yang menampilkan keindahan alam, budaya, dan keunikan desa tersebut. Misalnya, dengan menggunakan platform seperti Instagram atau TikTok, mereka dapat membagikan video pendek yang menunjukkan aktivitas menarik di desa, seperti festival budaya atau kuliner khas yang ditawarkan.

Branding juga merupakan aspek penting dalam pemasaran pariwisata. Generasi muda perlu memahami bagaimana menciptakan identitas yang kuat untuk Desa Wisata Lebakmuncang. Dengan mengembangkan logo yang menarik dan slogan yang mudah diingat, mereka dapat meningkatkan daya tarik desa tersebut di mata wisatawan. Sebagai contoh, jika desa tersebut memiliki keunikan dalam kerajinan tangan, maka branding yang menekankan pada aspek tersebut dapat menarik perhatian wisatawan yang mencari pengalaman autentik.

Pelatihan Bahasa: Meningkatkan Daya Saing Global

Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing, terutama bahasa Inggris, merupakan keterampilan penting dalam industri pariwisata (Ishak & Simanihuruk, 2021). Pelatihan bahasa dirancang untuk meningkatkan kemampuan berbicara dan memahami bahasa asing, sehingga generasi muda dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan mancanegara. Materi pelatihan bahasa dapat mencakup:

Dalam era globalisasi saat ini, kemampuan berbahasa Inggris menjadi salah satu kunci utama dalam meningkatkan daya saing, terutama di sektor pariwisata. Bagi generasi muda di desa wisata Lebakmuncang, pelatihan bahasa Inggris yang terstruktur dan efektif sangat penting untuk meningkatkan kemampuan komunikasi mereka. Dengan menguasai bahasa Inggris, mereka tidak hanya dapat berinteraksi dengan wisatawan asing, tetapi juga mampu memahami kebutuhan dan harapan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan.

1. Komunikasi Dasar dalam Bahasa Inggris:

Frasa umum, sapaan, dan kosakata yang sering digunakan dalam pelayanan wisata. Pelatihan komunikasi dasar dalam bahasa Inggris mencakup penguasaan frasa umum, sapaan, dan kosakata yang sering digunakan dalam pelayanan wisata. Misalnya, sapaan sederhana seperti "Welcome to Lebakmuncang!" atau "How can I assist you today?" dapat membuat wisatawan merasa lebih dihargai dan diterima. Selain itu, pemahaman kosakata yang berkaitan dengan produk lokal, seperti "traditional snacks" atau "cultural performances," akan membantu generasi muda dalam menjelaskan dan mempromosikan keunikan desa mereka kepada pengunjung. Dengan kemampuan ini, tidak hanya menjadi pemandu wisata yang lebih baik, tetapi juga duta budaya yang mampu memperkenalkan kekayaan lokal kepada dunia.

Pentingnya pelatihan ini tidak hanya terletak pada penguasaan bahasa itu sendiri, tetapi juga pada pengembangan kepercayaan diri generasi muda ketika berinteraksi dengan wisatawan. Misalnya, seorang pemuda yang sebelumnya merasa canggung untuk berbicara dengan orang asing, setelah mengikuti pelatihan, dapat dengan percaya diri menjelaskan tentang potensi wisata desa, seperti keindahan alam dan keragaman budaya yang ada. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih erat antara wisatawan dan masyarakat lokal, yang pada gilirannya dapat

meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

2. Simulasi Percakapan dengan Wisatawan

Melatih kemampuan generasi muda dalam menghadapi berbagai situasi yang mungkin terjadi selama interaksi dengan wisatawan. Simulasi percakapan dengan wisatawan merupakan salah satu metode efektif untuk melatih kemampuan generasi muda dalam menghadapi berbagai situasi yang mungkin terjadi selama interaksi dengan wisatawan. Dalam konteks pengembangan desa wisata Lebakmuncang, simulasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pelatihan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi yang esensial bagi generasi muda.

Melalui simulasi ini, generasi muda dapat berlatih menghadapi berbagai macam karakter wisatawan, mulai dari yang ramah hingga yang mungkin lebih menuntut. Misalnya, dalam sebuah sesi simulasi, mereka dapat diperkenalkan pada situasi di mana seorang wisatawan bertanya tentang sejarah dan budaya lokal. Dalam situasi ini, generasi muda harus mampu memberikan informasi yang akurat dan menarik, sehingga wisatawan merasa terhubung dengan budaya yang ada di desa tersebut. Dengan demikian, mereka tidak hanya belajar untuk menjawab pertanyaan, tetapi juga memahami pentingnya menyampaikan cerita yang dapat menarik perhatian wisatawan.

Selain itu, simulasi percakapan ini juga melibatkan skenario yang lebih kompleks, seperti menangani keluhan atau masalah yang mungkin dihadapi wisatawan. Misalnya, jika seorang wisatawan mengalami kesulitan dalam menemukan akomodasi atau mengalami masalah dengan layanan yang diberikan, generasi muda harus mampu merespons dengan cepat dan efektif. Hal ini tidak hanya memerlukan pengetahuan tentang fasilitas dan layanan yang ada, tetapi juga keterampilan interpersonal yang baik, seperti empati dan kemampuan untuk mendengarkan

dengan aktif. Dengan berlatih dalam situasi seperti ini, generasi muda akan lebih siap untuk mengatasi tantangan nyata yang mungkin mereka hadapi di lapangan.

Penggunaan role-playing dalam simulasi ini juga memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berlatih berkolaborasi dan bekerja dalam tim. Misalnya, mereka dapat dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil, di mana setiap kelompok bertanggung jawab untuk mempresentasikan berbagai aspek dari desa wisata, seperti kuliner, atraksi alam, dan kerajinan tangan lokal. Ini tidak hanya meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan tanggung jawab terhadap pengembangan desa wisata. Ketika mereka belajar untuk saling mendukung dan menghargai kontribusi masing-masing, mereka juga membangun jaringan yang kuat di antara sesama generasi muda.

3. Pengembangan Modul Bahasa

Pembekalan modul interaktif untuk pembelajaran bahasa yang lebih menyenangkan dan efektif (Yuniarti & Aji, 2024)(Zuriah et al., 2016). Pengembangan modul bahasa yang interaktif dan menarik sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran bahasa, terutama di kalangan generasi muda. Dalam konteks ini, modul yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai alat pengajaran, tetapi juga sebagai sarana untuk membangkitkan minat dan motivasi siswa dalam belajar. Dengan pendekatan yang tepat, pembelajaran bahasa dapat menjadi pengalaman yang menyenangkan dan produktif.

Salah satu aspek penting dalam pengembangan modul bahasa adalah penggunaan teknologi. Misalnya, aplikasi pembelajaran yang menggabungkan elemen permainan dapat membuat siswa lebih terlibat. Dengan fitur seperti kuis interaktif, tantangan harian, dan penghargaan virtual, siswa dapat merasakan kemajuan mereka dengan cara yang menyenangkan. Sebagai contoh, aplikasi seperti Duolingo telah berhasil

menarik perhatian banyak pengguna muda dengan pendekatan gamifikasi yang mereka tawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pembelajaran disajikan dalam bentuk yang menarik, siswa cenderung lebih termotivasi untuk belajar dan berlatih.

Selain itu, penting untuk memasukkan elemen budaya dalam modul bahasa. Mengajarkan bahasa tidak hanya berarti mengajarkan tata bahasa dan kosakata, tetapi juga memahami konteks budaya di balik bahasa tersebut. Misalnya, dalam pembelajaran bahasa Inggris, mengenalkan siswa pada film, musik, dan sastra berbahasa Inggris dapat memberikan mereka wawasan lebih dalam tentang nuansa dan penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Dengan cara ini, siswa tidak hanya belajar bahasa, tetapi juga mengembangkan pemahaman yang lebih luas tentang budaya yang berhubungan dengan bahasa tersebut.

Keterampilan Teknologi: Digitalisasi dalam Pengembangan Pariwisata

Di era digital, keterampilan teknologi menjadi aspek krusial dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Generasi muda perlu dibekali dengan kemampuan dalam menggunakan teknologi untuk mempromosikan dan mengelola destinasi wisata. Pelatihan teknologi dapat mencakup:

1. Pembuatan Website dan Konten Digital:

Membantu generasi muda untuk membuat website desa wisata yang menarik dan informatif, serta memanfaatkan platform digital untuk promosi. Di era digital saat ini, keterampilan teknologi menjadi salah satu aspek krusial dalam pengembangan pariwisata, terutama di desa-desa wisata seperti Lebakmuncang. Generasi muda, yang dikenal dengan kemampuannya beradaptasi dengan teknologi, memiliki peran penting dalam memanfaatkan potensi digital untuk menarik wisatawan.

Salah satu langkah awal yang dapat diambil adalah pembuatan website dan konten digital yang menarik dan informatif. Website yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai etalase desa wisata, tetapi juga sebagai sumber informasi yang dapat diakses oleh calon pengunjung. Misalnya, dengan menampilkan foto-foto yang menawan dari pemandangan alam, budaya lokal, serta aktivitas yang dapat dilakukan di desa tersebut, generasi muda dapat menciptakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan.

Lebih jauh, generasi muda dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial untuk promosi. Melalui Instagram, Facebook, dan platform lainnya, mereka dapat membagikan pengalaman unik dan keindahan Lebakmuncang kepada audiens yang lebih luas. Konten yang menarik, seperti video pendek yang menampilkan keindahan alam atau event-event lokal, dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Dengan menggunakan hashtag yang relevan, mereka juga dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam, sehingga meningkatkan visibilitas desa wisata di ranah digital.

Namun, pembuatan website dan konten digital bukanlah sekadar soal estetika; ada aspek teknis yang juga perlu diperhatikan. Generasi muda harus memahami dasar-dasar SEO (Search Engine Optimization) agar website yang mereka buat dapat muncul di halaman pertama pencarian Google. Ini termasuk penggunaan kata kunci yang tepat, struktur website yang baik, serta pengoptimalan kecepatan loading halaman. Dengan demikian, website tidak hanya menjadi menarik tetapi juga efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Selanjutnya, pentingnya pelatihan dan pengembangan kapasitas dalam hal keterampilan digital bagi generasi muda tidak dapat diabaikan. Program-program pelatihan yang fokus pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dapat membantu mereka mengasah keterampilan yang diperlukan untuk mengelola website dan konten digital. Misalnya, pelatihan

tentang pembuatan konten visual dan editing video dapat memberikan mereka alat yang diperlukan untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan profesional. Dengan adanya pelatihan ini, generasi muda di Lebakmuncang tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga menjadi inovator yang mampu menciptakan solusi kreatif untuk tantangan yang dihadapi oleh desa wisata.

2. Pemasaran Digital dan Media Sosial

Mengajarkan strategi SEO, penggunaan media sosial, dan iklan digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Generasi muda di Lebakmuncang memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mempromosikan desa wisata mereka. Salah satu aspek yang krusial adalah pemasaran digital dan media sosial. Dengan mengajarkan strategi optimasi mesin pencari (SEO), generasi muda dapat meningkatkan visibilitas desa wisata mereka di internet, sehingga menarik lebih banyak pengunjung. Misalnya, dengan menggunakan kata kunci yang tepat dan membuat konten yang relevan, mereka dapat memastikan bahwa informasi tentang desa wisata Lebakmuncang muncul di halaman pertama hasil pencarian Google.

Selain itu, penggunaan media sosial juga sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Generasi muda dapat dilatih untuk membuat konten menarik di platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Konten visual yang menonjol, seperti foto-foto indah dari pemandangan alam dan aktivitas lokal, dapat menarik perhatian pengguna media sosial. Contohnya, sebuah video pendek yang menunjukkan keindahan alam dan budaya lokal dapat menjadi viral, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan desa wisata tersebut. Dengan pendekatan yang kreatif dan inovatif, generasi muda dapat memanfaatkan kekuatan media sosial untuk membangun komunitas pengunjung yang setia.

Iklan digital juga merupakan alat yang sangat berguna dalam pemasaran pariwisata. Dengan menggunakan platform iklan seperti Google Ads atau Facebook Ads, generasi muda dapat menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan minat dan lokasi. Misalnya, mereka dapat menargetkan iklan kepada orang-orang yang tertarik dengan ekowisata atau petualangan alam, sehingga meningkatkan kemungkinan kunjungan ke desa wisata Lebakkuncang. Melalui pendekatan ini, generasi muda tidak hanya belajar tentang pemasaran, tetapi juga tentang analisis data dan bagaimana mengukur efektivitas kampanye iklan mereka.

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa digitalisasi bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang membangun hubungan. Generasi muda harus diajarkan untuk berinteraksi dengan pengunjung secara online, menjawab pertanyaan, dan membangun komunitas. Ini menciptakan rasa keterhubungan yang lebih dalam antara desa wisata dan pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kunjungan berulang.

Dengan semua keterampilan ini, generasi muda di Lebakkuncang tidak hanya berperan sebagai pengelola pariwisata, tetapi juga sebagai duta budaya yang mempromosikan keunikan desa mereka. Mereka dapat mengedukasi pengunjung tentang tradisi lokal, kuliner khas, dan keindahan alam yang ada. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan desa melalui pariwisata, tetapi juga membantu melestarikan budaya dan lingkungan.

3. Aplikasi Manajemen Pariwisata

Pelatihan penggunaan aplikasi untuk reservasi, pembayaran digital, dan analisis data pengunjung. Di era modern ini, teknologi memegang peranan yang sangat penting dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata. Generasi muda di Desa Lebakkuncang memiliki kesempatan yang sangat besar untuk berkontribusi dalam pengembangan desa wisata melalui penguasaan

keterampilan teknologi, terutama dalam aspek digitalisasi. Digitalisasi dalam pariwisata tidak hanya mencakup penggunaan alat-alat digital, tetapi juga penerapan strategi yang cerdas untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengunjung. Salah satu contoh konkret adalah pelatihan penggunaan aplikasi manajemen pariwisata yang dapat membantu para pelaku usaha lokal dalam mengelola reservasi, pembayaran digital, dan analisis data pengunjung.

Aplikasi manajemen pariwisata seperti Traveloka atau Tiket.com, misalnya, memungkinkan pengelola homestay, restoran, dan atraksi wisata untuk mengelola reservasi dengan lebih mudah dan efisien. Melalui pelatihan yang tepat, generasi muda dapat belajar cara menggunakan aplikasi ini untuk mengoptimalkan layanan mereka. Dengan memahami cara kerja aplikasi, mereka dapat meminimalkan kesalahan dalam pemesanan, meningkatkan kepuasan pengunjung, dan pada akhirnya, meningkatkan reputasi desa wisata. Selain itu, penggunaan pembayaran digital seperti OVO atau GoPay juga menjadi penting, karena memberikan kemudahan bagi pengunjung yang lebih memilih transaksi tanpa uang tunai. Hal ini tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga memberikan rasa aman bagi pengunjung.

Pendampingan oleh Pemerintah dan NGO: Dukungan dan Program Pemberdayaan dari Pihak Eksternal

Desa Wisata Lebakmuncang memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata unggulan di Kabupaten Bandung (Hariyanto & Sihombing, 2019). Namun, pengembangan desa wisata tidak dapat berjalan optimal tanpa dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah dan Non-Governmental Organizations (NGO). Peran pemerintah dan NGO sangat penting dalam memberikan pendampingan, dukungan, serta program pemberdayaan untuk meningkatkan kapasitas generasi muda sebagai penggerak utama pariwisata desa. Bab ini akan membahas berbagai bentuk dukungan

dan program pemberdayaan yang dapat diberikan oleh pemerintah dan NGO guna memperkuat peran generasi muda dalam memajukan Desa Wisata Lebakkuncang.

1. Peran Pemerintah dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Desa

Pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah, memiliki tanggung jawab besar dalam mendorong pengembangan desa wisata. Beberapa bentuk dukungan yang dapat diberikan antara lain:

a. Penyediaan Infrastruktur:

Pemerintah dapat meningkatkan infrastruktur dasar, seperti jalan, jaringan listrik, dan akses internet, yang sangat penting bagi kelancaran operasional pariwisata.

- 1) Bantuan Dana dan Hibah: Melalui program Dana Desa, pemerintah dapat mengalokasikan anggaran khusus untuk pengembangan pariwisata. Selain itu, hibah pariwisata dan bantuan modal usaha dapat membantu generasi muda memulai dan mengembangkan bisnis pariwisata.

Salah satu aspek utama dari dukungan pemerintah adalah penyediaan infrastruktur yang memadai untuk desa wisata. Infrastruktur yang baik, seperti jalan yang mulus, akses transportasi yang mudah, serta fasilitas umum yang memadai, sangat penting untuk menarik wisatawan. Misalnya, jika sebuah desa wisata memiliki jalan yang rusak, hal ini akan menjadi penghalang bagi wisatawan untuk berkunjung.

Oleh karena itu, pemerintah perlu mengalokasikan dana untuk memperbaiki dan membangun infrastruktur yang mendukung. Contohnya, proyek pembangunan jalan menuju objek wisata di Desa Lebakkuncang yang dilakukan oleh pemerintah daerah telah berhasil meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan.

Dengan akses yang lebih baik, wisatawan merasa lebih nyaman dan tertarik untuk menjelajahi keindahan alam serta budaya lokal yang ditawarkan.

Selain infrastruktur, bantuan dana dan hibah juga merupakan bentuk dukungan yang sangat penting. Dana tersebut dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti pengembangan fasilitas wisata, pelatihan bagi generasi muda, serta promosi desa wisata. Misalnya, sebuah NGO dapat memberikan hibah untuk mendirikan pusat informasi wisata yang dikelola oleh pemuda setempat. Pusat informasi ini tidak hanya memberikan informasi kepada pengunjung, tetapi juga menjadi tempat bagi generasi muda untuk belajar tentang manajemen pariwisata dan pemasaran. Dengan demikian, mereka tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam pengembangan pariwisata di desa mereka.

Dukungan dari pemerintah dan NGO juga dapat berupa program pelatihan dan workshop yang dirancang khusus untuk meningkatkan keterampilan generasi muda dalam bidang pariwisata. Pelatihan ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti manajemen usaha, pemasaran digital, hingga pelayanan pelanggan. Dengan keterampilan yang mumpuni, generasi muda akan lebih siap untuk mengelola usaha pariwisata, seperti homestay, restoran, atau penyediaan jasa pemandu wisata. Sebagai contoh, di beberapa desa wisata yang telah berhasil, generasi muda yang telah mengikuti pelatihan mampu menciptakan paket wisata yang menarik, yang tidak hanya menawarkan pengalaman wisata, tetapi juga memperkenalkan budaya lokal kepada pengunjung.

- 2) Pelatihan dan Sertifikasi: Pemerintah daerah dapat menyelenggarakan pelatihan pariwisata yang mencakup

manajemen usaha, bahasa asing, dan pemasaran digital, serta memberikan sertifikasi bagi peserta yang berhasil menyelesaikan program pelatihan tersebut.

Selain infrastruktur, pelatihan dan sertifikasi juga merupakan bagian integral dari dukungan pemerintah dalam pengembangan pariwisata. Pemerintah daerah dapat menyelenggarakan pelatihan pariwisata yang mencakup berbagai aspek penting, seperti manajemen usaha, bahasa asing, dan pemasaran digital. Misalnya, dengan memberikan pelatihan bahasa asing, generasi muda di Lebakkuncang akan lebih siap untuk berinteraksi dengan wisatawan asing, sehingga dapat meningkatkan pengalaman mereka. Selain itu, pelatihan dalam pemasaran digital akan membantu para pelaku usaha lokal untuk mempromosikan produk dan layanan mereka secara lebih efektif melalui media sosial dan platform online lainnya. Dengan memberikan sertifikasi bagi peserta yang berhasil menyelesaikan program pelatihan tersebut, pemerintah tidak hanya memberikan pengakuan atas kemampuan mereka, tetapi juga meningkatkan daya saing generasi muda dalam industri pariwisata.

Dukungan dari NGO juga sangat penting dalam konteks ini. Banyak organisasi non-pemerintah yang memiliki program pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada pengembangan pariwisata berkelanjutan. Misalnya, NGO dapat membantu dalam pengembangan kurikulum pelatihan yang lebih relevan dengan kebutuhan lokal, serta menyediakan sumber daya tambahan seperti mentor atau pelatih berpengalaman. Dengan adanya kolaborasi antara pemerintah dan NGO, generasi muda di Lebakkuncang dapat memperoleh

pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola usaha pariwisata secara profesional.

- 3) Promosi Destinasi Wisata: Pemerintah dapat berperan dalam mempromosikan Desa Wisata Lebakkuncang melalui berbagai platform, baik secara online maupun offline, serta berpartisipasi dalam pameran pariwisata nasional dan internasional.

Selanjutnya, promosi destinasi wisata menjadi aspek yang tidak kalah penting. Pemerintah dapat berperan dalam mempromosikan Desa Wisata Lebakkuncang melalui berbagai platform, baik secara online maupun offline. Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial dan situs web pariwisata menjadi sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Misalnya, pemerintah dapat membuat kampanye media sosial yang menarik dengan menampilkan keindahan alam dan budaya lokal, serta pengalaman unik yang ditawarkan oleh desa tersebut. Selain itu, berpartisipasi dalam pameran pariwisata nasional dan internasional juga menjadi strategi yang efektif untuk memperkenalkan Desa Wisata Lebakkuncang kepada pasar global. Di pameran tersebut, pemerintah dapat menyediakan booth yang menarik dan informatif, serta mengundang tokoh-tokoh pariwisata untuk memberikan testimoni tentang potensi desa.

Tidak hanya pemerintah, peran NGO juga sangat penting dalam mendukung pengembangan desa wisata. NGO seringkali memiliki sumber daya dan jaringan yang luas, serta pengalaman dalam memberdayakan masyarakat lokal. Mereka dapat memberikan pelatihan dan workshop bagi generasi muda di Desa Lebakkuncang tentang manajemen pariwisata, pemasaran, dan pelestarian budaya. Misalnya, sebuah

NGO dapat mengadakan program pelatihan yang mencakup pembuatan produk kerajinan tangan lokal yang dapat dijual kepada wisatawan, sekaligus mengajarkan generasi muda tentang pentingnya menjaga warisan budaya mereka. Dengan demikian, generasi muda tidak hanya terlibat dalam kegiatan pariwisata, tetapi juga menjadi agen perubahan yang berkontribusi pada pelestarian budaya dan lingkungan.

b. Program Pemberdayaan oleh NGO: Pendampingan yang Berkelanjutan

Selain pemerintah, NGO juga memiliki kontribusi penting dalam pengembangan kapasitas generasi muda di sektor pariwisata. NGO sering kali menjadi jembatan antara masyarakat desa dan sumber daya yang tidak terjangkau. Beberapa program yang dapat dilaksanakan oleh NGO meliputi:

- 1) Pelatihan Soft Skills dan Kewirausahaan: NGO dapat menyelenggarakan pelatihan yang berfokus pada pengembangan soft skills, seperti komunikasi, kepemimpinan, dan kemampuan bernegosiasi, serta kewirausahaan sosial yang berkelanjutan.

Salah satu program yang dapat diimplementasikan adalah pelatihan soft skills dan kewirausahaan. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mencakup pengembangan kemampuan interpersonal yang sangat dibutuhkan dalam industri pariwisata. Misalnya, kemampuan komunikasi yang baik dapat membantu generasi muda dalam berinteraksi dengan wisatawan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih positif bagi pengunjung.

Transisi antara dukungan pemerintah dan peran NGO sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang saling mendukung. Ketika pemerintah

menyediakan infrastruktur dan promosi, NGO dapat mengisi kekosongan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Kolaborasi antara kedua pihak ini dapat menciptakan sinergi yang kuat, di mana generasi muda tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga aktor utama dalam pengembangan desa wisata.

- 2) Fasilitasi Kemitraan dan Jaringan: NGO dapat membantu membangun kemitraan antara desa wisata dan pelaku industri pariwisata, seperti agen perjalanan, hotel, dan platform digital, untuk memperluas akses pasar.

Fasilitasi kemitraan dan jaringan juga merupakan aspek penting yang dapat dilakukan oleh NGO. Dengan membangun kemitraan antara desa wisata dan pelaku industri pariwisata, seperti agen perjalanan, hotel, dan platform digital, NGO dapat membantu memperluas akses pasar bagi produk pariwisata lokal. Contohnya, NGO dapat mengorganisir pameran atau festival yang melibatkan pelaku industri pariwisata untuk mempromosikan desa wisata Lebakmuncang. Kegiatan semacam ini tidak hanya meningkatkan visibilitas desa tetapi juga menciptakan peluang bagi generasi muda untuk

- 3) Pendampingan Teknis: Melalui program pendampingan, NGO dapat memberikan konsultasi teknis terkait pengelolaan homestay, penyusunan paket wisata, hingga pemasaran berbasis teknologi.

Di sisi lain, NGO juga memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan kapasitas generasi muda. Melalui program pemberdayaan, NGO dapat memberikan pendampingan yang berkelanjutan, yang

tidak hanya terbatas pada aspek teknis tetapi juga mencakup pengembangan soft skills.

4) Program Pemberdayaan Perempuan dan Inklusi Sosial: NGO sering kali memiliki program khusus yang bertujuan untuk memberdayakan perempuan dan kelompok rentan di desa, memastikan bahwa manfaat ekonomi dari pariwisata dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Program pemberdayaan perempuan dan inklusi sosial yang dijalankan oleh NGO juga sangat penting. Dalam banyak kasus, perempuan di desa sering kali menjadi kelompok yang terpinggirkan dalam pengembangan ekonomi. NGO dapat membantu menciptakan program yang mendukung perempuan untuk berpartisipasi dalam sektor pariwisata, seperti pelatihan dalam pengolahan makanan lokal atau kerajinan tangan yang dapat dijual kepada wisatawan. Misalnya, melalui workshop yang diselenggarakan oleh NGO, perempuan di Lebakmuncang dapat belajar cara membuat produk kerajinan yang menarik, sehingga mereka dapat berkontribusi secara ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka. Dengan memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat, termasuk kelompok rentan, terlibat dalam pengembangan pariwisata, maka manfaat ekonomi dari sektor ini akan lebih merata dan berkelanjutan.

c. Tantangan dan Solusi dalam Pelaksanaan Program Pendampingan

Meski berbagai dukungan telah diberikan, terdapat sejumlah tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan program pendampingan, antara lain:

1) Keterbatasan Anggaran dan Sumber Daya: Keterbatasan dana sering kali menjadi hambatan dalam mereal-

isasikan program pelatihan dan pemberdayaan. *Solusi:* Memanfaatkan dana Corporate Social Responsibility (CSR) dari perusahaan swasta serta membangun kemitraan strategis dengan lembaga donor internasional.

- 2) Kesenjangan Kapasitas: Perbedaan tingkat pendidikan dan keterampilan di antara peserta pelatihan dapat mempengaruhi efektivitas program. *Solusi:* Penyusunan modul pelatihan yang adaptif sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.
- 3) Kurangnya Kesadaran Masyarakat: Beberapa anggota masyarakat masih kurang menyadari potensi pariwisata sebagai sumber penghasilan. *Solusi:* Mengadakan kampanye kesadaran dan sosialisasi rutin mengenai manfaat pariwisata berbasis komunitas.

B. Pendidikan Informal dan Pertukaran Pengetahuan: Inisiatif Lokal seperti Workshop dan Diskusi Kelompok

Di tengah perkembangan pariwisata berbasis komunitas, pendidikan informal menjadi elemen penting dalam meningkatkan kapasitas generasi muda di Desa Wisata Lebakmuncang. Pendidikan informal, yang mencakup berbagai bentuk pembelajaran di luar sistem pendidikan formal, seperti workshop, diskusi kelompok, dan pelatihan berbasis komunitas, memberikan peluang bagi generasi muda untuk memperoleh keterampilan praktis dan pengetahuan baru. Bab ini akan membahas bagaimana inisiatif lokal dalam bentuk pendidikan informal dapat menjadi motor penggerak bagi pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Pentingnya Pendidikan Informal dalam Pengembangan Pariwisata Desa

Pendidikan informal berperan sebagai jembatan untuk mengisi kesenjangan keterampilan yang mungkin tidak terakomodasi oleh pendidikan formal (Widyaningsih, 2019). Di Desa Wisata Lebakmuncang, pendidikan informal menjadi sarana efektif untuk memberdayakan generasi muda dalam berbagai aspek pariwisata, mulai dari manajemen usaha, pelayanan wisata, hingga pemasaran digital. Manfaat utama dari pendidikan informal antara lain:

1. **Fleksibilitas Pembelajaran:** Pendidikan informal memungkinkan generasi muda belajar sesuai dengan waktu dan kebutuhan mereka tanpa terikat oleh kurikulum formal.
2. **Pembelajaran Berbasis Praktik:** Melalui kegiatan seperti workshop dan diskusi kelompok, generasi muda dapat langsung mempraktikkan pengetahuan yang mereka peroleh.
3. **Mendorong Kolaborasi dan Kreativitas:** Diskusi kelompok mendorong pertukaran ide dan kolaborasi yang dapat menghasilkan solusi inovatif untuk pengembangan pariwisata desa.

Inisiatif Lokal: Workshop sebagai Wadah Peningkatan Kapasitas

Workshop merupakan salah satu bentuk pendidikan informal yang sangat efektif dalam membekali generasi muda dengan keterampilan praktis. Beberapa jenis workshop yang dapat dikembangkan di Desa Wisata Lebakmuncang antara lain:

1. **Workshop Pengelolaan Homestay:** Melatih generasi muda dalam mengelola homestay, mulai dari pelayanan tamu, manajemen kebersihan, hingga penetapan harga dan strategi pemasaran.
2. **Workshop Pembuatan Kerajinan Tangan Lokal:** Mengajarkan cara membuat produk kerajinan tangan yang dapat dijual sebagai

oleh-oleh, seperti anyaman bambu, batik, dan kerajinan dari bahan alami.

3. **Workshop Fotografi dan Videografi:** Melatih keterampilan fotografi dan videografi untuk kebutuhan promosi desa wisata melalui media sosial dan platform digital lainnya.
4. **Workshop Digital Marketing:** Mengajarkan strategi pemasaran online, seperti penggunaan SEO, media sosial, dan email marketing untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Diskusi Kelompok: Membangun Jaringan dan Pertukaran Pengetahuan

Diskusi kelompok merupakan pendekatan lain dalam pendidikan informal yang dapat memfasilitasi pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar anggota komunitas (Susanti et al., 2023). Beberapa manfaat dari diskusi kelompok adalah:

1. **Pembelajaran Kolektif:** Diskusi kelompok memungkinkan para peserta saling berbagi pengetahuan dan pengalaman, sehingga memperkaya wawasan satu sama lain.
2. **Pemecahan Masalah secara Kolaboratif:** Melalui diskusi, generasi muda dapat menemukan solusi bersama untuk berbagai tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan pariwisata desa.
3. **Pemberdayaan Komunitas:** Diskusi kelompok juga dapat menjadi sarana untuk membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap kemajuan desa. Contoh kegiatan diskusi kelompok yang dapat dilakukan di Desa Wisata Lebakmuncang meliputi:
4. **Diskusi tentang Tren Pariwisata:** Membahas tren terbaru dalam pariwisata, seperti eco-tourism dan cultural tourism, serta cara mengintegrasikannya ke dalam paket wisata desa.

5. **Sesi Curah Pendapat (Brainstorming):** Mengumpulkan ide-ide kreatif dari generasi muda untuk mengembangkan atraksi wisata baru yang unik dan menarik.
6. **Forum Pertukaran Pengetahuan dengan Pelaku Pariwisata:** Mengundang pelaku pariwisata berpengalaman untuk berbagi pengetahuan dan tips sukses dalam industri pariwisata.

C. Tantangan dan Solusi dalam Pelaksanaan Pendidikan Informal (Handoko & Iqbal, 2024)

Terdapat beberapa tantangan dalam menerapkan program pendidikan informal, antara lain:

1. **Keterbatasan Fasilitator:** Kurangnya tenaga ahli yang dapat memberikan pelatihan dan bimbingan.
Solusi: Melibatkan relawan dari universitas, LSM, atau pelaku industri pariwisata untuk berbagi ilmu dan pengalaman.
2. **Kurangnya Fasilitas dan Sumber Daya:** Keterbatasan fasilitas seperti ruang pelatihan dan peralatan pendukung.
Solusi: Memanfaatkan ruang publik desa seperti balai desa atau area terbuka, serta mengoptimalkan sumber daya yang ada secara kreatif.
3. **Minimnya Partisipasi Masyarakat:** Masih ada sebagian generasi muda yang kurang tertarik untuk mengikuti kegiatan pelatihan. (Manajemen Perubahan Dalam Menghadapi Tantangan dan Mengoptimalkan et al., 2023)
Solusi: Mengadakan kegiatan yang lebih menarik, seperti pelatihan berbasis praktik dan simulasi langsung, serta memberikan insentif bagi peserta yang aktif.

D. Daftar Pustaka

Afriany, A. N., Suhartini, Y., Ardiyanto, F., Basri, A. I., & Ningrum, N. R. (2019). Pelatihan dan pembinaan penerapan ilmu manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran dalam usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Klaten Selatan. *Abdimas Nusantara*, 1(1), 1–8. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/abdimasnusantara/article/view/415>

Handoko, K., & Iqbal, M. (2024). Tantangan dan perubahan dalam sistem pendidikan: Isu-isu persekolahan kontemporer dan upaya penanganannya. *Journal of Sustainable Education*, 1(2), 20–30.

Hariyanto, O. I. B., & Sihombing, D. A. (2019). Tradisi ritual masyarakat Desa Rawabogo Ciwidey sebagai daya tarik desa wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 1(1), 33–38. <https://doi.org/10.37253/altasia.v1i1.338>

Ishak, R. P., & Simanihuruk, M. (2021). Pelatihan bahasa Inggris bagi Pokdarwis dalam rangka mendukung pengembangan desa wisata di Desa Sukajadi Bogor. *Academics in Action Journal of Community Empowerment*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.33021/aia.v3i1.1600>

Manajemen Perubahan dalam Menghadapi Tantangan dan Mengoptimalkan, P., Aulia, R., & Bisnis Islam, E. (2023). The role of change management in facing challenges and optimizing opportunities in the digital age. *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)*, 1(2), 2986–9463.

Sulistyo, A., Yudiandri, T. E., & Kusumawati, F. D. (2024). Penguatan kapasitas SDM melalui Sadar Wisata 5.0 dalam menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(2), 251. <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i2.21127>

Susanti, I., Syihabudin, D., Septiani, W., & Melani, M. (2023). Optimasi manajemen sumber daya manusia di organisasi komunitas melalui pelatihan dan konseling di Leuwigoong Garut. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 32–36. <https://doi.org/10.56457/dinamika.v1i2.479>

Sutopo, D. S. (2024). Menuju desa sejahtera (welfare village): Pemberdayaan pembangunan pedesaan melalui perencanaan ruang partisipatif berbasis potensi desa. *Journal Education and Development*, 12(2), 274–280.

Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model pengembangan pariwisata kreatif untuk mencapai keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>

Widyaningsih, H. (2019). Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Desa Sendangagung. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1), 68–76.

Wolok, T., Sulila, I., & Dungga, W. A. (2020). Implementasi PPDM Desa Iluta Pesisir Danau Limboto melalui manajemen keuangan dan standarisasi ragam produk eceng gondok sebagai produk unggulan. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 240–247. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v1i2.5625>

Yuniarti, Y., & Aji, D. S. (2024). Pembekalan song-based English teaching material bagi guru taman kanak-kanak se Kubu Raya. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 760. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i2.2079>

Zuriah, N., Sunaryo, H., & Yusuf, N. (2016). IbM guru dalam pengembangan bahan ajar kreatif inovatif berbasis potensi lokal. *Dedikasi*, 13, 39. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/dedikasi/article/view/3136>

E. Biografi



Rilla Sovitriana, bekerja sebagai dosen Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 1996. Saat ini di Universitas Persada Indonesia YAI menjabat sebagai Kapordi Magister Sains Psikologi dan Wakil Direktur Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM).

Sebagai Psikolog di Rumah Sakit Islam Pondok Kopi Jakarta sejak tahun 2000 hingga Sekaran. Bertugas sebagai tenaga ahli Psikolog Klinis di Panti Sosial milik Dinas Sosial DKI Jakarta diantaranya Panti Sosial Bina Laras (PSBL) HS 1, PSBL HS 3, Rumah Aman (RA), PSAA Putra Utama 4, PSTW Budi Mulia 4 dan Panti Sosial Bhakti Kasih (PSBK), dan beberapa UILS di Jakarta sejak tahun 2016 hingga sekarang.

Lahir di Semarang 5 Maret 1969, penulis pernah menempuh pendidikan S1, S2 dan S3 jurusan Psikologi di Universitas Surabaya & Universitas Persada Indonesia YAI. Pernah memperoleh berbagai Hibah Penelitian Ristekdikti tahun 2013, 2014 dan tahun 2020 dari Kemendikbudristek, penelitian Hibah Riset Dasar PKDN thn 2024 dan Hibah Riset Dasar Katalis thn 2024. Hibah Pengabdian Masyarakat PKM Kemendikbudristek pada tahun 2020, Hibah PKM Kemendikbudristek tahun 2023 dan 2024. Dana Hibah Maching Fund – Kedaireka tahun 2022. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0812 1805 334. Email: rilla.sovitriana@gmail.com.



BAB V

KETERLIBATAN GENERASI MUDA DALAM PEMASARAN DAN BRANDING DESA WISATA LEBAKMUNCANG CIWIDEY JAWA BARAT

M Anno Suwarno, S.Kom., M.Kom.

Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M.

Dian Gustina, S.Kom., M.M.S.I.

I Gede Agus Suwartane, S.T., M.Kom.,

Asril Basry, S.Kom., M.Kom.,

Fahrul Nurzaman, S.T., M.T.I.

A. Pendahuluan

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi digital, sektor pariwisata mengalami transformasi besar-besaran. Desa-desa wisata kini menjadi destinasi yang semakin populer karena daya tarik budaya lokal, pemandangan alam, dan pengalaman unik yang ditawarkan. Namun di sisi lain, desa wisata memerlukan strategi pemasaran dan branding yang kuat untuk mencapai target yang lebih luas. Generasi muda memiliki peranan yang sangat penting dalam pemasaran dan branding desa wisata. Hal ini dikarenakan mereka memiliki akses yang luas ke teknologi dan media sosial. Mereka tidak hanya memiliki keterampilan digital yang diperlukan tetapi juga semangat untuk mempromosikan potensi desanya.

Lebalmuncang, sebuah desa yang terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, memiliki potensi luar biasa untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Dengan keindahan alam yang memukau, serta kekayaan budaya yang beragam, Lebalmuncang menawarkan pengalaman unik bagi para pengunjung. Desa ini dikelilingi oleh pegunungan, ladang hijau, dan aliran sungai yang jernih, menjadikannya tempat ideal untuk berwisata alam. Selain itu, keberadaan masyarakat lokal yang ramah dan berbagai tradisi yang masih dilestarikan memberikan nilai tambah bagi daya tarik desa ini. (Kemenkraf, 2023)

Desa wisata menjadi salah satu sektor pariwisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, salah satunya adalah desa Lebalmuncang yang kaya akan keindahan alam dan budaya. Namun, potensi ini sering kali belum dimaksimalkan karena kurangnya promosi yang tepat dan strategi pemasaran yang efektif. Generasi muda dapat ikut berperan aktif dalam mengembangkan dan memasarkan desa wisata melalui berbagai cara yang kreatif dan inovatif. Dengan memanfaatkan daya tarik unik Lebalmuncang dan melibatkan generasi muda dalam upaya pemasaran serta pelestarian budaya, desa ini memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan di Jawa Barat.

B. Pentingnya Keterlibatan Kaum Muda

Melibatkan generasi muda dalam pengembangan desa wisata sangat penting, terutama dalam aspek pemasaran dan branding. Generasi muda memiliki keterampilan dan pemahaman yang lebih baik tentang teknologi dan media sosial, yang merupakan alat penting dalam mempromosikan suatu destinasi. Dengan kreativitas dan inovasi yang mereka miliki, kaum muda dapat menciptakan konten menarik yang dapat meningkatkan visibilitas Lebakmuncang di kalangan wisatawan. Selain itu, keterlibatan mereka dapat menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pelestarian budaya dan lingkungan, sehingga memberikan dampak positif bagi keberlanjutan desa wisata. Melibatkan generasi muda dalam pengelolaan desa wisata sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan inovasi. Menurut (Panda, 2024) Beberapa cara untuk melibatkan mereka secara efektif:

1. Pendidikan dan Pelatihan

- a. Workshop dan Seminar: Menyelenggarakan pelatihan tentang manajemen pariwisata, pemasaran digital, dan keterampilan lainnya yang relevan. Ini akan membekali generasi muda dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.
- b. Program Magang: Membuka kesempatan magang di berbagai sektor pariwisata, seperti hotel, restoran, atau lembaga pariwisata lokal, untuk memberikan pengalaman langsung.

2. Pemberdayaan Melalui Proyek

- a. Kegiatan Berbasis Komunitas: Mengajak pemuda untuk berpartisipasi dalam proyek pengembangan desa wisata, seperti perencanaan acara, pengelolaan homestay, atau pengembangan atraksi wisata.
- b. Inisiatif Kreatif: Mendorong pemuda untuk mengembangkan proyek kreatif, seperti pembuatan konten promosi,

pengorganisasian festival budaya, atau pengembangan produk kerajinan lokal.

3. Forum Diskusi dan Rapat

- a. Membentuk Kelompok Pemuda: Membentuk kelompok atau organisasi pemuda yang fokus pada pengembangan desa wisata. Forum ini dapat menjadi tempat untuk berdiskusi, merencanakan kegiatan, dan berbagi ide.
- b. Rapat Teratur: Mengadakan rapat reguler antara pemuda dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendiskusikan kemajuan, tantangan, dan peluang dalam pengelolaan desa wisata.

4. Kolaborasi dengan Pihak Terkait

- a. Kemitraan dengan Lembaga Pendidikan: Menjalin kerja sama dengan sekolah atau universitas untuk mengadakan program penelitian atau proyek komunitas yang melibatkan mahasiswa.
- b. Dukungan dari Pemerintah: Melibatkan pemerintah lokal dalam memberikan dukungan, seperti dana atau fasilitas, untuk kegiatan yang diinisiasi oleh generasi muda.

5. Pemasaran dan Promosi

- a. Manajemen Media Sosial: Mengajak pemuda untuk mengelola akun media sosial desa, menciptakan konten menarik, dan mempromosikan atraksi wisata kepada audiens yang lebih luas.
- b. Kampanye Digital: Melibatkan generasi muda dalam merancang dan menjalankan kampanye pemasaran digital, termasuk penggunaan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

6. Mendorong Kreativitas dan Inovasi

- a. Kompetisi Inovasi: Menyelenggarakan kompetisi untuk ide-ide inovatif yang dapat meningkatkan pengelolaan desa wisata, seperti aplikasi mobile atau program wisata baru.

- b. Bantuan untuk Usaha Baru: Memberikan dukungan bagi pemuda yang ingin memulai usaha di bidang pariwisata, seperti penyediaan modal awal atau bimbingan.
- 7. Penerapan Teknologi
 - a. Penggunaan Aplikasi dan *Platform* Digital: Mengajak pemuda untuk terlibat dalam pengembangan aplikasi atau platform online yang dapat membantu pengunjung menemukan informasi tentang desa wisata.
 - b. Sistem Umpang Balik: Mengimplementasikan sistem umpan balik digital yang memungkinkan pengunjung memberikan masukan, yang dikelola oleh generasi muda.

C. Pengembangan *Branding* Desa Wisata

Branding adalah proses menciptakan persepsi tertentu di benak audiens melalui elemen-elemen seperti nama, logo, *tagline*, dan cerita. (Wati & et.al, 2020) Dalam konteks desa wisata, *branding* mencakup bagaimana desa memposisikan dirinya sebagai destinasi yang unik dan menarik. *Branding* desa wisata adalah proses strategis untuk membangun identitas unik dan menciptakan citra yang kuat di benak wisatawan. Dengan *branding* yang efektif, desa wisata dapat meningkatkan popularitas, memperkuat posisi di pasar pariwisata, serta memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

Branding yang kuat membutuhkan narasi yang autentik. Generasi muda yang memahami sejarah dan budaya lokal dapat menyampaikan cerita yang menggugah dan menciptakan identitas unik desa wisata. *Branding* tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan desa wisata, tetapi juga untuk membangun citra yang positif. Proses branding harus mencerminkan nilai-nilai lokal yang dimiliki desa serta memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan.

Pentingnya *Branding* untuk Desa Wisata. Desa wisata yang memiliki *branding* kuat akan lebih mudah dikenali dan diingat oleh

wisatawan. Hal ini dapat memberikan keunggulan kompetitif di tengah persaingan destinasi pariwisata lainnya. *Branding* yang baik dapat membantu desa wisata membangun kepercayaan dengan wisatawan. Kepercayaan ini menciptakan loyalitas yang membuat wisatawan ingin kembali berkunjung. *Branding* juga berperan dalam meningkatkan ekonomi lokal. Dengan citra yang kuat, desa wisata dapat menarik lebih banyak wisatawan, sehingga mendukung pendapatan masyarakat melalui sektor pariwisata.

D. Daya Tarik Unik Lebakkuncang

Menurut (FathiyyahAzizah, 2023) daya Tarik unik dari Desa Lebakkuncang adalah

1. Atraksi Budaya dan Alam

Lebakkuncang memiliki berbagai atraksi yang dapat menarik perhatian wisatawan. Keindahan alam yang ditawarkan, seperti pemandangan pegunungan dan hutan yang asri, cocok untuk aktivitas *outdoor* seperti *hiking* dan camping. Selain itu, desa ini kaya akan warisan budaya, termasuk seni tradisional, tarian daerah, dan kerajinan tangan. Kegiatan seperti pertunjukan seni dan festival budaya dapat menjadi daya tarik tambahan yang memperkaya pengalaman wisatawan.

2. Komunitas dan Tradisi

Komunitas lokal di Lebakkuncang memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata. Praktik tradisional, seperti pertanian organik dan upacara adat, dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan yang ingin merasakan keaslian budaya lokal. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata juga memastikan bahwa nilai-nilai budaya tetap terjaga, sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk setempat. Melalui kolaborasi antara generasi muda dan masyarakat, tradisi ini dapat dipromosikan dengan cara yang menarik dan relevan bagi pengunjung.

Untuk menarik perhatian wisatawan, pembuatan konten kreatif menjadi salah satu strategi utama dalam pemasaran. Konten yang menarik, informatif, dan autentik dapat memperkuat citra desa wisata dan meningkatkan minat kunjungan. Konten kreatif yang dibuat dapat berupa foto atau video tentang keindahan alam dan budaya. Sebelum membuat konten, terdapat hal yang perlu diperhatikan seperti identitas atau keunikan dari desa wisata yang akan dipromosikan. Hal ini diperlukan guna mendapatkan tema untuk konten kreatif dan menemukan apa yang membuat desa tersebut berbeda dengan desa lainnya.

Keunikan dari desa dapat dilihat apakah desa tersebut memiliki budaya dan tradisi seperti tarian, musik atau kerajinan khas yang mencirikan desa. Hal lain yang dapat dijadikan bahan konten adalah apakah desa memiliki keindahan alam yang unik seperti pegunungan, sungai atau sawah. Disamping itu, keterampilan dari masyarakat desa tersebut juga dapat dijadikan sebagai tema konten kreatif seperti keterampilan membuat batik, keramik, atau memasak makanan tradisional.

Konten kreatif tidak hanya membantu meningkatkan kesadaran tentang keberadaan desa wisata, tetapi juga menceritakan keunikan yang dimiliki desa tersebut. Dalam era digital, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan promosi desa wisata dengan jangkauan yang lebih luas. Penelitian menunjukkan bahwa promosi digital dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata lokal secara signifikan (Kotler et al., 2014).

Konten kreatif dapat memperkenalkan keunikan desa dengan menonjolkan potensi budaya, tradisi, dan alam yang tidak dimiliki tempat lain. Dengan konten kreatif dapat juga membangun branding destinasi, konten yang konsisten membantu menciptakan identitas yang kuat sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Wisatawan cenderung tertarik pada destinasi yang memiliki representasi visual yang menarik. Untuk membuat konten kreatif

yang menarik dan sesuai tema, maka diperlukan Langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi keunikan desa

Dalam pembuatan konten kreatif, mengenali elemen yang unik dari desa sangat diperlukan karena dapat menjadi daya tarik utama. Hal ini meliputi potensi alam berupa pemandangan sawah, pegunungan, sungai, atau hutan. Menemukan budaya dan tradisi yang dimiliki desa, baik berupa tarian tradisional, kerajinan khas, maupun festival lokal. Kuliner lokal juga dapat dijadikan bahan konten seperti makanan dan minuman khas desa. Mengidentifikasi keunikan ini dapat membantu menentukan fokus utama dalam pembuatan konten (Ritchie & Crouch, 2003)

2. Mengembangkan narasi (storytelling)

Storytelling dapat membantu menciptakan hubungan emosional dengan audiens. Narasi dapat berupa kisah tentang sejarah desa, kehidupan sehari-hari penduduk lokal, dan pengalaman wisatawan sebelumnya.

3. Membuat konten yang berkualitas

Untuk mendapatkan hasil fotografi yang menarik, dapat menggunakan kamera yang berkualitas tinggi ataupun drone. Video dapat berupa aktifitas penduduk lokal, keindahan alam, maupun interaksi antara wisatawan dengan penduduk lokal. Konten juga dapat ditambahkan infografis dan ilustrasi untuk menjelaskan paket wisata jika diperlukan.

4. Melibatkan masyarakat lokal

Dengan melibatkan warga desa setempat, konten akan menjadi lebih menarik dan natural. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menampilkan pengrajin lokal yang sedang membuat produk khas, menampilkan video wawancara dengan tokoh adat atau penduduk setempat.

E. Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital yang tepat dapat digunakan untuk menarik minat para wisatawan. Beberapa strategi yang dapat diimplementasikan untuk pemasaran desa wisata adalah

1. Pengembangan Website Resmi (Deria Adi Wijaya et al., 2020)
 - a. Desain Responsif: Membuat website yang menarik dan mudah dinavigasi, dengan desain yang responsif untuk berbagai perangkat.
 - b. Informasi Lengkap: Menyertakan informasi tentang atraksi, akomodasi, kegiatan, dan pengalaman unik di Lebakmuncang.
 - c. Blog Wisata: Menulis artikel tentang pengalaman wisata, tips perjalanan, dan kegiatan lokal untuk menarik pengunjung.
2. Optimalisasi SEO (Search Engine Optimization)
 - a. Kata Kunci: menggunakan kata kunci yang relevan seperti “desa wisata Lebakmuncang”, “wisata alam Bandung”, dan “budaya lokal Lebakmuncang”.
 - b. Konten Berkualitas: Membuat konten berkualitas tinggi yang menarik dan informatif untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari.
3. Media Sosial (Anak Agung Istri Syawana Bargandini & Ni Nyoman Juwita Arsawati, 2022)
 - a. Platform yang Tepat: Menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, YouTube dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
 - b. Konten Visual: Membagikan foto dan video yang menampilkan keindahan alam, kegiatan budaya, dan momen menarik di Lebakmuncang.
 - c. Kampanye Hashtag: Membuat kampanye hashtag yang unik, seperti #LebakmuncangAdventure, untuk meningkatkan visibilitas.

4. Influencer Marketing
 - a. Kerja Sama dengan Influencer: Mengajak influencer di bidang *travel* dan *lifestyle* untuk mengunjungi Lebakmuncang dan membagikan pengalaman mereka di media sosial.
 - b. Testimoni dan Review: Meminta pengunjung untuk memberikan testimoni dan review yang dapat meningkatkan kredibilitas destinasi.
5. Konten Interaktif
 - a. Kuis dan Polling: Menggunakan fitur polling di media sosial untuk berinteraksi dengan audiens dan mendapatkan umpan balik.
 - b. Live Streaming: Melakukan sesi *live streaming* saat acara budaya atau festival untuk menarik perhatian dan memberikan gambaran langsung kepada audiens.
6. Email Marketing
 - a. Newsletter: Mengirimkan *newsletter* berkala yang berisi informasi tentang acara mendatang, promosi, dan tips perjalanan.
 - b. Segmentasi Audiens: Melakukan segmentasi daftar email berdasarkan minat untuk mengirimkan konten yang lebih relevan.
7. Iklan Berbayar
 - a. Iklan di Media Sosial: Menggunakan iklan berbayar di Facebook dan Instagram untuk menjangkau target audiens yang lebih spesifik.
 - b. Google Ads: Memanfaatkan Google Ads untuk menargetkan pencari informasi tentang wisata di Bandung dan sekitarnya.
8. Kemitraan dengan Platform Travel
 - a. Kolaborasi dengan Situs Travel: Menjalin kemitraan dengan situs travel dan aplikasi booking untuk memperluas jangkauan promosi.

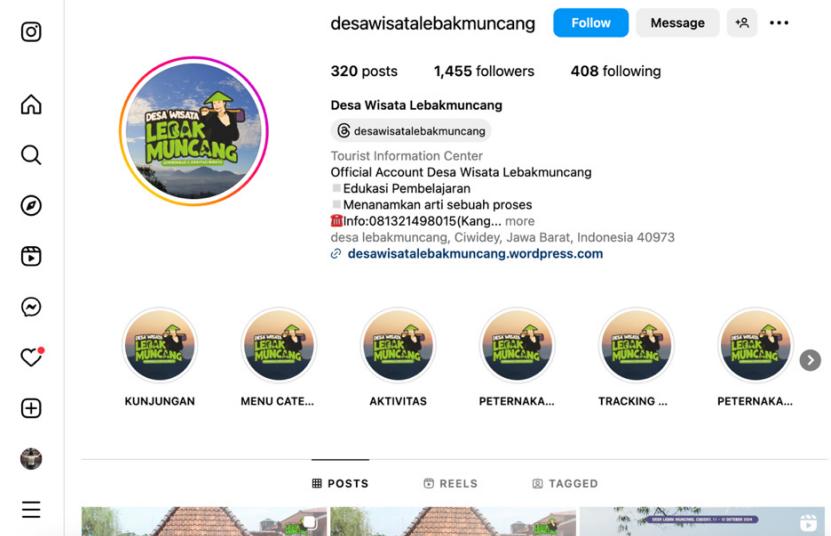
- b. Penawaran Khusus: Menawarkan paket wisata khusus melalui platform online untuk menarik lebih banyak pengunjung.
- 9. Ulasan dan Testimoni Pengunjung
 - a. Platform Ulasan: Mendorong pengunjung untuk meninggalkan ulasan positif di platform seperti Google, TripAdvisor, dan media sosial.
 - b. Menanggapi Ulasan: Aktif menanggapi ulasan, baik positif maupun negatif, untuk menunjukkan perhatian dan komitmen terhadap pengunjung.

F. Strategi Pemasaran Digital Desa Wisata Lebokmuncang

Generasi muda adalah kelompok yang paling terpapar dengan teknologi digital dan media sosial. Kemampuan mereka untuk menggunakan *platform-platform* tersebut memungkinkan mereka menyampaikan cerita dan informasi secara visual maupun naratif yang efektif. Generasi muda secara alami sudah terbiasa menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube. *Platform-platform* ini dapat digunakan untuk memperkenalkan desa wisata kepada masyarakat lebih luas. Pemuda desa dapat menjadi kreator konten yang menampilkan keindahan alam, kegiatan budaya, dan daya tarik unik desa. Dengan konten yang kreatif, desa wisata dapat menarik perhatian turis lokal dan mancanegara. Generasi muda juga dapat berfungsi sebagai “jembatan” yang menghubungkan desa mereka dengan masyarakat luas melalui pengetahuan mereka tentang tren global dan budaya lokal.

Sebagai salah satu desa wisata, Lebokmuncang harus memiliki akun media sosial seperti Instagram. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemuda yang ada di desa wisata Lebokmuncang untuk memperkenalkan desa wisata Lebokmuncang ke masyarakat luas. Desa wisata Lebokmuncang dapat memuat

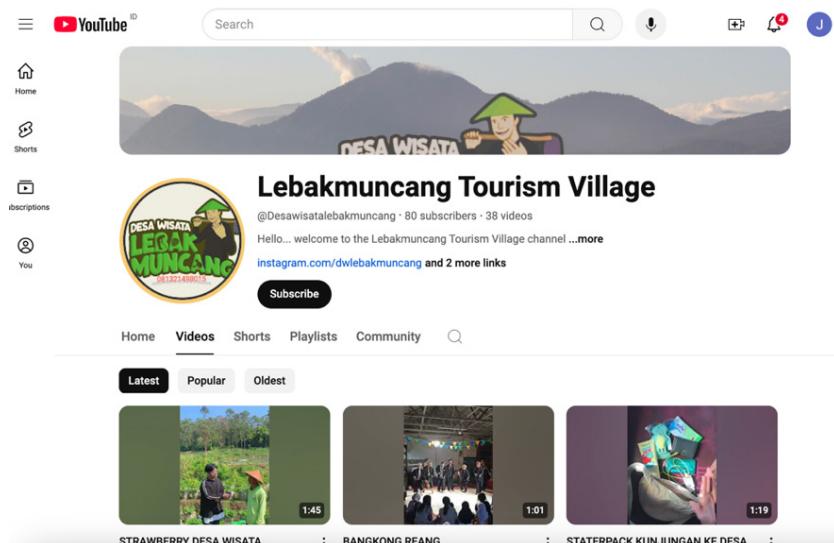
berbagai informasi mulai dari destinasi wisata maupun kegiatan atau aktifitas yang berlangsung di desa wisata Lebakmuncang. Dengan menggunakan pendekatan *storytelling* dan penggunaan *hashtag*, desa wisata Lebakmuncang diharapkan dapat lebih mudah ditemukan oleh calon wisatawan. Pada Gambar 1. memperlihatkan Instagram yang dimiliki oleh desa wisata Lebakmuncang.



Gambar 1. Instagram Desa Wisata Lebakmuncang (Instagram, 2015)

Selain Instagram, salah satu media pemasaran digital lainnya adalah YouTube. YouTube adalah *platform* berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, berbagi, dan mengomentari video. YouTube pada awalnya bertujuan sebagai platform bagi siapa saja untuk mengunggah dan berbagi video. Namun, seiring berjalannya waktu, YouTube Mohon ditambahkan sumber foto berkembang pesat dan menjadi salah satu situs paling populer di dunia. YouTube memiliki pengaruh global yang sangat besar, memungkinkan pengguna dari berbagai negara untuk terhubung, berbagi budaya, dan saling mengenal. Untuk itu, media sosial seperti YouTube sangat cocok digunakan sebagai sarana pemasaran desa wisata Lebakmuncang. Sama halnya dengan Instagram, pada

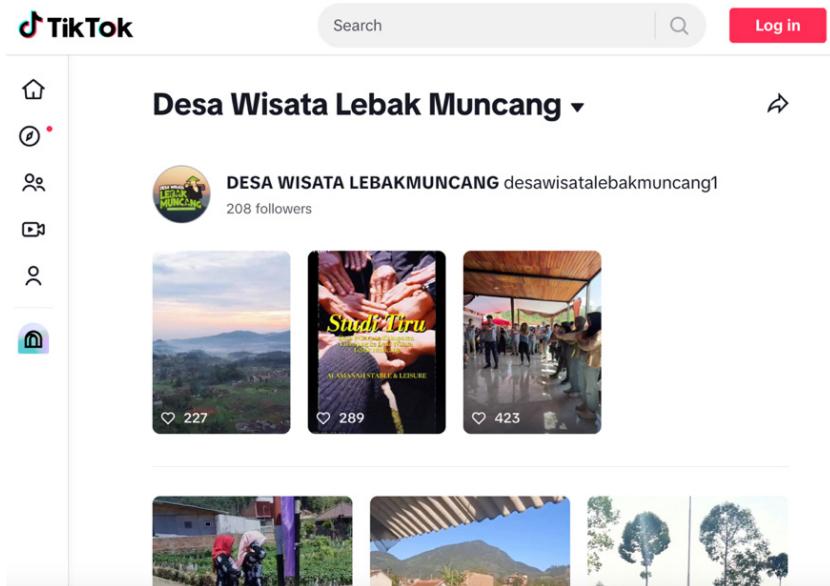
kanal YouTube dapat memuat konten seperti *storytelling* destinasi wisata, aktifitas maupun kegiatan yang dilaksanakan di desa wisata Lebakmuncang. Pada Gambar 2. memperlihatkan YouTube yang dimiliki oleh desa wisata Lebakmuncang.



Gambar 2. YouTube Desa Wisata Lebakmuncang (Youtube, 2014)

Media sosial TikTok pun juga dapat dimanfaatkan untuk media pemasaran desa wisata. TikTok adalah *platform* media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, dan berbagi video berdurasi 15 detik hingga 10 menit dengan beragam musik, efek khusus, dan filter. TikTok telah menjadi salah satu aplikasi dengan jumlah unduhan terbanyak di dunia, terutama di kalangan remaja dan generasi muda. TikTok menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan remaja karena menawarkan ruang untuk berekspresi, berbagi kreativitas, dan mengikuti tren secara cepat dan interaktif. Bagi remaja dan generasi muda, TikTok lebih dari sekadar aplikasi berbagi video. TikTok telah menjadi tempat mereka untuk terhubung dengan teman-teman dan menemukan inspirasi, menjadikan TikTok sangat cocok digunakan sebagai salah satu media untuk memasarkan desa wisata

Lebakmuncang. Pada Gambar 3. memperlihatkan TikTok yang dimiliki oleh desa wisata Lebakmuncang.



Gambar 3. TikTok Desa Wisata Lebakmuncang (Tiktok, 2019)

Berikut adalah beberapa contoh program wisata inovatif yang dapat diterapkan di desa wisata Lebakmuncang (Kemenkraf, 2023):

1. Wisata Berbasis Komunitas *Home Stay Experience*: Menawarkan pengalaman menginap di rumah penduduk lokal, di mana wisatawan dapat merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat, belajar tentang budaya lokal, dan berpartisipasi dalam kegiatan tradisional.
2. Paket Wisata Edukasi
 - a. Workshop Kerajinan TanganMengadakan kelas kerajinan lokal, seperti anyaman, batik, atau keramik, yang dipandu oleh pengrajin setempat. Wisatawan dapat belajar dan membuat produk mereka sendiri sebagai kenang-kenangan.

- b. Kelas Masak TradisionalMenawarkan kelas memasak menggunakan bahan-bahan lokal, di mana pengunjung dapat belajar membuat masakan khas Lebakmuncang.
- 3. Wisata Alam dan Petualangan
 - a. *Eco-Trekking*: Mengorganisir trekking ke lokasi-lokasi alam yang indah di sekitar Lebakmuncang, dengan panduan dari penduduk lokal yang dapat menjelaskan tentang flora dan fauna setempat.
 - b. *Camping* dan *Glamping*Menyediakan tempat untuk camping atau glamping (glamour camping) di lokasi-lokasi strategis yang menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan.
- 4. Festival Budaya dan Seni
 - a. Festival TradisiMengadakan festival tahunan yang menampilkan seni dan budaya lokal, seperti pertunjukan tari, musik, dan kuliner. Ini dapat menarik pengunjung dari luar daerah.
 - b. Pameran Seni dan KerajinanMenyelenggarakan pameran di mana seniman lokal dapat memamerkan dan menjual karya mereka, serta memberikan workshop kepada pengunjung.
- 5. Program Konservasi Lingkungan

Kegiatan *Volunteer*, mengundang wisatawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan konservasi, seperti penanaman pohon atau program bersih-bersih lingkungan, sehingga mereka dapat memberikan kontribusi positif selama kunjungan.
- 6. Tur Berbasis Cerita

Storytelling Tours, mengadakan tur yang dipandu oleh penduduk lokal yang berbagi cerita dan legenda tentang tempat-tempat menarik di desa, memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan personal.

G. Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang

Tantangan dalam pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang:

1. Penolakan Terhadap Perubahan

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan desa wisata adalah penolakan terhadap perubahan yang mungkin muncul dari masyarakat lokal. Beberapa penduduk mungkin merasa cemas tentang dampak pariwisata terhadap budaya dan kehidupan sehari-hari mereka. Beberapa langkah untuk mengatasi hambatan ini meliputi:

a. Melibatkan Masyarakat Sejak Awal

Melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai pengembangan desa wisata. Diskusi terbuka dan forum komunitas dapat membantu meredakan kekhawatiran dan membangun rasa kepemilikan.

b. Edukasi dan Sosialisasi

Melakukan program edukasi untuk menjelaskan manfaat pariwisata, seperti peningkatan ekonomi dan peluang kerja. Ajarkan juga tentang cara menjaga budaya dan lingkungan.

2. Kurangnya Sumber Daya

Keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun manusia, dapat menjadi penghalang dalam pengembangan desa wisata.

Beberapa langkah untuk mengatasi hambatan ini meliputi:

a. Kerjasama dengan Pemerintah dan Lembaga

Menjalin kemitraan dengan pemerintah lokal, organisasi non-pemerintah (NGO), dan institusi pendidikan untuk mendapatkan dukungan dan sumber daya yang dibutuhkan.

b. Pelatihan Keterampilan

Menyelenggarakan pelatihan bagi masyarakat lokal untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam

industri pariwisata, seperti manajemen homestay, panduan wisata, dan pemasaran.

Peluang dalam pengembangan Desa Wisata Lebakkuncang:

1. Kreativitas Generasi Muda

Generasi muda memiliki kreativitas yang tinggi dan kemampuan untuk berpikir *out-of-the-box*. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan cara:

a. Inovasi Produk Wisata

Mendorong generasi muda untuk menciptakan produk wisata yang unik, seperti paket wisata berbasis pengalaman, kerajinan tangan, atau kuliner lokal. Hal ini dapat menarik minat wisatawan dan memberikan nilai tambah bagi desa.

b. Pengembangan Konten Digital

Memanfaatkan keahlian teknologi generasi muda untuk menciptakan konten pemasaran yang menarik, seperti video promosi, blog, dan media sosial. Konten yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik Lebakkuncang di platform digital.

2. Kecakapan Teknologi

Kecakapan teknologi generasi muda dapat menjadi aset berharga dalam mempromosikan desa wisata. Beberapa cara untuk memanfaatkan kecakapan ini meliputi:

a. Pemasaran Digital

Menggunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan Lebakkuncang. Generasi muda dapat mengelola akun media sosial desa, membuat kampanye iklan online, dan berkolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas.

b. Aplikasi dan Platform Online

Mengembangkan aplikasi mobile atau situs web yang menyediakan informasi lengkap tentang atraksi, akomodasi, dan kegiatan di Lebakkuncang. Ini dapat mempermudah wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka.

- c. Partisipasi dalam Komunitas Online: Bergabung dengan forum dan komunitas online yang berkaitan dengan pariwisata untuk berbagi pengalaman, tips, dan promosi. Hal ini dapat membantu membangun jaringan dan mendapatkan umpan balik dari wisatawan.

H. Kesimpulan

Dengan melibatkan generasi muda dalam pengelolaan desa wisata, Lebakmuncang dapat memanfaatkan energi, kreativitas, dan inovasi mereka untuk menciptakan pengalaman wisata yang menarik dan berkelanjutan. Selain itu, keterlibatan ini juga akan membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pelestarian budaya dan lingkungan

Dengan menerapkan strategi pemasaran digital ini, Lebakmuncang dapat meningkatkan visibilitasnya sebagai desa wisata dan menarik lebih banyak pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam dan budaya yang ditawarkan.

Dengan menerapkan program-program wisata inovatif ini, Lebakmuncang tidak hanya dapat menarik lebih banyak pengunjung, tetapi juga memberikan pengalaman yang berharga dan mendalam bagi wisatawan, serta memberdayakan masyarakat lokal

Dengan mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh kreativitas dan kecakapan teknologi generasi muda, Lebakmuncang dapat berkembang menjadi desa wisata yang menarik dan berkelanjutan.

I. Daftar Pustaka

Anak Agung Istri Syawana Bargandini, & Ni Nyoman Juwita Arsawati. (2022). Optimalisasi media sosial dalam upaya promosi desa wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i1.3107>

Deria Adi Wijaya, Amad Saeroji, Jimmi Sandi Prasetyo, & Tomi Agfianto. (2020). Strategi pemasaran berbasis website di Kampung Wisata Baluwarti Surakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(6).

FathiyyahAzizah. (2023). Potensi alam dan budaya yang menarik dari Desa Wisata Lebakmuncang. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5234211/potensi-alam-dan-budaya-yang-menarik-dari-desa-wisata-lebakmuncang>

Instagram. (2015). Desa Wisata Lebakmuncang. In <https://www.instagram.com/desawisatalebakmuncang/>

Kemenkraf. (2023). Desa Wisata Lebakmuncang. https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/lebakmuncang_1

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.

Panda. (2024). Memperkuat warisan budaya: Peran generasi muda dalam pengelolaan desa wisata yang kompetitif. <https://www.panda.id/memperkuat-warisan-budaya-peran-generasi-muda-dalam-pengelolaan-desa-wisata-yang-kompetitif/>

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.

Tiktok. (2019). Desa Wisata Lebakmuncang. In <https://www.tiktok.com/discover/desa-wisata-lebak-muncang>

Wati, A., & et.al. (2020). *Digital Marketing*. Edulitera, Malang.

Youtube. (2014). Desa Wisata Lebakmuncang. In <https://www.youtube.com/@Desawisatalebakmuncang>

J. Biografi



M. Anno Suwarno, S.Kom., M.Kom. merupakan salah satu dosen tetap Program Studi Informatika di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Penulis mulai mengajar setelah menyelesaikan program Magister Ilmu Komputer di Universitas Indonesia pada tahun 2010. Saat ini penulis mengajar dan mengampu mata kuliah Pemrograman Berorientasi Objek, Pemrograman Framework dan Pemrograman Web. Bidang penelitian penulis adalah IoT, Computer Vision, dan Blockchain Technology. Untuk komunikasi dengan penulis dapat menghubungi melalui email suwarno@upi-yai.ac.id.



I Gede Agus Suwartane, S.T., M.Kom. lahir di Jakarta, 6 Agustus 1969. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Teknik Informatika FTI UPI Y.A.I, dan S2 di Magister Ilmu Komputer Universitas Budi Luhur. Penulis merupakan dosen di Program Studi Sistem Informasi dan Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Mata kuliah yang diampu penulis, antara lain Dasar – Dasar Pemrograman, Struktur Data dan Algoritma, *Data Mining*, dan *Business Performance Dashboard*. Penulis memiliki ketertarikan pada penelitian di bidang *Information System*, *Data Mining*, *Machine Learning*, dan *Decision Support System*. Penulis juga memiliki ketertarikan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam bidang pemanfaatan, dan pengembangan sistem informasi. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui e-mail: agus.suwartane@upi-yai.ac.id



Nafisah Yuliani, S.Pt., M.M. Lahir di Surakarta, 15 Juli 1971. Lulusan S1 dari Fakultas Peternakan UGM dan S2 lulusan STIMA IMMI – Magister Manajemen. Penulis sejak tahun 1999 mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Persada Indonesia Y.A.I dengan bidang keahlian Statistika, Metodologi Penelitian, Manajemen Sain, Manajemen, Pemrograman Linier dan Aljabar Linier. Saat ini kegiatannya sebagai pengajar, peneliti serta sebagai reviewer jurnal. Penulis adalah seorang penulis buku dan peneliti yang berdedikasi dan penuh semangat dalam mengeksplorasi pengetahuan dan pemahaman. Observasi yang cermat dan refleksi terhadap pengalaman sehari-hari menjadi sumber inspirasi bagi penulis dalam menemukan topik menarik untuk diteliti dan ditulis. Penulis merasa terpanggil untuk terus belajar dan berkembang secara intelektual. Penulis ingin menyampaikan informasi dengan dampak yang signifikan melalui tulisannya, sehingga dapat membantu meningkatkan pemahaman orang lain tentang dunia di sekitar kita. Penulis berharap karya-karya tulisan yang dibuat oleh penulis dapat bermanfaat bagi banyak orang khususnya orang-orang yang berkecimpung di dalam dunia Pendidikan dan penelitian. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui e-mail: nafisahyuliani15@gmail.com



Dian Gustina, S.Kom., MMSI, lahir di Jakarta, 7 Agustus 1977. Penulis telah menempuh pendidikan S1 dan S2 pada Universitas Gunadarma, Jakarta pada program studi Manajemen Informatika dan Magister Sistem Informasi Bisnis. Penulis saat ini bekerja sebagai Dosen tetap pada Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 2005.

Bidang keahlian penulis adalah yang berkaitan dengan Perancangan Sistem, Basis Data, Data Warehouse, Teknik Kompilasi dan Data Mining. Penulis aktif melakukan penelitian yang berhubungan dengan bidang keahliannya.

Beberapa karya ilmiah yang telah dihasilkan penulis adalah berupa buku dan artikel ilmiah yang telah diterbitkan pada Jurnal Nasional maupun Jurnal Internasional. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0858-1124-1988 atau melalui e-mail: dian.gustina@upi-yai.ac.id.



Asril Basry, S.Kom., M.Kom. Lahir di Medan, 11 September 1969. Lulusan S1 dari Sekolah Tinggi Informatika & Komputer Jakarta dan S2 dari Manajemen Teknologi Informasi, Universitas Indonesia. Penulis sejak tahun 2006 mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Persada Indonesia Y.A.I dengan bidang keahlian Basis Data, Analisa Perancangan Sistem, Pemrograman Berorientasi Objek dan Rekayasa Perangkat Lunak. Saat ini kegiatannya sebagai Pengajar, pernah pengalaman Profesional IT dibidang System / Business Analyst, serta peneliti dibidang rekayasa system dan database engineering. Penulis adalah seorang akademisi dan professional yang mempunyai pengalaman lebih dari 34 tahun dibidang Pengembangan dan Rekayasa Perangkat Lunak. Terlibat dalam beberapa project untuk mengembangkan system korporasi. Penulis juga pernah mendapat hibah penelitian dibidang Sistem pendukung pengambil keputusan. Penulis memiliki passion didunia pendidikan dan penelitian untuk kolaborasi dan elaborasi dengan para professional, akademisi dan para mahasiswa untuk saling berbagi ilmu dan pengetahuan dan mengembangkan ide dan inovasi untuk dapat bermanfaat bagi masyarakat luas. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui e-mail: asrilbasry1@gmail.com



Fahrul Nurzaman, S.T., MTI., Lahir di Bogor, 15 Agustus 1980. Lulusan S1 dari Universitas Telkom Bandung dan S2 dari Universitas Indonesia. Penulis sejak tahun 2004 mengajar sebagai dosen tetap di Universitas Persada Indonesia Y.A.I dengan bidang keahlian Basis Data, Analisa Perancangan Sistm, Pemrograman Berorientasi Objek dan Rekayasa Perangkat Lunak. Saat ini kegiatannya sebagai Pengajar, Profesional IT dibidang System / Business Analyst, serta peneliti dibidang rekayasa system dan database engineering. Penulis adalah seorang akademisi dan professional yang mempunyai pengalaman lebih dari 15 tahun dibidang Pengembangan dan Rekayasa Perangkat Lunak. Terlibat dalam beberapa project untuk mengembangkan system korporasi. Penulis juga pernah mendapat hibah penelitian dibidang Sistem pendukung pengambil keputusan. Penulis memiliki passion didunia pendidikan dan penelitian untuk kolaborasi dan elaborasi dengan para professional, akademisi dan para mahasiswa untuk saling berbagi ilmu dan pengetahuan dan mengembangkan ide dan inovasi untuk dapat bermanfaat bagi masyarakat luas. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui e-mail: fnurzaman@gmail.com.



BAB VI

TANTANGAN YANG DIHADAPI GENERASI MUDA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA

Prof. Dr. Irma Setyawati, S.E, M.M.

A. Pendahuluan

Pengembangan desa wisata telah menjadi salah satu inisiatif terpenting untuk meningkatkan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat. Desa wisata adalah daerah pedesaan yang menawarkan perjalanan sehari, adat istiadat, dan gaya hidup lokal yang unik, dan dapat berfungsi sebagai sumber pendapatan alternatif bagi penduduk setempat (Arida, I. N. S., & Purnama, 2020). Desa wisata semakin populer dalam beberapa tahun terakhir, sebagian besar karena kemampuannya untuk mendukung pembangunan berkelanjutan,

menciptakan lapangan terkait pekerjaan, dan meningkatkan kesejahteraan umum masyarakat (Andriani, T., & Kurniawati, 2019). Pembangunan desa wisata yang inklusif memungkinkan penduduk setempat menjadi bagian penting dari sektor pariwisata. Ini mempromosikan adat istiadat dan budaya setempat, yang seringkali terkena dampak negatif oleh modernisasi.

Generasi muda memiliki peran krusial dalam pengembangan kawasan wisata. Dengan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi, kreativitas, dan inovasi, generasi muda dapat menjadi kekuatan perubahan yang menyumbangkan ide-ide bagi pengembangan wisata (Fahmi, M., & Utama, 2022). Mereka dapat menggunakan media sosial dan teknologi informasi untuk mempromosikan potensi wisata kepada masyarakat di seluruh dunia, baik di tingkat nasional maupun internasional (Suryadi, P., Kurniasari, A., & Wijaya, 2020). Selain itu, sejumlah faktor, seperti keterbatasan modal, kurangnya dukungan pemerintah, dan bahkan kurangnya keterampilan yang diperlukan dalam pengelolaan pariwisata, sering kali membuat pergantian generasi muda menjadi kurang ideal (Wijaya, D., & Susanti, 2021).

Meski demikian, kontribusi generasi muda terhadap pengembangan pariwisata tidak lepas dari berbagai tantangan. Beberapa isu utama yang dihadapi generasi muda adalah tantangan ekonomi, resistensi sosial dan budaya, kegagalan infrastruktur, dan masalah akses terhadap teknologi (Suhardjo, R., Yulianto, M., & Astuti, 2022). Hal ini perlu diperhatikan secara matang agar generasi mendatang dapat memberikan kontribusi yang sebaik-baiknya bagi pengembangan keberlanjutan wisata. Selain itu, pemerintah dan pemangku kepentingan harus bekerja sama untuk mengatasi isu-isu tersebut dan menyediakan lingkungan yang berkelanjutan bagi generasi muda di masa mendatang (Handayani, R., Sugiarto, D., & Prasetyo, 2021).

Oleh karena itu, tujuan dari bab ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis tantangan yang dihadapi oleh generasi muda dalam mengembangkan kawasan wisata. Melalui analisis ini, diharapkan

akan muncul wawasan baru tentang pentingnya kolaborasi sektoral dalam menghidupkan kembali kawasan pedesaan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkontribusi pada pengembangan masyarakat pedesaan dan lingkungan secara bermakna.

B. Tinjauan Literatur

1. Konsep Desa Wisata

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang dimaksudkan untuk memanfaatkan potensi daya lokal sebagai daya tarik wisata yang mendorong masyarakat untuk aktif dalam eksplorasi, pengembangan, dan kewirausahaan. Desa wisata merupakan kawasan yang menawarkan wisata sehari, kegiatan keagamaan, dan kegiatan adat, serta kegiatan sehari-hari yang unik dan menarik bagi wisatawan (Rahmawati, D., & Susanti, 2021). Desa wisata juga mendorong penduduk untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung budaya, lingkungan, dan tradisi mereka sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat (Putra, M., & Kurniawan, 2020).

2. Karakteristik Desa Wisata

Desa wisata memiliki beberapa ciri yang membedakannya dengan jenis destinasi wisata lainnya, antara lain:

- a. Keunikan budaya dan tradisi lokal: Secara umum desa wisata memiliki kekhasan keunikan budaya dan tradisi, seperti upacara adat, kerajinan tangan, dan kegiatan seni yang mewakili desa wisata dari wilayah lain (Nugraha, A., Setiadi, T., & Kusuma, 2021).
- b. Lingkungan alami dan asri: Desa wisata memanfaatkan kenampakan alam seperti pegunungan, pantai, persawahan, atau sungai, yang memberikan pengalaman menyenangkan bagi wisatawan yang mencari suasana alami (Wijayanti, L., & Utami, 2022).

- c. Partisipasi masyarakat lokal: Salah satu ciri utama desa wisata adalah kesediaan masyarakat untuk membantu, dimulai dengan pilihan penginapan lokal seperti *homestay* dan wisata dan diakhiri dengan penjualan produk kerajinan atau kuliner khas (Suryani, E., & Pratama, 2020).
- d. Keberlanjutan (*sustainability*): Secara umum, desain suatu wisata didasarkan pada prinsip keberlanjutan untuk memastikan bahwa lahan bermanfaat bagi lingkungan, ekonomi, dan budaya lokal (Rahayu, F., & Wahyudi, 2019).

3. Pentingnya Desa Wisata dalam Pembangunan Lokal

Desa wisata memiliki kemampuan untuk mengarahkan pembangunan daerah secara strategis, terutama di daerah yang masih sangat bergantung pada sektor pertanian. Beberapa hal penting desa wisata dalam pembangunan daerah antara lain:

- a. Pemberdayaan ekonomi lokal: Karena ada wisata, penduduk lokal mempunyai peluang untuk memperoleh sumber daya lebih banyak. Mereka dapat menyediakan jasa atau produk lokal, seperti *homestay*, kerajinan tangan, atau kuliner khas yang diakui oleh wisatawan (Hidayati, R., & Setiawan, 2020). Desa wisata membantu menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi ketergantungan pada sektor pertanian secara keseluruhan.
- b. Pelestarian budaya dan tradisi lokal: Desa wisata berperan dalam melestarikan adat dan tradisi lokal yang mungkin menjadi kurang relevan akibat modernisasi. Kegiatan yang melibatkan seni, musik tradisional, dan upacara adat dapat didokumentasikan dan dikomunikasikan kepada wisatawan, membantu mendukung keberlangsungan budaya tersebut (Indrawati, I., & Nugroho, 2018).
- c. Pengembangan infrastruktur: Setiap daerah wisata sering kali merekomendasikan peningkatan infrastruktur, termasuk jalan, listrik, dan fasilitas lainnya. Infrastruktur ini tidak hanya meningkatkan aktivitas wisata tetapi juga

meningkatkan standar hidup penduduk setempat (Putra, M., & Kurniawan, 2020).

- d. Meningkatkan kesadaran lingkungan: Komunitas wisata yang didirikan berdasarkan prinsip ekowisata dan keberlanjutan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat umum terhadap masalah lingkungan. Masyarakat didorong untuk memperhatikan kebersihan, kelestarian alam, dan mengelola alam sumber daya dengan benar (Suryani, E., & Pratama, 2020).
- e. Meningkatkan citra desa di tingkat nasional atau internasional: Wisata yang dijalankan dengan baik dapat mengangkat desa ke tingkat nasional atau bahkan internasional. Hal ini berpotensi untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan menciptakan lingkungan kolaboratif dengan organisasi lain untuk pengembangan daerah (Wijayanti, L., & Utami, 2022).

Dengan demikian, pengembangan Desa Wisata merupakan salah satu strategi pembangunan yang dapat memanfaatkan potensi lokal secara efektif. Desa wisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam melestarikan lingkungan dan budaya, yang secara bersama-sama meningkatkan taraf hidup penduduk setempat.

- 4. Peran Generasi Muda dalam Pengembangan Desa Wisata Generasi muda memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan pariwisata, baik sebagai inovator yang mengembangkan ide-ide baru maupun sebagai agen perubahan. Mereka secara konsisten memiliki tingkat kemampuan teknologi dan kreativitas yang tinggi serta kesadaran sosial yang relevan di zaman sekarang, yang semuanya dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata. Menurut Pratama, Y., & Suryadi (2021), generasi muda tidak hanya menjadi bagian dari pasar pariwisata itu sendiri, tetapi mereka

juga merupakan faktor penting yang dapat berkontribusi pada pengembangan desa wisata secara bermakna.

- a. Inovasi Teknologi untuk Promosi dan Pemasaran Pariwisata Generasi muda umumnya lebih menguasai teknologi digital, seperti media sosial, fotografi, dan pemasaran digital. Mereka mampu memperkenalkan wisata ke pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun internasional (Rahmawati, D., & Susanti, 2021). Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube merupakan media promosi yang efektif untuk menonjolkan kegiatan tradisional, alam, dan unik di pedesaan. Menurut Putra, M., & Kurniawan (2020), dengan memanfaatkan teknologi digital, generasi muda juga dapat membangun jaringan dan komunitas dengan agen wisata, *influencer*, dan anggota komunitas wisata, sehingga potensi komunitas wisata semakin meningkat.
- b. Kreativitas dalam Pengembangan Produk dan Layanan Wisata

Generasi muda juga berhasil menciptakan produk dan layanan wisata yang inovatif, mulai dari paket wisata yang terstandardisasi dan kegiatan yang interaktif seperti pelatihan kerajinan, hingga pengembangan produk kuliner lokal dengan harga jual yang lebih tinggi (Suryono, I., & Wijaya, 2021). Kreativitas muda dapat memberikan pengalaman baru dan menarik bagi masyarakat wisata, sehingga desa wisata memiliki hari yang berbeda-beda. Kegiatan seperti ekowisata, pengalaman budaya, dan wisata petualangan sering menjadi pilihan populer bagi wisatawan modern yang ingin memiliki pengalaman yang lebih dekat dengan lingkungan dan budaya setempat (Kurniasari, I., & Anggraini, 2019). Kreativitas ini berperan penting dalam meningkatkan pariwisata dan mempromosikan pengembangan desa wisata.

- c. Daya Tarik Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata

Selain itu, Generasi Muda memiliki daya tarik sosial yang signifikan dalam mempengaruhi wisatawan lainnya, khususnya dengan tumbuhnya budaya “berbagi pengalaman” melalui media sosial (Wijayanti, L., & Utami, 2022). Generasi muda dapat berperan sebagai pemandu wisata atau fasilitator dalam kegiatan wisata, sehingga wisatawan dapat lebih terhubung dengan masyarakat setempat. Hal ini juga menjadikan wisata sebagai destinasi yang menawarkan lebih dari sekedar aktivitas air; juga memiliki ikatan sosial dan budaya yang kuat (Sukardi, T., & Putri, 2021). Kisah-kisah lokal, mitos, dan sejarah desa yang menunjang pengalaman wisatawan dapat terungkap melalui interaksi sosial.
- d. Peran dalam Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Keterampilan

Selain itu, generasi muda dapat berperan dalam mengedukasi masyarakat desa mengenai pentingnya keberlanjutan ekonomi dari pariwisata, seperti pengelolaan keuangan, pelatihan bahasa asing, dan pengembangan keterampilan terkait pariwisata (Putri, S., & Santoso, 2020). Dengan pelatihan dan keterampilan ini, masyarakat desa lebih siap untuk terlibat aktif dalam industri pariwisata, sementara generasi muda berperan sebagai fasilitator atau mentor dalam proses pemberdayaan ini (Rahardian, D., & Supriyadi, 2019).

5. Tantangan dan Dukungan yang Dibutuhkan Generasi Muda

Meskipun memiliki banyak potensi, generasi muda di daerah tersebut sering menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan wisata. Beberapa faktor, seperti terbatasnya akses media, kerusakan infrastruktur teknologi, dan rendahnya jumlah pendaftaran siswa, masih menjadi kendala yang signifikan (Santoso, B., & Wijaya, 2020). Dukungan pemerintah dalam bentuk subsidi, kebijakan, atau berkelanjutan sangat penting

untuk membantu generasi mendatang mengatasi tantangan ini dan mencapai potensi penuh mereka dalam membangun desa wisata (Suryadi, P., Kurniasari, A., & Wijaya, 2020).

C. Tantangan-Tantangan yang Dihadapi

Tantangan yang dihadapi generasi muda dalam pengembangan pariwisata meliputi aspek ekonomi, sosial, budaya, teknologi, infrastruktur, tenaga kerja harian, dan regulasi.

1. Tantangan Ekonomi

Generasi muda yang terlibat dalam pengembangan pariwisata sering menghadapi tantangan ekonomi, sebagian besar terkait dengan kesulitan keuangan dan kesulitan ekonomi lokal. Menurut Wijaya, D., & Susanti (2021), hal ini terutama berlaku bagi generasi muda yang mungkin tidak memiliki akses ke kredit atau bentuk bantuan keuangan lainnya. Kondisi ekonomi di daerah pedesaan yang seringkali menguntungkan sektor pertanian juga berkontribusi terhadap kesulitan ini karena keuntungan yang dihasilkan seringkali tidak mencukupi untuk modal bisnis di sektor pariwisata. Sebagai solusinya, beberapa kota telah didirikan untuk memanfaatkan program pemerintah atau bekerja sama dengan organisasi keuangan mikro untuk memfasilitasi akses ke pembiayaan (Santoso, B., & Wijaya, 2020).

2. Tantangan Sosial dan Budaya

Dalam pengembangan kawasan wisata, tantangan sosial dan keagamaan turut menyebabkan sulitnya menegakkan dan mempertahankan adat istiadat setempat serta mengatasi perlawanan dari penduduk setempat. Menurut Putra, M., & Kurniawan (2020), masyarakat umum, khususnya generasi muda, meyakini bahwa pariwisata akan menjelaskan dampak negatif dari tradisi dan norma yang harus mereka hadapi. Misalnya, dengan mengintegrasikan adat dan budaya dalam wisata yang ditawarkan, Generasi Muda harus mampu menyelaraskan

modernisasi dengan tradisi lokal. Hal ini juga dimaksudkan untuk memperkuat identitas daerah sekaligus meningkatkan rasa kebersamaan wisatawan melalui layanan autentik yang disediakan oleh kawasan wisata (Andriani, T., & Kurniawati, 2019).

3. Tantangan Teknologi

Salah satu kendala terbesar dalam pengembangan pariwisata adalah minimnya akses teknologi dan literatur digital di daerah tersebut. Di banyak daerah pedesaan, akses internet terbatas, dan perangkat digital tidak tersedia atau jarang digunakan (Suryono, I., & Wijaya, 2021). Literasi digital di kalangan generasi muda juga seringkali rendah, yang menghambat kemampuan mereka untuk mengiklankan destinasi wisata secara daring atau menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan layanan wisata. Beberapa program edukasi digital telah dilaksanakan, baik oleh lembaga pemerintah maupun organisasi masyarakat, untuk meningkatkan literasi digital daerah sehingga mereka dapat merencanakan destinasi wisata mereka dengan lebih efektif (Putri, S., & Santoso, 2020).

4. Tantangan Sumber Daya dan Infrastruktur

Pendukung kekurangan seperti jalan, transportasi, dan fasilitas wisata menjadi kendala utama yang harus diatasi oleh generasi mendatang saat berkunjung ke kawasan wisata. Sulitnya kondisi jalan atau transportasi yang tidak kondusif membuat wisatawan enggan berkunjung, apalagi jika kawasan yang dimaksud jauh dari kota atau lokasi wisata lainnya (Putri, S., Andini, R., & Santoso, 2021). Selain itu, fasilitas dasar seperti toilet, tempat istirahat, dan meja informasi wisata seringkali kurang memuaskan sehingga menurunkan kenyamanan wisatawan. Generasi muda juga terlihat dalam keberlanjutan pengelolaan sumber daya alam, khususnya di desa wisata berbasis alam. Pengelolaan yang kurang bijaksana dapat merusak ekosistem dan mengurangi jumlah air

yang menjadi jalur menuju wisata tersebut (Putri, S., & Santoso, 2020).

5. Tantangan Regulasi dan Kebijakan

Peraturan dan penegakan hukum dari pemerintah dapat menjadi penghambat atau penghalang bagi pengembangan Wisata. Terkadang, peraturan yang kurang terkoordinasi antar pemerintah daerah menyulitkan generasi muda untuk memandu keputusan bisnis atau menggunakan sumber daya untuk kegiatan wisata (Wijaya, D., & Susanti, 2021). Kebijakan yang terlalu ketat atau rumit dapat mempersulit pengembangan kawasan wisata, oleh karena itu diperlukan peraturan yang lebih fleksibel untuk memperlambat pembangunan pariwisata daerah. Seringkali muda berupaya melakukan komunikasi dengan pihak-pihak terkait untuk memperjuangkan regulasi yang lebih mendukung dan berkolaborasi dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan potensi wisata desa secara lebih optimal (Suryadi, P., Kurniasari, A., & Wijaya, 2020).

D. Strategi dan Rekomendasi dalam Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan ekonomi lokal, memberi manfaat bagi penduduk setempat, dan merevitalisasi tanah dan budaya. Dua komponen utama strategi dan rekomendasi pembangunan adalah strategi pembangunan bagi generasi muda dan pemerintah serta kepentingan pemangku kepentingan.

1. Strategi Pembinaan Generasi Muda

- a. Pendidikan dan pembelajaran, berupa pelatihan keterampilan yang relevan dengan pariwisata, seperti pemanduan wisata, pemasaran digital, dan keterampilan berbahasa asing, merupakan aspek penting dalam mendidik generasi muda (Pertiwi, 2019).

- b. Penggunaan teknologi dan media sosial, dengan mengajari generasi muda untuk menggunakan media sosial sebagai alat promosi sangat penting untuk memperkenalkan wisata kepada khalayak yang lebih luas. Media sosial dapat digunakan untuk membuat konten yang menarik secara visual (Nuryanti, W., & Kusumastuti, 2020).
- c. Pemberdayaan kewirausahaan lokal, dengan program yang bertujuan untuk mendidik generasi muda, seperti menciptakan kuliner atau kerajinan khas, dapat meningkatkan daya tarik di pedesaan sekaligus membuka lapangan kerja baru (Setyorini, 2021).
- d. Keterlibatan dalam pelestarian budaya dan alam, dengan menerapkan pada generasi muda dalam banyak program yang berkaitan dengan lingkungan dan pendidikan, seperti pemeliharaan situs pendidikan dan penyelenggaraan festival untuk mendorong minat (Utami, R., & Nugroho, 2020).
- e. Program magang yang juga dikenal dengan nama pertukaran pemuda dapat memberikan edukasi kepada generasi muda tentang praktik terbaik dalam bidang wisata dan pengembangan produk lokal (Susilowati, 2021).

2. Peran Pemangku Kepentingan dan Pemerintah

- a. Pembentukan kebijakan pendukung, Pemerintah harus memberikan regulasi yang menghambat pengembangan kawasan wisata, seperti kemudahan perizinan dan insentif pajak bagi UMKM di sektor pariwisata (Putri, 2019).
- b. Pembangunan infrastruktur dasar seperti jalan, daftar, dan fasilitas internet sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas wisatawan ke desa wisata (Wulandari, 2020).
- c. Pemberian dana bantuan dan hibah yang digunakan untuk pengembangan fasilitas wisata akan membantu meningkatkan kepuasan pengunjung dan kualitas layanan yang diberikan desa wisata (Rahman, 2021).

- d. Kemitraan dengan sektor swasta dan lembaga pendidikan dengan bekerja sama dengan swasta dan organisasi pendidikan dapat membantu mengembangkan program pendidikan, pelatihan, dan promosi bagi komunitas wisata (Nugraha, 2020).
- e. Promosi dan branding, dengan menggunakan situs web, festival, dan acara promosi lainnya milik pemerintah, untuk meningkatkan pekerja wisata domestik dan internasional. (Setyawati & Nugraha, 2023).
- f. Pemantauan dan evaluasi berkala: Untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan benar dan konstruktif, pemerintah dan pihak terkait lainnya harus memantau dan menilai perkembangan kawasan wisata (Alamsyah et al., 2018).

E. Kesimpulan

Peran generasi muda dalam pengembangan pariwisata sangat penting dalam menjawab tantangan zaman modern. Melalui kemajuan teknologi, kreativitas, dan kepedulian sosial, generasi muda dapat membantu pariwisata menjadi lebih kompetitif dan relevan dengan kebutuhan wisatawan saat ini. Kerja sama dari beberapa pihak, termasuk pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan masyarakat setempat, diperlukan untuk memaksimalkan manfaat ini. Generasi muda diyakini akan menjadi kontributor utama bagi pengembangan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi.

Generasi muda menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Di antaranya adalah kesulitan dalam mengakses pendidikan dan pelatihan, kurangnya kerja sama antara pemerintah dan masyarakat umum, serta kesulitan dalam pemasaran dan promosi potensi wisata. Selain itu, mereka harus mengatasi masalah infrastruktur dan lingkungan, yang seringkali tidak terselesaikan.

Namun, dengan kreativitas dan inovasi, generasi muda dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk mengatasi kendala

tersebut. Penting bagi kita untuk menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, industri, dan masyarakat setempat, agar pengembangan kawasan wisata dapat berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi semua pihak. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan perekonomian setempat, tetapi juga lingkungan dan budaya setempat.

F. Daftar Pustaka

Alamsyah, D. P., Suhartini, T., Rahayu, Y., Setyawati, I., & Hariyanto, O. I. B. (2018). Green advertising, green brand image and green awareness for environmental products. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 434(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/434/1/012160>

Andriani, T., & Kurniawati, E. (2019). *Pembangunan Berkelanjutan dalam Pengembangan Desa Wisata di Indonesia*. Penerbit Maju Bersama.

Arida, I. N. S., & Purnama, I. G. K. (2020). Peran serta masyarakat dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(1), 23–36.

Fahmi, M., & Utama, P. (2022). Generasi muda dan pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata & Budaya*, 12(2), 115–129.

Handayani, R., Sugiarto, D., & Prasetyo, Y. (2021). Peran pemerintah dalam mendukung pengembangan desa wisata oleh generasi muda. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 17(3), 45–55.

Hidayati, R., & Setiawan, W. (2020). Peran ekonomi desa wisata dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. *Jurnal Ekonomi Desa*, 12(1), 45–55.

Indrawati, I., & Nugroho, D. (2018). Pengaruh desa wisata terhadap pelestarian budaya lokal di Indonesia. *Jurnal Kebudayaan Nusantara*, 7(3), 98–112.

Kurniasari, I., & Anggraini, D. (2019). Kreativitas generasi muda dalam pengembangan ekowisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(3), 143–155.

Nugraha, A., Setiadi, T., & Kusuma, M. (2021). Karakteristik desa wisata dalam pembangunan ekonomi lokal. *Jurnal Pengembangan Pariwisata Indonesia*, 15(2), 115–130.

Nuryanti, W., & Kusumastuti, Y. (2020). Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi pariwisata desa. *Jurnal Pariwisata*, 15(1), 33–47.

Pertiwi, A. (2019). Pengembangan kapasitas generasi muda dalam sektor pariwisata di desa wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 13(2), 121–134.

Pratama, Y., & Suryadi, A. (2021). Peran pemuda dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Sosial Masyarakat*, 11(1), 22–34.

Putra, M., & Kurniawan, A. (2020). Desa wisata sebagai strategi pengembangan wilayah pedesaan berkelanjutan. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 9(2), 70–85.

Putri, S., & Santoso, L. (2020). Pemberdayaan generasi muda dalam pembangunan desa wisata. *Jurnal Pembangunan Desa*, 9(2), 55–65.

Putri, S., Andini, R., & Santoso, A. (2021). Desa wisata dan pembangunan inklusif: Potensi dan tantangan. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 11(4), 72–84.

Putri, I. (2019). Kebijakan pemerintah dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Kebijakan Publik*, 7(1), 67–82.

Rahardian, D., & Supriyadi, T. (2019). Pelatihan bahasa asing untuk pemandu wisata muda. *Jurnal Pendidikan Bahasa Asing*, 5(1), 29–41.

Rahayu, F., & Wahyudi, S. (2019). Ekowisata dan keberlanjutan dalam pengelolaan desa wisata. *Jurnal Ekowisata Indonesia*, 11(3), 85–97.

Rahman, D. (2021). Pendanaan dan bantuan hibah dalam mendukung pariwisata lokal. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(3), 245–257.

Rahmawati, D., & Susanti, L. (2021). Konsep dan pengelolaan desa wisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 10(1), 25–39.

Santoso, B., & Wijaya, D. (2020). Tantangan dan dukungan bagi generasi muda dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Pemban- gunan Masyarakat*, 14(3), 60–72.

Setyawati, I., & Nugraha, R. N. (2023). Ciliwung Ecoriparian Tourism Destination Concept for Increasing Local Community Income. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(12), 1214–1223. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i12.425>

Setyorini, L. (2021). Pengembangan kewirausahaan generasi muda dalam pariwisata desa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 12(1), 22–35.

Suhardjo, R., Yulianto, M., & Astuti, I. (2022). Tantangan ekonomi dalam pengembangan desa wisata oleh pemuda. *Jurnal Ekonomi Desa*, 8(1), 92–104.

Sukardi, T., & Putri, M. (2021). Membangun daya tarik sosial untuk desa wisata. *Jurnal Sosiologi Pariwisata*, 6(2), 39–52.

Suryadi, P., Kurniasari, A., & Wijaya, D. (2020). Penggunaan teknologi digital untuk pemasaran desa wisata. *Jurnal Teknologi Infor- masi Dan Pariwisata*, 9(2), 180–192.

Suryani, E., & Pratama, J. (2020). Desa wisata dan pemberdayaan masyarakat lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi Desa*, 8(1), 56–70.

Suryono, I., & Wijaya, L. (2021). Pengembangan produk lokal sebagai daya tarik desa wisata. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata*, 10(2), 93–107.

Susilowati, H. (2021). Program pertukaran pemuda dalam pengembangan pariwisata desa. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(2), 102–115.

Utami, R., & Nugroho, S. (2020). Peran generasi muda dalam pelestarian budaya desa wisata. *Jurnal Kebudayaan Indonesia*, 11(4), 63–77.

Wijaya, D., & Susanti, M. (2021). Peran pemuda dalam pengembangan desa wisata: Tantangan dan peluang. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(2), 25–35.

Wijayanti, L., & Utami, F. (2022). Pengembangan infrastruktur di desa wisata sebagai upaya meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa. *Jurnal Infrastruktur Pedesaan*, 6(1), 33–46.

Wulandari, Y. (2020). Infrastruktur penunjang pariwisata di desa wisata. *Jurnal Infrastruktur Dan Pengembangan Wilayah*, 14(1), 98–112.

G. Biografi



Setyawati adalah dosen tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia dan aktif berkontribusi sebagai peneliti. Dilahirkan **Irma** di Cilacap, 1 Oktober 1966. Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada pada tahun 1990. Gelar Magister Manajemen diperolehnya pada tahun 1999 dari Universitas Gunadarma, kekhususan Manajemen Keuangan dan Perbankan.

Penulis menyelesaikan pendidikan Doktor Ilmu Manajemen pada Universitas Padjajaran pada tahun 2015. Bidang keahlian penulis antara lain Manajemen Keuangan, Manajemen Risiko, Manajemen Perbankan dan UMKM. Penulis memiliki kepangkatan akademik Profesor/Guru Besar. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 0811847114 dan email: irmasetyawati@civitas.unas.ac.id.



BAB VII

STRATEGI PENINGKATAN EKONOMI LOKAL DESA CIMEDAY LEBAKMUNCANG

Dr. Muliyati, S.Pt., M.M.

A. Pendahuluan

Desa Cimeday, yang terletak di wilayah Lebakmuncang, memiliki karakteristik unik sebagai daerah pedesaan yang kaya akan potensi alam dan budaya (Pratama F G, Kurnia G., 2018). Sebagai desa agraris, mayoritas penduduknya bergantung pada sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama. Wilayahnya memiliki lahan subur yang cocok untuk berbagai jenis tanaman, termasuk stroberi, yang menjadi salah satu komoditas andalan. Desa Cimeday, yang berada di wilayah Lebakmuncang, memiliki berbagai potensi alam yang

dapat dimanfaatkan untuk pengembangan ekonomi, pariwisata dan pelestarian lingkungan. Berikut adalah beberapa potensi alam Desa Cimeday yang menonjol:

1. Tanah Subur untuk Pertanian

Desa ini memiliki tanah yang subur dan cocok untuk bercocok tanam, terutama untuk komoditas seperti stroberi, padi, sayuran dan tanaman hortikultura lainnya. Potensi ini dapat mendukung pertanian berkelanjutan serta menjadi daya tarik untuk wisata agraris atau edukasi pertanian.

2. Keindahan Alam

Lanskap desa yang hijau dan asri dengan latar belakang pegunungan serta sawah terasering memberikan pemandangan yang indah. Ini berpotensi besar untuk pengembangan ekowisata berbasis alam, seperti trekking, camping, atau sekadar menikmati keindahan desa.

3. Sumber Air yang Melimpah

Desa Cimeday memiliki sumber mata air alami yang dapat dimanfaatkan untuk irigasi pertanian, kebutuhan rumah tangga, maupun sebagai destinasi wisata air, seperti kolam alami atau air terjun.

4. Keanekaragaman Hayati

Dengan lingkungan yang relatif alami, Desa Cimeday kaya akan flora dan fauna lokal yang khas. Potensi ini dapat dimanfaatkan untuk konservasi dan edukasi lingkungan.

5. Iklim Sejuk

Iklim yang sejuk menjadi salah satu keunggulan Desa Cimeday, menjadikannya tempat yang nyaman untuk tinggal sekaligus menarik bagi wisatawan yang ingin menikmati udara segar pedesaan.

6. Kebun Stroberi

Stroberi merupakan salah satu komoditas unggulan Desa Cimeday. Selain sebagai sumber ekonomi, kebun stroberi juga

dapat dijadikan tempat wisata petik stroberi yang menawarkan pengalaman langsung kepada pengunjung.

7. Hutan dan Area Hijau

Kehadiran hutan di sekitar desa tidak hanya berfungsi sebagai penyangga ekosistem, tetapi juga menjadi potensi untuk pengembangan wisata alam, seperti hutan wisata, bird-watching, atau observasi flora dan fauna.

8. Potensi Energi Terbarukan

Sumber daya alam seperti aliran sungai dan angin di sekitar desa dapat dieksplorasi untuk pengembangan energi terbarukan, seperti mikrohidro atau panel surya, yang mendukung kebutuhan energi ramah lingkungan.

9. Bahan Baku Lokal

Keberadaan tanaman seperti bambu, kayu, dan tanaman herbal memberikan peluang untuk mengembangkan kerajinan tangan, obat tradisional, atau produk-produk berbasis sumber daya lokal.

10. Pariwisata Berbasis Tradisi Lokal

Keberadaan potensi alam yang dipadukan dengan budaya lokal dapat menarik wisatawan yang ingin menikmati pengalaman otentik pedesaan seperti belajar bertani, berinteraksi dengan warga setempat atau mengikuti kegiatan budaya khas desa (Fandeli, C., 2000).

Potensi alam ini memberikan peluang besar bagi Desa Cimeday untuk berkembang secara ekonomi dan pariwisata, sekaligus menjaga kelestarian lingkungannya. Pengelolaan yang baik dan berbasis komunitas akan menjadi kunci keberhasilan pemanfaatan potensi alam ini.

B. Perekonomian Lebakmuncang

Kekayaan alam dan hayati di Indonesia sangat beraneka ragam yang dapat dijadikan berbagai produk dan merupakan andalan

perekonomian masyarakat dan bangsa Indonesia. Pemberdayaan masyarakat melalui cara peningkatan pembangunan dalam berbagai sektor yaitu sektor ekonomi hingga pertanian, peternakan dan wisata. Sektor wisata sebagai sektor unggulan pada masyarakat.

Ekowisata Cimeday di Lebakkuncang merupakan salah satu destinasi wisata yang mengedepankan pelestarian lingkungan serta pemberdayaan masyarakat lokal. Terletak di daerah yang kaya akan keanekaragaman hayati, Cimeday menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam sambil belajar tentang pentingnya konservasi. Pembangunan ekowisata di kawasan ini bertujuan untuk memberikan alternatif pendapatan bagi masyarakat lokal, mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam dan meningkatkan kesadaran akan perlunya pelestarian lingkungan. Dengan memanfaatkan potensi alam yang ada seperti gunung, hutan, sungai dan flora serta fauna. Khas ekowisata Cimeday dapat menjadi salah satu contoh keberlanjutan dalam pariwisata (Pratama F G, Kurnia G., 2018).

Pengembangan ekowisata dilakukan melalui kolaborasi antara pemerintah, masyarakat dan stakeholders. Manajemen stakeholders sangat diperlukan dalam pengembangan ekowisata (Rahmawati, T., dan Subiakto, H., 2018). Termasuk di dalamnya program pelatihan masyarakat setempat yang akan meningkatkan keterampilan mereka untuk mengelola bisnis wisata dan sekaligus berkontribusi pada pelestarian budaya lokal. Melalui ekowisata, diharapkan terjadi sinergi antara pengunjung dan masyarakat lokal, sehingga manfaat ekonomi dan lingkungan dapat dirasakan secara bersamaan. Dengan potensi yang dimiliki, ekowisata Cimeday di Lebakkuncang tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga menjadi wahana edukasi tentang pentingnya menjaga lingkungan dan budaya lokal. Keterlibatan semua pihak sangat penting untuk memastikan keberlanjutan ekowisata di kawasan ini demi generasi mendatang (Sunaryo, B., 2013).

Peningkatan ekonomi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam pembangunan daerah yang berkelanjutan. Dengan

memaksimalkan potensi yang ada di dalam suatu komunitas misalnya sumber daya alam, budaya dan keterampilan masyarakat setempat, peningkatan ekonomi lokal dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Salah satu pendekatan yang sering diambil dalam peningkatan ekonomi lokal adalah melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Di mana UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM juga sering kali memiliki keterkaitan erat dengan sumber daya lokal, sehingga dapat mendukung keberlanjutan ekonomi dalam jangka panjang.

Pendekatan lainnya adalah dengan mengembangkan sektor pariwisata, terutama yang berbasis pada keunikan lokal seperti ekowisata, agrowisata dan wisata budaya. Sektor pariwisata tidak hanya membawa manfaat ekonomi melalui peningkatan kunjungan wisatawan akan tetapi juga dapat mempromosikan produk-produk lokal dan meningkatkan apresiasi terhadap budaya setempat (Aditya Eka Trisnawati, A.E., Wahyono, H., Wardoyo, C., 2018).

Melalui berbagai inisiatif tersebut, peningkatan ekonomi lokal tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga dapat mendorong pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan yang pada akhirnya akan berkontribusi pada kesejahteraan sosial yang lebih baik di tingkat daerah.

C. Peningkatan Ekonomi Lokal Desa

Peningkatan ekonomi lokal di desa dapat dilakukan dengan mengoptimalkan potensi sumber daya alam, budaya, dan keterampilan masyarakat setempat (Setiawan, R., 2017). Berikut adalah beberapa cara yang dapat diterapkan:

1. Pengembangan Sektor Pertanian dan Peternakan
 - a. Modernisasi Pertanian: Berikan pelatihan tentang teknik pertanian modern, seperti irigasi tetes, penggunaan pupuk organik, dan teknologi pasca-panen.
 - b. Diversifikasi Produk: Dorong masyarakat untuk menanam tanaman bernilai ekonomis tinggi, seperti hortikultura, rempah-rempah atau tanaman obat.
 - c. Peternakan Terpadu: Kembangkan peternakan dengan pendekatan berbasis lingkungan seperti integrasi tanaman-peternakan.
2. Penguatan Ekowisata Berbasis Masyarakat
 - a. Kembangkan potensi wisata alam seperti pegunungan, pertanian Perkebunan dan peternakan
 - b. Libatkan masyarakat dalam penyediaan jasa wisata seperti homestay, pemandu lokal, dan penyedia makanan tradisional.
 - c. Promosikan desa sebagai destinasi wisata melalui media sosial dan kemitraan dengan agen perjalanan.
3. Pemberdayaan UMKM dan Industri Kreatif
 - a. Fasilitasi pelatihan keterampilan seperti menjahit, membuat kerajinan tangan dan pengolahan makanan khas.
 - b. Bantu pemasaran produk melalui platform digital atau kerja sama dengan marketplace.
 - c. Dorong inovasi dalam produk lokal untuk meningkatkan daya saing, seperti desain modern pada kerajinan tradisional.
4. Pemanfaatan Teknologi dan Digitalisasi
 - a. Perkenalkan platform digital untuk menjual produk lokal, seperti e-commerce atau media sosial.
 - b. Sediakan pelatihan literasi digital bagi masyarakat agar mampu memanfaatkan teknologi untuk bisnis.
 - c. Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi pertanian dan pengolahan hasil panen.

5. Pengelolaan Dana Desa yang Tepat
 - a. Alokasikan dana desa untuk infrastruktur pendukung ekonomi seperti pasar lokal, jalan usaha tani, atau pusat pelatihan.
 - b. Gunakan dana desa untuk mendanai program pemberdayaan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan atau bantuan modal usaha.
6. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal
 - a. Jalin kerja sama dengan lembaga pemerintah, LSM, atau sektor swasta untuk mendapatkan dukungan dalam bentuk dana, pelatihan, atau pemasaran.
 - b. Undang investor untuk mengembangkan potensi desa tanpa merusak lingkungan atau budaya setempat.
7. Penguatan Koperasi Desa
 - a. Bentuk koperasi desa yang dikelola oleh masyarakat untuk menampung hasil panen, mengelola usaha bersama, atau memberikan pinjaman mikro.
 - b. Gunakan koperasi sebagai platform untuk meningkatkan daya tawar produk lokal di pasar yang lebih luas.
8. Diversifikasi Mata Pencaharian
 - a. Dorong masyarakat untuk tidak hanya bergantung pada satu sektor ekonomi. Misalnya, selain bertani, masyarakat bisa beternak, memproduksi kerajinan, atau membuka usaha kecil.
 - b. Sediakan pelatihan multi-keterampilan agar masyarakat memiliki fleksibilitas dalam mencari penghasilan.
9. Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya
 - a. Angkat budaya lokal seperti seni tari, musik, atau festival tradisional sebagai daya tarik wisata.
 - b. Kembangkan produk wisata berbasis budaya, seperti workshop membuat batik, anyaman, atau alat musik tradisional.

10. Pendidikan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
 - a. Selenggarakan pelatihan keterampilan kerja sesuai dengan kebutuhan pasar.
 - b. Berikan akses pendidikan yang lebih baik untuk anak-anak dan generasi muda agar mereka dapat mengembangkan potensi ekonomi desa di masa depan.

Dengan memadukan berbagai strategi tersebut maka desa akan dapat menciptakan perekonomian yang mandiri dan berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Peningkatan Ekonomi Melalui Desa Wisata

Peningkatan ekonomi melalui pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi alam, budaya, dan keunikan desa secara terintegrasi (Masitah,I., 2019). Berikut adalah langkah-langkah strategis untuk mengembangkan desa wisata guna meningkatkan ekonomi lokal:

1. Identifikasi Potensi Desa
 - a. Potensi Alam: Peta lokasi yang memiliki keindahan alam seperti pegunungan, air terjun, hutan, danau, atau pantai.
 - b. Potensi Budaya: Tradisi, seni, kuliner khas, kerajinan lokal, dan cerita rakyat.
 - c. Potensi Kegiatan: Aktivitas yang menarik bagi wisatawan seperti agrowisata, wisata edukasi, atau ekowisata.
2. Pengembangan Infrastruktur
 - a. Bangun fasilitas dasar seperti jalan akses yang baik, sanitasi, jaringan listrik, dan air bersih.
 - b. Sediakan fasilitas wisata seperti homestay, tempat parkir, warung makan, dan toilet umum.
 - c. Gunakan arsitektur yang sesuai dengan ciri khas lokal untuk menjaga keaslian desa.

3. Pemberdayaan Masyarakat Lokal
 - a. Libatkan masyarakat dalam berbagai aspek pengelolaan desa wisata, seperti menjadi pemandu wisata, pengelola homestay, atau pengrajin.
 - b. Adakan pelatihan keterampilan seperti komunikasi dengan wisatawan, manajemen usaha, dan pemasaran digital.
 - c. Bentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk mengorganisir dan mempromosikan kegiatan wisata.
4. Diversifikasi Atraksi Wisata
 - a. Kembangkan atraksi berbasis alam, seperti trekking, berkemah, atau bersepeda.
 - b. Ciptakan pengalaman budaya, seperti workshop membuat kerajinan tradisional, belajar memasak makanan lokal, atau mengikuti upacara adat.
 - c. Perkenalkan wisata edukasi, seperti kunjungan ke kebun, peternakan, atau proyek lingkungan.
5. Promosi Desa Wisata
 - a. Gunakan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan desa wisata, seperti Instagram, YouTube, atau situs web resmi.
 - b. Gandeng travel blogger, influencer, atau media lokal untuk memperkenalkan desa wisata kepada khalayak luas.
 - c. Ikut serta dalam pameran pariwisata untuk menjaring lebih banyak wisatawan.
6. Kemitraan dan Kolaborasi
 - a. Jalin kerja sama dengan agen perjalanan, pemerintah daerah, atau lembaga swadaya masyarakat (LSM) untuk mendukung promosi dan pendanaan.
 - b. Libatkan pelaku bisnis lokal untuk menyediakan produk dan jasa pendukung wisata.
 - c. Ajak akademisi atau peneliti untuk memberikan saran tentang pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan.

7. Pelestarian Lingkungan dan Budaya
 - a. Terapkan prinsip ekowisata dengan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan desa.
 - b. Lindungi budaya lokal agar tidak hilang atau terdistorsi oleh aktivitas wisata.
 - c. Buat peraturan tentang perilaku wisatawan untuk menghormati adat dan tradisi setempat.
8. Penyediaan Produk Lokal
 - a. Dorong masyarakat untuk menghasilkan produk lokal seperti makanan khas, kerajinan tangan, atau hasil tani organik.
 - b. Sediakan toko atau pasar lokal yang menjual produk-produk tersebut kepada wisatawan.
 - c. Gunakan kemasan menarik untuk produk lokal agar memiliki nilai tambah.
9. Monitoring dan Evaluasi
 - a. Lakukan evaluasi rutin terhadap jumlah pengunjung, pendapatan, dan dampak ekonomi dari desa wisata.
 - b. Gunakan umpan balik dari wisatawan dan masyarakat untuk memperbaiki layanan dan atraksi wisata.
 - c. Pastikan pengelolaan keuangan yang transparan agar keuntungan dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat desa.
10. Penguatan Branding Desa
 - a. Ciptakan identitas unik desa wisata yang membedakannya dari tempat lain misalnya Desa Stroberi, Desa Seni atau Desa Hijau.
 - b. Bangun ikon atau landmark khas desa sebagai daya tarik wisata.
 - c. Buat slogan atau tagline yang mudah diingat untuk promosi desa wisata.

Pengembangan desa wisata tidak hanya meningkatkan pendapatan ekonomi akan tetapi juga mendorong pembangunan

yang berkelanjutan, melestarikan budaya dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

Pengembangan Ekowisata

Memulai ekowisata memerlukan perencanaan yang matang, komitmen terhadap keberlanjutan dan keterlibatan masyarakat lokal. Ekowisata bukan hanya soal menarik wisatawan tetapi juga tentang memastikan bahwa pariwisata tersebut membawa manfaat ekonomi dan sosial sambil melindungi lingkungan. Sebelum pengembangan ekowisata maka terlebih dahulu melakukan identifikasi potensi ekowisata, antara lain:

- 1. Kenali Sumber Daya Alam (SDA)**

Mengkaji potensi alam di daerah seperti tanah pertanian, hutan, pantai, gunung atau habitat satwa liar. Pastikan area tersebut memiliki keunikan alam yang bisa dijaga dan dijadikan daya tarik bagi wisatawan.

- 2. Pelajari Keunikan Budaya Lokal**

Selain keindahan alam, ekowisata sering menggabungkan elemen budaya lokal. Identifikasi tradisi, kerajinan tangan atau adat istiadat yang dapat diintegrasikan ke dalam paket ekowisata seperti tarian tradisional, cerita rakyat dan makanan khas daerah.

- 3. Lakukan Studi Kelayakan**

Sebelum meluncurkan program ekowisata, lakukan studi kelayakan untuk memastikan bahwa sumber daya yang dimiliki cocok untuk dikembangkan sebagai ekowisata. Hal ini termasuk menilai apakah kawasan tersebut mampu menampung wisatawan tanpa merusak lingkungan.

- 4. Keterlibatan Masyarakat Lokal**

Libatkan masyarakat lokal sejak awal. Adakan seminar dan pelatihan pelatihan tentang ekowisata, manajemen lingkungan serta keterampilan pelayanan wisata. Sehingga masyarakat lokal bisa menjadi pemandu wisata, pengelola akomodasi, atau produsen barang dan jasa terkait ekowisata.

5. Kepemilikan Lokal

Pastikan masyarakat lokal memiliki kepemilikan atas program ekowisata. Dengan cara melakukan pembentukan koperasi atau usaha berbasis komunitas di mana masyarakat mendapat keuntungan langsung dari pendapatan wisata.

6. Pelestarian Budaya Lokal

Libatkan masyarakat dalam menghidupkan kembali budaya lokal seperti acara tradisional, seni dan kerajinan. Budaya lokal ini akan menjadi daya tarik yang otentik bagi wisatawan dan membantu melestarikan warisan budaya daerah.

7. Rencana Pengelolaan Lingkungan

Untuk menjaga keberlanjutan lingkungan terlebih dahulu melakukan penentuan batas maksimal jumlah wisatawan yang dapat berkunjung ke lokasi tanpa merusak ekosistem. Batas ini bisa berupa jumlah pengunjung harian atau pembatasan akses ke area sensitif.

8. Pengelolaan Sampah dan Limbah

Siapkan sistem pengelolaan sampah yang baik, termasuk penyediaan tempat sampah di lokasi wisata, edukasi wisatawan untuk membawa pulang sampah mereka, serta program daur ulang.

9. Konservasi Alam

Program ekowisata harus fokus pada pelestarian alam. Mulai dari menanam pohon, melindungi satwa liar, hingga menjaga sumber air, semuanya harus direncanakan dengan baik. Jika perlu, bekerja sama dengan ahli konservasi untuk merancang program perlindungan lingkungan.

10. Pengembangan Infrastruktur Berkelanjutan

Membangun fasilitas wisata yang ramah lingkungan, seperti homestay atau *ecolodge* yang menggunakan bahan lokal dan teknologi hemat energi. Gunakan sumber energi terbarukan

(seperti tenaga surya) dan minimalkan penggunaan plastik sekali pakai.

11. Aksesibilitas dan Transportasi

Pastikan wisatawan dapat mencapai lokasi dengan mudah namun tidak merusak lingkungan. Gunakan moda transportasi yang ramah lingkungan.

12. Jalur Wisata dan Akses Aman

Rancang jalur pendakian, jalan setapak atau perahu yang aman dan ramah lingkungan. Jalur-jalur ini harus direncanakan untuk mengurangi dampak erosi dan kerusakan habitat.

Melibatkan Komunitas Lokal

Melibatkan komunitas lokal dalam ekowisata adalah kunci keberhasilan dan keberlanjutannya. Ketika masyarakat lokal berpartisipasi aktif dalam pengembangan, pengelolaan, dan pelestarian destinasi ekowisata, ini tidak hanya meningkatkan dampak positif bagi lingkungan dan ekonomi, tetapi juga membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab di kalangan masyarakat. Berikut adalah beberapa cara efektif untuk melibatkan komunitas lokal dalam ekowisata:

1. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

- a. Menciptakan Lapangan Pekerjaan: Libatkan masyarakat lokal dalam berbagai peran di destinasi ekowisata, seperti pemandu wisata, operator penginapan, penjaga kawasan konservasi, atau staf di pusat informasi wisata. Dengan memberikan pekerjaan ini kepada penduduk lokal, mereka dapat secara langsung merasakan manfaat ekonomi dari kegiatan ekowisata.
- b. Pengembangan Wirausaha Lokal: Membantu masyarakat lokal untuk memulai bisnis yang mendukung ekowisata seperti toko kerajinan tangan, restoran yang menyajikan makanan lokal atau homestay. Dapat pula memberikan pelatihan keterampilan kewirausahaan, manajemen

keuangan dan pemasaran agar usaha mereka berhasil dan berkelanjutan.

- c. Pemberian Prioritas kepada Produk Lokal: Pastikan ekowisata mempromosikan dan menggunakan produk-produk lokal, baik makanan, kerajinan ataupun jasa. Ini menciptakan pasar lokal bagi produk masyarakat dan membantu meningkatkan pendapatan mereka.

2. Pelatihan dan Pendidikan

- a. Pelatihan Keterampilan: Berikan pelatihan kepada masyarakat lokal tentang keterampilan yang relevan dengan ekowisata seperti pelatihan menjadi pemandu wisata, kemampuan bahasa asing, manajemen penginapan, atau pelayanan pelanggan. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan masyarakat akaj tetapi juga mempersiapkan mereka untuk bersaing dalam industri ekowisata.
- b. Edukasi tentang Konservasi Lingkungan: Tingkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konservasi alam dan bagaimana mereka dapat terlibat dalam pelestarian ekosistem. Edukasi ini bisa dilakukan melalui lokakarya, program pendidikan informal, atau keterlibatan langsung dalam proyek konservasi. Hal ini akan mendorong masyarakat untuk menjaga dan melindungi lingkungan lokal mereka.
- c. Pelatihan dalam Pengelolaan Usaha Berkelanjutan: Ajarkan masyarakat lokal cara mengelola usaha pariwisata yang berkelanjutan, baik dari segi lingkungan maupun ekonomi. Mereka dapat belajar cara meminimalkan limbah, mengelola energi dengan efisien atau menjaga keseimbangan antara kegiatan wisata dan keberlanjutan sumber daya alam.

3. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

- a. Keterlibatan dalam Rencana Pengelolaan Pariwisata: Libatkan masyarakat lokal dalam proses perencanaan

destinasi ekowisata. Ini bisa dilakukan melalui konsultasi publik, diskusi kelompok, atau pertemuan komunitas. Pastikan mereka memiliki suara dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan sumber daya alam, tata kelola destinasi, atau kebijakan pariwisata.

- b. Pembentukan Komite Masyarakat: Bentuk komite atau dewan yang terdiri dari perwakilan masyarakat lokal untuk ikut mengawasi dan mengelola kegiatan ekowisata. Komite ini dapat terlibat dalam pengawasan lingkungan, alokasi dana, dan pemantauan dampak pariwisata terhadap masyarakat setempat.
- c. Transparansi dan Akuntabilitas: Pastikan bahwa masyarakat lokal mengetahui dan memahami alokasi keuntungan dari ekowisata, bagaimana pendapatan dikelola, dan bagaimana keuntungan tersebut dialokasikan untuk kepentingan bersama. Transparansi ini membantu mengurangi potensi konflik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap proyek ekowisata.

4. Penghormatan dan Pelestarian Budaya Lokal

- a. Promosi dan Pelestarian Tradisi Lokal: Libatkan masyarakat dalam promosi dan pelestarian tradisi lokal mereka. Wisata budaya, seperti tarian tradisional, upacara adat, atau kerajinan tangan, dapat menjadi bagian integral dari ekowisata. Pastikan masyarakat lokal berperan aktif dalam mengelola dan memperkenalkan budaya mereka kepada wisatawan, sehingga mereka merasa dihormati dan diuntungkan.
- b. Menghindari Komodifikasi Budaya: Penting untuk tidak menjadikan budaya lokal sebagai objek semata dalam kegiatan wisata. Pastikan kegiatan wisata budaya dilakukan dengan cara yang sensitif dan menghormati adat istiadat, agar masyarakat lokal merasa nyaman dan tetap memiliki kendali atas warisan budaya mereka.

- c. Pendidikan Antarbudaya: Ajarkan wisatawan untuk menghormati budaya dan adat setempat melalui sesi orientasi atau informasi di pusat pengunjung. Dengan demikian, wisatawan akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang nilai-nilai budaya lokal dan berperilaku lebih menghargai selama kunjungan mereka.

5. Pengembangan Infrastruktur Berkelanjutan untuk Komunitas Lokal

- a. Fasilitas yang Mendukung Kebutuhan Lokal: Pastikan infrastruktur yang dikembangkan untuk tujuan ekowisata, seperti jalan, transportasi, atau pusat layanan, juga memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Infrastruktur ini dapat digunakan oleh masyarakat lokal dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk wisatawan.
- b. Akses kepada Layanan Dasar: Jika ekowisata menguntungkan, sebagian pendapatan dapat dialokasikan untuk meningkatkan akses masyarakat lokal terhadap pendidikan, kesehatan, air bersih, dan fasilitas publik lainnya. Hal ini meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan membangun dukungan mereka terhadap pariwisata berkelanjutan.
- c. Dukungan Infrastruktur Hijau: Bangun fasilitas pariwisata yang ramah lingkungan, seperti penginapan berbahan alami, sistem pengolahan limbah yang efektif, dan penggunaan energi terbarukan. Masyarakat dapat diajak untuk ikut serta dalam perencanaan dan pembangunan fasilitas-fasilitas serta memperoleh manfaat dari pelatihan teknis tentang teknologi hijau.

6. Kolaborasi dalam Proyek Konservasi

- a. Keterlibatan dalam Program Restorasi Alam: Libatkan masyarakat lokal dalam proyek konservasi seperti penanaman pohon, perlindungan satwa liar atau pemulihan

habitat yang rusak. Selain memberikan manfaat langsung bagi lingkungan, partisipasi dapat pula mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pelestarian alam.

- b. Kemitraan dengan LSM dan Lembaga Konservasi: Bekerjasama dengan organisasi non-pemerintah atau lembaga konservasi untuk menjalankan program-program lingkungan yang melibatkan masyarakat lokal. Kemitraan ini bisa mencakup proyek perlindungan hutan, ekosistem laut atau penelitian ilmiah yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat dan alam.
- c. Program Edukasi Lingkungan untuk Anak-anak: Keterlibatan anak-anak dalam program edukasi lingkungan, seperti sekolah lapangan, klub lingkungan atau kegiatan ekowisata yang ramah anak, membantu menumbuhkan kesadaran konservasi sejak dini di kalangan generasi muda.

7. Pemanfaatan Dana Pariwisata untuk Kesejahteraan Komunitas

- a. Pembagian Keuntungan untuk Kesejahteraan Sosial: Pastikan sebagian keuntungan dari ekowisata digunakan untuk proyek-proyek yang meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal, seperti program pendidikan, peningkatan fasilitas kesehatan, atau proyek-proyek sosial. Ini memperkuat hubungan antara ekowisata dan masyarakat setempat.
- b. Pengelolaan Keuangan oleh Komunitas: Jika memungkinkan, berikan kendali keuangan kepada komunitas lokal atau lembaga pengelolaan yang dikelola secara lokal. Ini memungkinkan masyarakat untuk mengalokasikan dana sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri, sehingga mereka lebih merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap kelanjutan proyek ekowisata.

8. Monitoring dan Evaluasi Partisipatif

- a. Pemantauan oleh Masyarakat: Libatkan masyarakat lokal dalam pemantauan dampak pariwisata terhadap lingkungan

dan budaya mereka. Misalnya, masyarakat bisa dilatih untuk mengawasi populasi satwa liar, menjaga kebersihan, atau melacak perubahan ekosistem. Hasil pemantauan ini bisa menjadi dasar untuk memperbaiki pengelolaan ekowisata.

b. Evaluasi Berkala dengan Komunitas: Adakan evaluasi berkala bersama masyarakat untuk menilai dampak ekowisata dan apakah tujuan keberlanjutan tercapai. Masyarakat harus memiliki kesempatan untuk memberikan masukan dan rekomendasi yang dapat mempengaruhi kebijakan pengelolaan di masa depan.

Melibatkan komunitas lokal dalam ekowisata memerlukan pendekatan yang inklusif dan partisipatif. Pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya, pendidikan lingkungan, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan adalah kunci untuk memastikan bahwa masyarakat lokal tidak hanya merasakan manfaat dari ekowisata tetapi juga berperan aktif dalam menjaganya. Dengan demikian, ekowisata tidak hanya menjadi sumber pendapatan tetapi juga cara yang efektif untuk melindungi lingkungan dan memperkuat komunitas lokal dalam jangka panjang.

Pemasaran dan Promosi Ekowisata

Targetkan wisatawan yang tepat yakni wisatawan yang peduli terhadap lingkungan dan budaya. Fokuskan promosi pada segmen wisatawan yang menghargai pengalaman wisata berkelanjutan dan berkualitas, seperti pejalan kaki, pecinta alam dan pelancong budaya.

1. Gunakan Media Digital Manfaatkan media sosial, situs web dan platform pemesanan online untuk mempromosikan ekowisata. Buat konten yang menarik dengan menyoroti aspek keunikan alam dan budaya serta komitmen terhadap lingkungan.
2. Kerjasama dengan Agen Wisata dan LSM Bekerjasama dengan agen wisata khusus ekowisata dan organisasi lingkungan yang memiliki reputasi baik bisa membantu memperluas jaringan dan

menarik wisatawan. Mereka sering memiliki pelanggan yang sadar akan pariwisata berkelanjutan.

3. Edukasi Wisatawan Kampanyekan kesadaran lingkungan sehingga wisatawan dapat memahami pentingnya melindungi lingkungan. Menyiapkan informasi mengenai cara bertanggung jawab selama berada di destinasi ekowisata seperti membawa kembali sampah, menjaga jarak dari satwa liar atau menggunakan air secara hemat.
4. Edukasi Melalui Pengalaman Selain rekreasi, tawarkan pengalaman edukatif kepada wisatawan, seperti tur panduan untuk mempelajari keanekaragaman hayati, cara hidup tradisional masyarakat lokal, atau bagaimana ekosistem saling bergantung.

Monitoring dan Evaluasi

1. Pemantauan Dampak Lingkungan

Secara berkala, lakukan evaluasi dampak ekowisata terhadap lingkungan, seperti perubahan jumlah sampah, kerusakan flora dan fauna, atau polusi air dan udara. Gunakan data ini untuk mengoptimalkan kebijakan pengelolaan.

2. Umpulan Wisatawan

Kumpulkan umpan balik dari wisatawan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam layanan. Ini bisa membantu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan memastikan pariwisata berkelanjutan tetap menjadi prioritas.

3. Evaluasi Ekonomi dan Sosial

Pastikan ekowisata memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat setempat. Evaluasi apakah pendapatan dan pekerjaan yang dihasilkan dari ekowisata cukup memadai serta pastikan tidak ada konflik antara wisatawan dan penduduk lokal.

Kerjasama dengan Pemangku Kepentingan

1. Pemerintah Lokal

Bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk memperoleh izin, dukungan infrastruktur dan regulasi yang mendukung. Pemerintah bisa membantu memfasilitasi pengembangan ekowisata melalui kebijakan ramah lingkungan dan program pendanaan.

2. LSM Lingkungan dan Pendidikan

Organisasi non-pemerintah sering kali memiliki program konservasi dan pendidikan yang bisa diperluas melalui kerja sama dengan program ekowisata. LSM juga bisa membantu dalam menyediakan pelatihan atau sumber daya untuk meningkatkan standar ekowisata.

3. Perguruan Tinggi atau Peneliti

Melibatkan akademisi atau peneliti dalam pengembangan ekowisata bisa memberikan nilai lebih, terutama dalam hal penelitian keanekaragaman hayati atau kajian budaya lokal yang dapat meningkatkan daya tarik wisata.

Ekowisata tentu memerlukan perhatian detail yang mencakup pelestarian lingkungan, keterlibatan masyarakat lokal serta pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan. Dengan perencanaan yang baik dan komitmen terhadap keberlanjutan, ekowisata bisa menjadi sumber pendapatan yang signifikan dan tetap menjaga alam serta budaya lokal.

D. Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan

Pengelolaan pariwisata yang baik sangat penting untuk memastikan bahwa manfaatnya dapat dinikmati oleh masyarakat lokal tanpa menimbulkan kerusakan pada lingkungan, budaya dan infrastruktur. Beberapa Langkah-langkah dan strategi yang bisa diterapkan dalam pengelolaan pariwisata:

Perencanaan Berkelanjutan

Melakukan studi kelayakan untuk menilai potensi dan batas kapasitas suatu destinasi wisata. Dengan harapan dapat membantu mencegah *over-tourism* atau tekanan berlebihan terhadap sumber daya alam dan infrastruktur.

Rencana Pengembangan Jangka Panjang

Pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata perlu menyusun rencana pengembangan pariwisata jangka panjang yang mempertimbangkan keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan. Rencana ini harus fleksibel untuk menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan kondisi.

Zonasi Wisata

Membuat zonasi atau pembagian area di mana kegiatan wisata bisa dilakukan. Misalnya, area yang sangat sensitif terhadap kerusakan lingkungan mungkin hanya dibuka untuk ekowisata atau dengan jumlah pengunjung yang dibatasi. Masyarakat lokal harus dilibatkan dalam pengelolaan pariwisata agar mereka mendapatkan manfaat ekonomi dan sosial. Ini dapat dilakukan dengan mendukung usaha kecil lokal, pelatihan dan mendorong keterlibatan dalam keputusan pengelolaan. Promosikan pengelolaan oleh masyarakat lokal melalui koperasi atau bisnis berbasis komunitas yang akan memastikan bahwa sebagian besar keuntungan dari pariwisata tetap di dalam komunitas tersebut. Pelibatan masyarakat lokal dalam ekowisata sangat penting untuk menciptakan keberlanjutan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memberikan pengalaman autentik bagi wisatawan. Strategi dalam melibatkan masyarakat lokal terhadap ekowisata yaitu:

1. Pelibatan dalam Perencanaan
 - a. Libatkan masyarakat sejak tahap perencanaan ekowisata untuk memastikan kegiatan sesuai dengan nilai budaya dan kebutuhan mereka.

- b. Adakan forum diskusi atau musyawarah untuk mendengar ide, masukan dan kekhawatiran masyarakat.
2. Pemberdayaan Ekonomi
 - a. Berikan pelatihan kepada masyarakat untuk mengelola homestay, jasa pemandu wisata, usaha kecil seperti kerajinan, kuliner lokal dan lain-lain.
 - b. Fasilitasi pembentukan koperasi atau kelompok usaha untuk mendukung ekonomi lokal.
 - c. Promosikan produk lokal kepada wisatawan.
3. Pengelolaan Destinasi oleh Masyarakat
 - a. Libatkan masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata seperti pemeliharaan kebersihan, pengelolaan tiket masuk atau pengelolaan sarana pendukung.
 - b. Bentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk mengorganisasi kegiatan masyarakat dalam ekowisata.
4. Edukasi dan Pelatihan
 - a. Selenggarakan pelatihan tentang pentingnya konservasi lingkungan dan cara menjalankan bisnis ekowisata.
 - b. Perkuat pemahaman masyarakat tentang manfaat ekowisata, baik secara ekonomi maupun lingkungan.
5. Perlindungan Budaya dan Lingkungan
 - a. Libatkan masyarakat dalam menjaga dan melestarikan budaya lokal, termasuk seni, tarian, dan tradisi setempat.
 - b. Pastikan kegiatan ekowisata tidak merusak lingkungan atau mengubah budaya setempat secara negatif.
6. Kolaborasi dengan Pihak Lain
 - a. Gandeng pemerintah, LSM dan sektor swasta untuk mendukung pengembangan ekowisata berbasis masyarakat.
 - b. Dorong wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal melalui program seperti *live-in* atau kegiatan sukarela.

7. Monitoring dan Evaluasi

- a. Buat mekanisme monitoring yang melibatkan masyarakat untuk menilai dampak ekowisata.
- b. Gunakan umpan balik dari masyarakat untuk memperbaiki sistem dan kegiatan ekowisata yang sedang berjalan.

Pelibatan masyarakat lokal secara aktif, ekowisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga membantu melestarikan lingkungan dan budaya secara berkelanjutan.

Pelestarian Budaya

Pelestarian budaya dalam ekowisata dapat dilakukan melalui berbagai cara yang mengintegrasikan elemen budaya ke dalam kegiatan wisata tanpa mengorbankan keaslian budaya tersebut. Berikut adalah langkah-langkah strategis untuk memastikan pelestarian budaya dalam ekowisata:

1. Mengintegrasikan Budaya dalam Produk Wisata

- a. Pengalaman Budaya: Ciptakan paket wisata berbasis budaya seperti belajar tarian tradisional, seni kerajinan dan memasak makanan khas.
- b. Arsitektur Lokal: Gunakan desain bangunan berbasis arsitektur tradisional untuk homestay, restoran dan fasilitas wisata.
- c. Seni dan Pertunjukan: Jadikan seni pertunjukan tradisional sebagai bagian dari atraksi utama.

2. Dokumentasi dan Promosi Budaya

- a. Pembuatan Arsip Budaya: Dokumentasikan tradisi, cerita rakyat, tarian dan ritual lokal melalui buku, video atau digitalisasi.
- b. Promosi yang Bertanggung Jawab: Pasarkan budaya lokal dengan tetap menjaga keasliannya agar tidak terganggu oleh modernisasi berlebihan.

3. Edukasi dan Kesadaran
 - a. Pendidikan Wisatawan: Berikan informasi kepada wisatawan tentang nilai budaya dan etika berkunjung agar mereka dapat menghormati tradisi lokal.
 - b. Pelatihan untuk Masyarakat Lokal: Libatkan masyarakat dalam pelatihan pelestarian budaya seperti pembuatan kerajinan tradisional atau pemeliharaan situs budaya.
4. Melibatkan Generasi Muda
 - a. Dorong generasi muda untuk belajar dan terlibat dalam kegiatan pelestarian budaya seperti menjadi pemandu wisata budaya atau pelaku seni.
 - b. Adakan kompetisi seni tradisional atau program magang di sektor ekowisata berbasis budaya.
5. Konservasi Situs dan Warisan Budaya
 - a. Lakukan restorasi dan pemeliharaan terhadap situs bersejarah, kuil, rumah adat atau artefak lokal.
 - b. Tetapkan batasan pengunjung untuk melindungi area budaya dari kerusakan akibat *over-tourism*.
6. Memanfaatkan Teknologi
 - a. Buat aplikasi atau platform digital yang mengedukasi wisatawan tentang budaya lokal seperti peta interaktif atau tur virtual.
 - b. Gunakan media sosial untuk mempromosikan budaya lokal dengan cerita menarik.
7. Kemitraan dengan Lembaga Budaya
 - a. Kolaborasi dengan pemerintah, LSM atau organisasi budaya untuk mendanai dan mendukung program pelestarian.
 - b. Undang pakar budaya untuk memberikan bimbingan atau supervisi dalam pengelolaan budaya di kawasan ekowisata.

8. Kebijakan dan Regulasi
 - a. Kembangkan kebijakan lokal yang mendukung perlindungan budaya seperti regulasi tentang pakaian adat, bahasa atau ritual yang tidak boleh diubah untuk komersialisasi.
 - b. Buat peraturan wisata yang melarang aktivitas yang dapat merusak nilai budaya seperti penggunaan pakaian atau aksesori adat secara tidak pantas.
9. Menghormati Hak dan Kearifan Lokal
 - a. Pastikan masyarakat adat atau pemilik budaya memiliki kontrol atas bagaimana budaya mereka ditampilkan dan digunakan dalam ekowisata.
 - b. Libatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan aset budaya.

Pelestarian budaya dalam ekowisata bukan hanya menjaga tradisi agar tetap hidup, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi destinasi wisata, meningkatkan rasa bangga masyarakat lokal dan memberikan pengalaman yang autentik bagi wisatawan.

Dampak Pariwisata Lokal

Pariwisata lokal memiliki berbagai dampak yang signifikan terhadap ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Dampak dapat bersifat positif atau negatif, tergantung pada bagaimana pariwisata tersebut dikelola. Dampak utama pariwisata lokal, sebagai berikut:

1. Dampak Ekonomi
 - a. Peningkatan Pendapatan Daerah

Pariwisata lokal berkontribusi secara langsung pada pertumbuhan ekonomi daerah dengan mendatangkan para wisatawan yang membelanjakan uangnya untuk penginapan, restoran, toko dan jasa lainnya. Ini menghasilkan pendapatan bagi masyarakat dan pemerintah lokal.
 - b. Penciptaan Lapangan Kerja

Sektor pariwisata menciptakan banyak lapangan kerja, baik secara langsung (di bidang akomodasi, transportasi

dan pemandu wisata) maupun tidak langsung (produksi makanan, kerajinan dan jasa pendukung lainnya).

- c. Peningkatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)
Pariwisata lokal mendukung pertumbuhan UMKM yang menyediakan produk dan layanan kepada wisatawan, seperti kerajinan tangan, makanan khas dan jasa transportasi lokal.
- d. Diversifikasi Ekonomi
Dengan adanya pariwisata, daerah yang sebelumnya hanya bergantung pada satu sektor (misalnya pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan) dapat mendiversifikasi sumber pendapatan masyarakat dan dapat membuat ekonomi lebih tahan terhadap fluktuasi.

2. Dampak Sosial

- a. Pemberdayaan Komunitas
Melalui pariwisata, masyarakat lokal dapat diberdayakan untuk mempromosikan budaya, adat dan produk khas mereka. Hal ini meningkatkan kepercayaan diri dan partisipasi sosial di tingkat lokal.
- b. Peningkatan Kualitas Hidup
Infrastruktur seperti jalan, listrik, air bersih dan fasilitas umum lainnya sering kali ditingkatkan untuk mendukung pariwisata yang juga memberikan manfaat bagi penduduk lokal.
- c. Interaksi Budaya dan Sosial
Pariwisata mendatangkan pengunjung dari berbagai tempat baik dalam negeri maupun dari luar negeri yang dapat meningkatkan interaksi budaya dan memperluas wawasan masyarakat lokal.

3. Dampak Budaya

- a. Pelestarian Budaya dan Tradisi
Pariwisata dapat mendorong masyarakat untuk melestarikan tradisi, kesenian dan adat lokal sebagai daya tarik wisata.

Misalnya tarian tradisional lebih sering dipertontonkan kepada wisatawan untuk menjaga keberlanjutannya.

b. Komodifikasi Budaya

Sisi negatif, pariwisata dapat menyebabkan komodifikasi budaya, di mana elemen budaya lokal diubah atau disederhanakan demi memenuhi keinginan wisatawan, sehingga dapat mengurangi keasliannya.

4. Dampak Lingkungan

a. Pelestarian Lingkungan

Pariwisata berbasis alam, seperti ekowisata, dapat mempromosikan kesadaran lingkungan dan pelestarian alam. Pemerintah dan masyarakat sering kali terdorong untuk melindungi lingkungan alami, flora dan fauna sebagai aset wisata.

b. Degradasi Lingkungan

Pada sisi lainnya, jika tidak dikelola dengan baik, pariwisata dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Peningkatan jumlah wisatawan dapat menyebabkan pencemaran, erosi, perusakan habitat alami dan meningkatnya volume sampah di area wisata.

5. Dampak Infrastruktur

a. Pengembangan Infrastruktur

Investasi dalam infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan dan fasilitas publik biasanya meningkat untuk mendukung pariwisata. Hal ini juga membawa manfaat bagi masyarakat lokal dengan meningkatkan aksesibilitas dan kualitas pelayanan publik.

b. Kemacetan dan Kepadatan

Jika jumlah wisatawan melebihi kapasitas infrastruktur yang ada, hal ini bisa menyebabkan kemacetan, kekurangan air dan tekanan pada sumber daya lainnya yang dibutuhkan baik oleh penduduk lokal maupun wisatawan.

Pariwisata lokal dapat memberikan banyak manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat, seperti peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja dan pelestarian budaya. Namun bila tidak dikelola dengan baik maka pariwisata dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan, budaya dan kualitas hidup masyarakat lokal. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang berkelanjutan dan inklusif untuk memaksimalkan manfaat pariwisata sekaligus meminimalkan dampaknya yang merugikan.

E. Pengelolaan Lingkungan

Konservasi Sumber Daya Alam

Menjaga lingkungan alam adalah kunci untuk keberlanjutan pariwisata. Inisiatif konservasi seperti pembatasan jumlah pengunjung, reboisasi dan pengelolaan sampah, dapat mengurangi dampak negatif pariwisata terhadap alam.

Promosi Ekowisata

Fokus pada pariwisata yang berbasis alam dan ramah lingkungan (ekowisata) yang mendidik pengunjung tentang pelestarian alam sambil menyediakan manfaat ekonomi bagi komunitas lokal. Manajemen sampah dan limbah terhadap ekowisata harus ditangani dengan baik. Pengelolaan sampah yang baik sangat penting, terutama di area wisata alam. Program daur ulang, pengurangan penggunaan plastik sekali pakai dan pengelolaan limbah yang efisien harus diterapkan. Manajemen sampah dan limbah dalam ekowisata merupakan aspek penting untuk menjaga kelestarian lingkungan sekaligus memberikan pengalaman positif bagi wisatawan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Pemisahan Sampah (*Waste Segregation*)
 - a. Sediakan tempat sampah terpisah untuk organik, anorganik, dan bahan yang dapat didaur ulang.

- b. Berikan edukasi kepada pengunjung tentang pentingnya membuang sampah sesuai kategorinya.
- 2. Komposting Sampah Organik
 - a. Limbah organik, seperti sisa makanan atau dedaunan, dapat dikomposkan untuk dijadikan pupuk bagi tanaman di area wisata.
 - b. Buatlah area komposting sederhana dan libatkan komunitas lokal.
- 3. Pengurangan Sampah Plastik
 - a. Larang penggunaan plastik sekali pakai, seperti sedotan, kantong plastik, dan botol air.
 - b. Fasilitasi penjualan botol minum isi ulang dan sediakan stasiun pengisian air.
- 4. Pengelolaan Limbah Cair
 - a. Pastikan limbah cair, seperti dari toilet dan dapur, diolah terlebih dahulu sebelum dibuang ke lingkungan.
 - b. Gunakan teknologi ramah lingkungan, seperti biofilter atau sistem septik modern.
- 5. Edukasi dan Kesadaran Pengunjung
 - a. Pasang papan informasi mengenai dampak buruk sampah terhadap lingkungan.
 - b. Adakan program edukasi singkat, seperti workshop daur ulang atau pembuatan kompos.
- 6. Kerjasama dengan Komunitas Lokal
 - a. Libatkan masyarakat setempat untuk mengelola sampah, sehingga menciptakan peluang ekonomi.
 - b. Dorong komunitas untuk memanfaatkan limbah sebagai bahan kerajinan.
- 7. Monitoring dan Evaluasi
 - a. Lakukan pemantauan berkala terhadap volume sampah dan efektivitas sistem pengelolaan.

- b. Terus tingkatkan strategi berdasarkan hasil evaluasi dan masukan dari pengunjung

Pendidikan dan Pelatihan

Memberikan informasi kepada wisatawan tentang cara berperilaku yang ramah lingkungan dan menghormati budaya lokal. Misalnya himbauan untuk tidak membuang sampah sembarangan, menghargai adat lokal dan menggunakan sumber daya secara bijak. Peningkatan ekowisata melalui pelatihan, seminar dan lokakarya. Pelatihan bagi pelaku usaha pariwisata, pemandu dan operator lainnya untuk memastikan supaya dapat memahami prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan, termasuk layanan pelanggan, manajemen lingkungan, dan promosi budaya lokal. Demikian pula masyarakat lokal juga perlu mendapatkan pendidikan tentang cara mengelola peluang ekonomi dari pariwisata secara efektif dan cara melestarikan budaya serta lingkungan.

Pengembangan Infrastruktur yang Mendukung

Investasi dalam infrastruktur yang mendukung pariwisata ramah lingkungan, seperti sistem transportasi umum yang efisien, pengelolaan air dan energi yang berkelanjutan serta fasilitas daur ulang dan pengolahan limbah. Meningkatkan aksesibilitas dengan membangun jalan yang baik, transportasi umum yang efisien dan fasilitas yang memadai untuk wisatawan dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan. Demikian pula halnya kontrol terhadap kemacetan dan *over tourism*. Jika destinasi wisata terlalu padat, harus ada pembatasan jumlah wisatawan atau penerapan sistem tiket atau reservasi untuk mengontrol arus pengunjung.

Diversifikasi Produk Wisata

Mengembangkan berbagai jenis produk wisata agar tidak terlalu bergantung pada satu jenis wisata saja. Misalnya, selain pariwisata alam, bisa juga dikembangkan pariwisata budaya, pertanian, peternakan, perkebunan, kuliner dan pendidikan. Mempromosikan

wisata yang terkait dengan musim tertentu untuk mencegah *over-tourism* sepanjang tahun. Hal ini juga membantu mengurangi dampak lingkungan yang mungkin terjadi jika wisatawan terlalu banyak pada satu waktu.

Promosi yang Efektif

Promosikan destinasi wisata dengan fokus pada pariwisata yang berkelanjutan. Informasikan kepada calon wisatawan tentang daya tarik alam dan budaya yang otentik serta cara mereka dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan komunitas lokal. Menggunakan media digital dan teknologi untuk mempromosikan destinasi wisata secara luas, termasuk melalui situs web, media sosial dan platform pemesanan online, pastikan pesan yang disampaikan adalah tentang kelestarian dan keunikan budaya lokal.

Kerjasama dengan Pihak Swasta dan Pemerintah

Melakukan kolaborasi antar stakeholder yakni pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal dan organisasi non-pemerintah. Melakukan kerja sama dalam pengelolaan pariwisata. Hal tersebut dapat dipastikan bahwa semua pihak terlibat dalam pengambilan keputusan yang tepat dan berbagi tanggung jawab.

Pemerintah harus menetapkan regulasi yang jelas terkait dengan pembangunan fasilitas wisata, perlindungan lingkungan dan hak-hak masyarakat lokal. Pengawasan terhadap implementasi regulasi tersebut juga sangat penting untuk menjaga keseimbangan lingkungan.

Pengukuran Dampak dan Evaluasi Berkala

Melakukan monitoring terhadap dampak ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan dari kegiatan pariwisata secara berkala. Penting dilakukan untuk menilai apakah pariwisata memberikan manfaat yang diinginkan atau justru menimbulkan dampak negatif.

Berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi, strategi pengelolaan pariwisata harus diperbarui atau disesuaikan agar tetap relevan

dan berkelanjutan. Pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan membutuhkan perencanaan yang matang, keterlibatan masyarakat lokal, perlindungan lingkungan dan kolaborasi dengan berbagai pihak. Dengan strategi yang tepat, pariwisata bisa menjadi pendorong utama ekonomi lokal sekaligus menjaga warisan alam dan budaya untuk generasi mendatang.

F. Cara Mengukur Keberhasilan Ekowisata

Mengukur keberhasilan ekowisata memerlukan pendekatan yang holistik karena ekowisata melibatkan aspek lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. Berbeda dengan pariwisata massal, keberhasilan ekowisata tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung atau pendapatan akan tetapi juga dari dampaknya terhadap kelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat lokal. Beberapa metode dan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan ekowisata:

1. Indikator Lingkungan

Keberhasilan ekowisata harus mencerminkan perlindungan dan pelestarian lingkungan. Beberapa indikator penting yang dapat digunakan antara lain:

a. Konservasi Keanekaragaman Hayati:

Jumlah spesies yang dilindungi di kawasan ekowisata. Keberhasilan dapat diukur berdasarkan peningkatan populasi spesies langka atau terancam atau berkurangnya ancaman terhadap keanekaragaman hayati. Perlindungan habitat alami, seperti hutan, pertanian, Perkebunan dan perikanan diukur dari luas kawasan yang dilindungi dan dipertahankan.

b. Pengelolaan Sumber Daya Alam yang Berkelanjutan:

Penggunaan sumber daya alam yang efisien, seperti air, energi, dan bahan baku serta seberapa jauh destinasi

mengadopsi praktik berkelanjutan seperti energi terbarukan dan pengelolaan limbah yang baik.

c. Dampak Lingkungan dari Wisatawan:

Pengurangan jejak karbon dari aktivitas wisatawan, misalnya dengan mengukur penggunaan transportasi ramah lingkungan atau jejak energi dan emisi karbon. Pengelolaan limbah wisatawan, di mana keberhasilan bisa diukur dari tingkat daur ulang atau pengurangan sampah di area wisata. Kondisi ekosistem setelah beberapa tahun pariwisata berjalan (misalnya kualitas air, tingkat erosi tanah dan jumlah pencemaran).

2. Indikator Ekonomi

Dampak ekonomi ekowisata pada masyarakat lokal dan wilayah sekitarnya adalah kunci utama keberhasilan ekowisata. Jumlah masyarakat lokal yang dipekerjakan dalam sektor pariwisata atau yang terlibat dalam rantai pasokan (seperti pemasok makanan, pemandu wisata dan produsen kerajinan lokal). Kenaikan pendapatan rata-rata masyarakat lokal setelah ekowisata dikembangkan serta berapa persen keuntungan yang kembali ke komunitas lokal.

a. Pertumbuhan Ekonomi Lokal:

- 1) Kontribusi ekowisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) lokal atau pendapatan daerah.
- 2) Diversifikasi ekonomi setempat, seperti munculnya usaha-usaha baru yang mendukung pariwisata berkelanjutan (misalnya restoran, homestay dan toko bahan pangan dan kerajinan).

b. Keterlibatan Bisnis Lokal:

Proporsi bisnis lokal (dibandingkan dengan perusahaan asing atau besar) yang terlibat dalam kegiatan ekowisata dan peran masyarakat dalam mempromosikan keberlanjutan ekonomi.

3. Indikator Sosial dan Budaya

Keberhasilan ekowisata juga terkait erat dengan kesejahteraan sosial dan pelestarian budaya masyarakat local, antara lain:

a. Kesejahteraan Masyarakat Lokal:

- 1) Indeks kepuasan masyarakat lokal terkait dengan pariwisata, yang dapat diukur melalui survei atau wawancara.
- 2) Akses masyarakat lokal terhadap fasilitas baru yang dibangun untuk pariwisata, seperti infrastruktur, transportasi, atau fasilitas kesehatan.

b. Pelestarian Budaya dan Tradisi Lokal:

- 1) Pelestarian budaya lokal yang diukur dari jumlah acara atau tradisi lokal yang terus dilestarikan dan diikuti wisatawan.
- 2) Penggunaan dan promosi produk kerajinan atau seni lokal dalam pariwisata, serta peningkatan permintaan terhadap produk-produk tersebut.
- 3) Jumlah kegiatan budaya atau pendidikan yang melibatkan wisatawan dan masyarakat lokal, seperti lokakarya, pameran, atau pertunjukan seni.

c. Keterlibatan Komunitas dalam Pengambilan Keputusan

Seberapa besar keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi ekowisata, seperti berapa banyak anggota masyarakat lokal yang berpartisipasi dalam pengambilan keputusan atau manajemen kawasan wisata.

4. Indikator Pengalaman Wisatawan

Keberhasilan ekowisata juga harus diukur dari perspektif wisatawan dengan fokus pada pengalaman wisatawan dan dampaknya terhadap sikap mereka terhadap lingkungan: Tingkat kepuasan wisatawan dapat diukur melalui survei setelah kunjungan. Hal ini mencakup aspek pengalaman alam, interaksi dengan budaya lokal dan pelayanan yang diterima. Persentase

wisatawan yang berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

- a. Edukasi dan Kesadaran Lingkungan Wisatawan
 - 1) Peningkatan pengetahuan wisatawan tentang konservasi lingkungan dan budaya lokal yang dapat diukur melalui survei sebelum dan sesudah kunjungan.
 - 2) Jumlah wisatawan yang terlibat dalam kegiatan edukatif seperti lokakarya atau kegiatan pelestarian alam seperti penanaman pohon atau pembersihan pantai.
- b. Pengurangan Dampak Negatif dari Wisatawan
Penurunan tingkat perilaku wisatawan yang merusak lingkungan, seperti pembuangan sampah sembarangan atau peningkatan kepatuhan terhadap aturan-aturan lingkungan di kawasan ekowisata.

5. Indikator Keberlanjutan Operasional

Pengelolaan ekowisata juga perlu diukur dari segi seberapa berkelanjutan operasionalnya dalam jangka panjang:

- a. Penerapan Praktik Ramah Lingkungan:
 - 1) Penggunaan teknologi ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan (surya atau angin), sistem pengelolaan air atau bangunan hemat energi.
 - 2) Jumlah dan kualitas inisiatif hijau yang diimplementasikan seperti daur ulang limbah, penggunaan bahan bangunan lokal dan alami serta perawatan kawasan alami.
- b. Kepatuhan terhadap Standar dan Regulasi Berkelanjutan
 - 1) Kepatuhan terhadap peraturan nasional dan internasional terkait pariwisata berkelanjutan seperti sertifikasi lingkungan atau pariwisata ramah lingkungan.
 - 2) Adanya audit atau penilaian reguler untuk memastikan bahwa operasional tetap berkelanjutan dari segi lingkungan dan sosial.

c. Keuangan yang Berkelanjutan:

Stabilitas finansial destinasi ekowisata, yang diukur dari pendapatan dan biaya operasional, serta seberapa besar dukungan keuangan yang diberikan oleh pemerintah atau stakeholders. Program pemantauan lingkungan, terdiri dari:

- 1) Keberhasilan dapat diukur dari program pemantauan lingkungan yang kontinu, misalnya dengan melacak perubahan dalam ekosistem atau populasi satwa selama beberapa tahun.
- 2) Laporan tahunan atau berkala yang menunjukkan tren positif dalam upaya konservasi atau pengurangan dampak negatif dari pariwisata.
- 3) Riset tentang Dampak Sosial dan Budaya. Keberhasilan juga bisa diukur melalui riset jangka yang melihat bagaimana masyarakat lokal beradaptasi dengan pariwisata dan bagaimana pariwisata mempengaruhi kehidupan sosial budaya masyarakat.

Pengukuran keberhasilan ekowisata memerlukan penggunaan indikator yang mencakup aspek lingkungan, ekonomi, sosial, budaya, dan pengalaman wisatawan. Tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, keberhasilan ekowisata juga diukur dari seberapa baik destinasi tersebut melestarikan lingkungan, memberdayakan masyarakat local dan menawarkan pengalaman edukatif serta autentik bagi wisatawan. Penilaian tersebut dapat membantu memastikan bahwa ekowisata berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

G. Ekowisata Jangka Panjang

Ekowisata memiliki banyak manfaat jangka panjang yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal, wisatawan, pemerintah dan lingkungan itu sendiri (Sukardi, A., 2016). Ketika dikelola dengan baik, ekowisata dapat menjadi alat yang efektif untuk

mendukung pelestarian lingkungan, pembangunan ekonomi, dan peningkatan kualitas hidup. Berikut adalah manfaat jangka panjang dari ekowisata:

1. Pelestarian Lingkungan

Ekowisata mendukung upaya konservasi dengan menyediakan dana yang dapat digunakan untuk menjaga habitat alami, melindungi spesies yang terancam dan mendanai penelitian lingkungan. Dengan demikian, ekowisata membantu mempertahankan keanekaragaman hayati yang sangat penting bagi ekosistem.

Pengurangan dampak lingkungan dengan melalui praktik yang ramah lingkungan, seperti pengelolaan sampah, pembatasan jumlah wisatawan, dan penggunaan energi terbarukan, ekowisata membantu mengurangi jejak karbon dan polusi. Ini membantu menjaga kebersihan lingkungan dan kelestarian alam dalam jangka panjang.

Restorasi habitat dan ekosistem yakni berupa sebagian pendapatan dari ekowisata sering digunakan untuk proyek restorasi lingkungan. Diantaranya melakukan reboisasi atau perbaikan lahan yang terdegradasi. Hal ini berdampak positif bagi ekosistem yang sebelumnya terancam atau rusak.

2. Peningkatan Ekonomi Lokal

Pendapatan berkelanjutan untuk masyarakat lokal melalui ekowisata yang dapat memberikan peluang pekerjaan dan sumber pendapatan jangka panjang bagi masyarakat setempat. Pekerjaan seperti pemandu wisata, pengelola penginapan dan penjual produk lokal memberi masyarakat lokal kesempatan untuk mendapatkan manfaat ekonomi secara langsung.

Diversifikasi sumber ekonomi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan budaya sebagai daya tarik wisata, ekowisata membantu masyarakat lokal mendiversifikasi ekonomi mereka. Ini penting untuk menjaga kestabilan ekonomi lokal di daerah

yang mungkin bergantung pada satu sektor saja seperti pertanian atau perikanan.

Keberadaan ekowisata sering memacu pembangunan infrastruktur seperti jalan, transportasi umum dan fasilitas kesehatan. Meskipun awalnya dibangun untuk melayani wisatawan namun infrastruktur juga menguntungkan masyarakat setempat dalam jangka panjang.

3. Pemberdayaan dan Pelestarian Budaya Lokal

Pemberdayaan Masyarakat Adat: Ekowisata memberikan ruang bagi masyarakat adat atau lokal untuk menjadi bagian integral dari industri wisata. Mereka bisa berbagi budaya, tradisi, dan pengetahuan tentang lingkungan dengan wisatawan, yang tidak hanya mendatangkan manfaat ekonomi, tetapi juga meningkatkan kebanggaan budaya.

Pelestarian budaya dan tradisi lokal dalam jangka panjang, ekowisata akan dapat mendorong masyarakat untuk melestarikan budaya dan tradisi lokal karena hal ini menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan. Tradisi seperti kerajinan tangan, tari-tarian, musik, dan upacara adat mendapat tempat dalam ekowisata yang membantu mencegah kepunahan budaya.

Edukasi budaya bagi wisatawan memberi nilai yang positif karena Wisatawan tidak hanya menikmati pemandangan alam, tetapi juga belajar tentang budaya dan sejarah lokal. Hal ini menciptakan pertukaran pengetahuan yang berharga dan meningkatkan kesadaran global akan pentingnya melestarikan budaya lokal.

4. Pendidikan dan Kesadaran Lingkungan

Ekowisata membantu meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan. Wisatawan sering diajarkan untuk lebih menghargai alam dan budaya setempat serta didorong untuk bertindak lebih ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

Pengetahuan untuk generasi mendatang: Dengan memberikan pengalaman langsung tentang pentingnya konservasi dan keberlanjutan, ekowisata membantu mendidik generasi muda, baik di tingkat lokal maupun internasional. Hal ini menciptakan generasi baru yang lebih peduli terhadap lingkungan dan masalah sosial.

Sebagai riset dan konservasi ilmiah, ekowisata juga sering mendukung penelitian ilmiah tentang lingkungan, spesies langka, atau ekosistem sensitif. Pendapatan dari ekowisata dapat dialokasikan untuk riset ilmiah yang membantu melindungi sumber daya alam dalam jangka panjang.

5. Pengelolaan Sumber Daya Alam yang Berkelanjutan

Perlindungan jangka panjang terhadap sumber daya. Ekowisata mengandalkan keberadaan sumber daya alam yang utuh, sehingga pengelola ekowisata dan komunitas lokal memiliki insentif kuat untuk menjaga kelestarian lingkungan. Praktik-praktik seperti pemanfaatan air, energi dan lahan secara berkelanjutan menjadi prioritas untuk memastikan daya tarik wisata tetap ada di masa depan.

Pengurangan eksploitasi berlebihan, di mana ekowisata menawarkan alternatif yang lebih ramah lingkungan dibandingkan eksploitasi sumber daya alam yang tidak berkelanjutan, seperti penebangan hutan, penangkapan ikan berlebihan atau pertambangan. Dengan adanya ekowisata, masyarakat lokal tidak perlu terlalu bergantung pada praktik yang merusak lingkungan untuk mendapatkan penghasilan.

6. Perlindungan Terhadap Perubahan Iklim

Pengurangan Emisi Karbon: Dengan praktik ramah lingkungan seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang baik dan transportasi rendah emisi, ekowisata berkontribusi terhadap pengurangan jejak karbon. Wisatawan dan pelaku industri didorong untuk mengambil langkah-langkah yang lebih

berkelanjutan untuk mengurangi dampak pariwisata terhadap iklim.

Konservasi hutan dan karbon tersimpan: Ekowisata sering dikaitkan dengan konservasi hutan yang berfungsi sebagai penyerap karbon alami. Dengan menjaga hutan tetap utuh dan sehat, ekowisata membantu mengurangi dampak perubahan iklim dengan menyimpan karbon di hutan dan vegetasi alami.

7. Penguatan Hubungan Antara Komunitas dan Pemerintah

Ekowisata mendorong terciptanya kerjasama yang lebih baik antara komunitas lokal, pemerintah, dan sektor swasta. Hal ini penting dalam pengelolaan sumber daya alam dan pelestarian budaya, karena semua pihak bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu keberlanjutan.

Pemberian insentif untuk kebijakan ramah lingkungan: Dalam jangka panjang, kesuksesan ekowisata dapat mendorong pemerintah untuk menerapkan lebih banyak kebijakan yang mendukung keberlanjutan seperti insentif untuk praktik ramah lingkungan, pengurangan emisi dan pelestarian alam.

8. Ketahanan Terhadap Krisis Ekonomi

Pengurangan ketergantungan pada sektor ekonomi Tunggal. Ekowisata menawarkan diversifikasi ekonomi bagi masyarakat yang mungkin sebelumnya bergantung pada pertanian, perikanan atau industri lain yang rentan terhadap fluktuasi pasar global atau perubahan iklim. Dengan adanya ekowisata, ekonomi lokal menjadi lebih stabil dan lebih mampu menghadapi guncangan eksternal.

Stabilitas jangka panjang, saat pariwisata massal bisa mengalami naik-turun drastis karena isu lingkungan atau pandemi, ekowisata yang berfokus pada pengalaman berkualitas dan keberlanjutan cenderung lebih stabil dalam jangka panjang. Ini membantu ekonomi lokal tetap bertahan selama masa krisis.

Manfaat jangka panjang dari ekowisata meliputi pelestarian lingkungan, peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal, serta peningkatan kesadaran dan pendidikan tentang konservasi. Ekowisata juga membantu menciptakan model pembangunan yang berkelanjutan, yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjaga warisan alam dan budaya untuk generasi mendatang.

H. Promosi Ekowisata

Strategi promosi ekowisata memerlukan pendekatan yang unik karena ekowisata menekankan pada keberlanjutan, pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Promosi ekowisata harus menargetkan wisatawan yang peduli terhadap lingkungan dan memberikan pengalaman yang otentik dan bertanggung jawab (Wall, G., & Mathieson, A., 2006). Berikut adalah beberapa strategi promosi ekowisata yang dapat digunakan untuk menarik wisatawan dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan:

1. Pemasaran Digital dan Media Sosial

Website yang Informatif dan Menarik. Membuat situs web resmi untuk destinasi ekowisata Lebakmuncang yang mencakup informasi lengkap tentang layanan, pengalaman yang ditawarkan dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan. Sertakan gambar berkualitas tinggi dari lingkungan alam, kegiatan wisata dan testimoni wisatawan.

Optimisasi *Search Engine Optimization* (SEO). Memastikan konten website dioptimalkan agar muncul dalam hasil pencarian terkait ekowisata. Gunakan kata kunci seperti "ekowisata berkelanjutan," "wisata alam," atau "wisata ramah lingkungan" agar mudah ditemukan oleh calon wisatawan yang mencari destinasi ekowisata (Roni Salambue, R, Fatayat, Mahdiyah, E, Andriyani Y, 2020).

Promosi di media sosial dengan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook dan Twitter untuk mempromosikan ekowisata. Bagikan foto-foto alam yang indah, video kegiatan wisata ramah lingkungan serta cerita inspiratif tentang pelestarian alam. Konten yang autentik dan visual menarik sangat efektif di platform ini.

Melakukan kerjasama dengan influencer atau blogger yang fokus pada pariwisata berkelanjutan dan lingkungan. Mereka dapat membantu mempromosikan destinasi ekowisata kepada audiens yang sudah tertarik dengan gaya hidup ramah lingkungan.

Menciptakan kampanye *hashtag* yang unik untuk ekowisata akan dapat digunakan oleh wisatawan untuk membagikan pengalaman mereka di media sosial. Ini membantu memperluas jangkauan dan menarik wisatawan baru yang mencari rekomendasi dari orang lain. *Hashtag* merupakan suatu frasa kata kunci yang dieja tanpa menggunakan spasi dengan tanda tagar di bagian depannya, misalnya saja seperti #accurate, #bisnisjadir mudah dan #UKMnaikkelas, dan lain-lain.

2. Konten Edukasi dan Pengalaman Otentik

Penyediaan konten edukatif yang menyoroti pentingnya pelestarian lingkungan, konservasi keanekaragaman hayati dan budaya lokal. Dapat berupa artikel blog, video dokumenter atau *e-book* yang berisi informasi tentang konservasi alam dan bagaimana ekowisata berkontribusi pada pelestarian tersebut.

Pengalaman Wisata Otentik: Promosikan pengalaman otentik yang ditawarkan oleh ekowisata seperti berinteraksi dengan masyarakat lokal, belajar tentang keanekaragaman hayati, atau mengikuti kegiatan pelestarian alam. Wisatawan yang tertarik pada ekowisata biasanya mencari pengalaman yang berbeda dan bermakna (Roni Salambue, R, Fatayat, Mahdiyah, E., Andriyani Y., 2022).

Tur Virtual dan Pengenalan Lokasi: Sediakan tur virtual di situs web atau media sosial untuk memperkenalkan calon wisatawan pada lokasi ekowisata. Dengan teknologi seperti *360 degree* video atau live streaming, wisatawan bisa merasakan suasana alam dan budaya dari jauh sebelum memutuskan untuk datang.

3. Sertifikasi dan Pengakuan Resmi

Sertifikasi Pariwisata Berkelanjutan: Dapatkan sertifikasi dari lembaga yang diakui secara internasional dalam bidang pariwisata berkelanjutan, seperti *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) atau *Green Globe*. Sertifikasi ini akan menjadi nilai tambah bagi destinasi karena menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan.

Pengakuan dari Lembaga Konservasi: Kerja sama dengan LSM lingkungan atau lembaga konservasi bisa memberikan validasi terhadap usaha wisata. Jika destinasi mendukung program konservasi atau penelitian ilmiah maka ini bisa menjadi poin promosi yang kuat dan meningkatkan kredibilitas.

Penghargaan atau Kompetisi: Ikuti kompetisi atau ajang penghargaan di bidang ekowisata dan pariwisata berkelanjutan. Jika dapat memenangkan penghargaan, hal ini dapat memberikan publisitas yang baik dan meningkatkan reputasi destinasi ekowisata tersebut.

4. Kerja Sama dengan Agen Wisata dan Organisasi Pariwisata

Kolaborasi dengan Agen Wisata: Bekerja sama dengan agen wisata yang fokus pada ekowisata atau pariwisata berkelanjutan untuk menjual paket wisata. Agen-agen ini memiliki jaringan wisatawan yang khusus mencari pengalaman wisata ramah lingkungan (Pratama F G, Kurnia G., 2018).

Kemitraan dengan Operator Wisata Berkelanjutan: Jalin kemitraan dengan operator wisata internasional dan domestik yang menawarkan paket wisata berkelanjutan. Mereka dapat

membantu mempromosikan destinasi wisata kepada pelanggan yang tertarik dengan ekowisata.

Promosi di Forum dan Pameran Wisata: Ikuti pameran wisata internasional dan domestik yang fokus pada pariwisata berkelanjutan. Hal tersebut dapat memberi kesempatan untuk bertemu langsung dengan agen wisata, wisatawan potensial dan jaringan profesional lainnya di industri pariwisata.

5. Program Loyalitas dan Pemasaran Mulut ke Mulut

Program Referensi dan Diskon: Ciptakan program referensi di mana wisatawan yang telah berkunjung dapat mendapatkan insentif jika mereka merekomendasikan teman atau keluarga untuk berkunjung ke destinasi ekowisata Lebakmuncang. Ini mendorong promosi mulut ke mulut yang sangat efektif.

Pemberian Diskon untuk Kunjungan Berulang: Tawarkan diskon khusus bagi wisatawan yang kembali berkunjung atau yang ikut serta dalam program pelestarian yang dijalankan. Hal ini tidak hanya mendorong kunjungan berulang akan tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan wisatawan.

Testimoni dan Ulasan Positif: Minta wisatawan yang puas untuk meninggalkan ulasan positif di platform seperti TripAdvisor, Google Reviews, atau media sosial. Ulasan yang baik sangat mempengaruhi keputusan calon wisatawan yang sedang mencari destinasi ekowisata yang dapat dipercaya.

6. Pengembangan Akomodasi dan Fasilitas Ramah Lingkungan

Promosikan Fasilitas Ramah Lingkungan: Soroti penggunaan fasilitas ramah lingkungan di destinasi ekowisata seperti penginapan berbahan alami, penggunaan energi terbarukan atau praktik minim limbah. Wisatawan ekowisata sangat menghargai akomodasi yang mendukung keberlanjutan (Wisnawa; I.M.B. Prayogi, P.A., Sutapa, K., 2020).

Tawarkan Pengalaman ‘Green Living’: Selain menawarkan kegiatan wisata, tawarkan paket yang mengedukasi wisatawan

tentang praktik hidup ramah lingkungan. Misalnya, wisatawan dapat belajar cara membuat produk ramah lingkungan, memasak dengan bahan organik lokal atau berpartisipasi dalam program daur ulang.

7. Edukasi dan Keterlibatan Wisatawan

Pelatihan dan Workshop: Tawarkan pelatihan dan workshop tentang keberlanjutan atau konservasi alam kepada wisatawan. Kegiatan ini bisa melibatkan mereka dalam aksi nyata, seperti penanaman pohon, pembersihan pantai, atau belajar tentang spesies langka.

Libatkan Wisatawan dalam Proyek Konservasi: Undang wisatawan untuk berpartisipasi dalam proyek konservasi yang sedang berlangsung di lokasi ekowisata, seperti proyek perlindungan satwa liar, restorasi habitat, atau penelitian ilmiah. Dapat memberikan pengalaman mendalam dan meninggalkan kesan positif yang bertahan lama (Fandeli, C., 2000).

8. Keterlibatan dengan Komunitas Lokal

Melibatkan dan memberdayakan komunitas lokal sebagai bagian dari strategi promosi. Tunjukkan bagaimana ekowisata yang dikelola memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, seperti pekerjaan, pelatihan, dan pelestarian budaya.

Membantu masyarakat lokal mempromosikan produk mereka kepada wisatawan. Produk lokal seperti kerajinan tangan, makanan tradisional atau seni dapat menjadi daya tarik tersendiri. Memperkenalkan produk-produk ini juga membantu memperkuat ekonomi lokal dan memberikan nilai tambah bagi wisatawan.

9. Kampanye Komitmen Keberlanjutan

Komitmen Publik terhadap Keberlanjutan: Promosikan kebijakan keberlanjutan yang dijalankan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah dan perlindungan terhadap spesies terancam. Ini akan menarik wisatawan yang

sadar akan isu lingkungan dan ingin mendukung destinasi yang sejalan dengan nilai-nilai mereka.

Laporan Keberlanjutan yang Transparan: Buat laporan keberlanjutan tahunan yang dapat diakses publik, yang menunjukkan bagaimana ekowisata dapat membantu pelestarian lingkungan dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat lokal. Transparansi ini menciptakan kepercayaan dan membedakan destinasi dari yang lain.

Strategi promosi ekowisata harus menekankan keberlanjutan, pengalaman otentik, dan keterlibatan komunitas lokal. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, kolaborasi dengan agen wisata, dan menyediakan pengalaman edukatif, ekowisata dapat menarik wisatawan yang peduli lingkungan (Husin, A., Andriani, D.S., Saputra, A., 2020).

Tantangan yang dihadapi dalam pengembangan ekowisata di Lebakmuncang memerlukan pendekatan yang holistik dan kolaboratif. Melibatkan semua pemangku kepentingan, mulai dari masyarakat lokal, pemerintah, hingga sektor swasta, adalah kunci untuk menciptakan model ekowisata yang berkelanjutan dan menguntungkan. Mengatasi tantangan ini juga penting untuk memastikan bahwa ekowisata dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat setempat.

Pengembangan ekowisata di Lebakmuncang membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan partisipatif, melibatkan semua pemangku kepentingan, termasuk masyarakat lokal, pemerintah dan wisatawan. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut di atas maka Lebakmuncang dapat menjadi destinasi ekowisata yang berkelanjutan yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga melestarikan keindahan alam dan budaya setempat.

I. Daftar Pustaka

Aditya Eka Trisnawati, A.E., Wahyono, H., Wardoyo, C. (2018). Pengembangan Desa Wisata dan Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan* Volume: 3 Nomor: 1

Fandeli, C. (2000). Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataan Alam. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Fandeli, C. (2000). Pengertian dan Konsep Dasar Ekowisata. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM

Husin, A., Andriani, D., S., Saputra, A. (2020). Pengembangan Wisata. ISBN 9786235854526

Masitah,I., (2019). Pengembangan Desa Wisata oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* e-ISSN 2614-2945

Pratama F G, Kurnia G. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*

Rahmawati, T., & Subiakto, H. (2018). Potensi Ekowisata untuk Pemberdayaan Masyarakat Lokal di Indonesia. Dalam Prosiding Seminar Nasional Pariwisata Berkelanjutan. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Roni Salambue, R, Fatayat, Mahdiyah, E., Andriyani Y. (2022). Pengembangan Daya Tarik Objek Wisata Teluk Jering Kecamatan Tambang, Kab. Kampar. E-ISSN 2614-7106 Vol. 4 No. 1

Setiawan, R. (2017). Ekowisata Berbasis Konservasi: Studi Kasus di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Dalam Prosiding Konferensi Nasional Kehutanan. Malang: Universitas Brawijaya.

Sukardi, A. (2016). Ekowisata: Konsep dan Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia.

Sunaryo, B. (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.

Wall, G., & Mathieson, A. (2006). Tourism: Change, Impacts, and Opportunities. Harlow: Pearson Education Limited.

Wisnawa; I.M.B. Prayogi, P.A., Sutapa, K. (2020). Manajemen Pemasaran Pariwisata Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan.

J. Biografi



Dr. Mulyati, S.Pt., M.M. lahir di Pinrang, Sulawesi Selatan, tanggal 31 Mei 1970. Telah menempuh Pendidikan S3, bidang ilmu Management pada Universitas Persada Indonesia, tahun 2014. Pendidikan Magister Managemen di Universitas Mpu Tantular, th 2019 dan Pendidikan Strata Satu pada Universitas Hasanuddin, Jurusan Nutrisi dan Makanan Ternak th 1995. Pengalaman mengajar sebagai Dosen tetap sejak th 2019-2019 di Universitas Borobudur Jakarta hingga tahun 2018. Tahun 2019 menjadi Dosen tetap pada Fakultas Ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 Jakarta. Saat ini aktif dalam kegiatan tri dharma perguruan tinggi. Berbagai Penelitian yang telah dilakukan secara mandiri dan bersama tim peneliti berasal dari perguruan tinggi yang sama maupun dari perguruan tinggi yang berbeda. Penelitian tersebut adalah *The Effects of Service Operation Engineering and Green Marketing on Consumer Buying Interest*” Terindeks Scopus (H16); *The effect of marketing mix on purchasing decisions*; *The Role of Digital Banking in Taking opportunities and challenge of Sharia Banks in the digital era*; *The Influence of Customer Relation Management Service Quality on Customer Trust (Conference International)*; *Indonesia Health Care Service a Medical Transportation Approach*; *Community Empowerment Through Food Processing Basic*

Chocolate; Individualism and Collectivism Culture to Audit Judgement (Q3); The effect of marketing mix and quality of service perceived to the hotel image and implication on the customer confidence to chose the hotel in Jakarta. Demikian halnya aktif pula Pengabdian pada Masyarakat, diantaranya: Pemberdayaan Masyarakat Desa Mulyasejati Kecamatan Ciampel, Kabupaten Karawang Melalui Pengelolaan Sampah Domestik; Pengaruh Keluarga, Pendidikan dan E-Commerce pada Peningkatan Minat Wirausaha; Strategi Peningkatan Kompetensi Pengolahan Pangan dalam Penciptaan Wirausaha Baru; Pengolaan Sampah Sistim Recude, Reuse dan Recycle; Strategi Peningkatan SDM Wirausaha Kue Cokelat Berbahan Dasar Lokal; Peningkatan Kompetensi Masyarakat Dalam Mengembangkan Pemasaran E-Commerce di DKI Jakarta; Pola Hidup Sehat Masyarakat di Era Revolusi Industri 4.0, *at all*. Berbagai buku yang telah ditulis bersama tim., di antaranya: Tantangan Upaya Normalisasi ODOL di Bidang Perdagangan; Akuntansi Managemen; Pengantar Audit; Kewirausahaan; Ekonomi Koperasi; Dasar-Dasar Bisnis; Ekonomi Kreatif' Komunikasi Pemasaran; MSDM Era Industri 4.0; Manajemen Strategis; Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran, dll.



BAB VIII

PENGGUNAN TEKNOLOGI PADA PENGEMBANGAN PARIWISATA OLEH GENERASI MUDA

Nika Sintesa, S.Pd., M.Pd., M.M.

A. Definisi Generasi Muda dan karakteristiknya: Kreativitas, Inovasi dan Teknologi

Generasi muda memiliki peran yang sangat penting dalam bidang pariwisata, terutama karena kreativitas, inovasi, dan penguasaan teknologi mereka yang luar biasa dan bisa dengan cepat menerima perubahan dan perkembangan yang terjadi, istilah lain adalah kekinian. Buhalis, D., & Law, R. (2008) New studies have been

published about the specific nature of the new generations of tourists: silent Generation, Baby Boomers, Generation X, and Generation Y. Menurut Buhalis, D., & Law, R. (2008) Kombinasi dari karakteristik ini memungkinkan generasi Baby Boomers, Boomers, Generasi X, Generasi Y (Milenial) tidak hanya berkontribusi dalam perkembangan pariwisata tetapi juga mentransformasi untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan tren terbaru. Generasi muda saat ini umumnya terdiri dari kelompok yang dikenal sebagai Generasi Milenial dan Generasi Z. Dalam demografi, generasi ini mencakup individu yang lahir antara tahun 1981 hingga 2012. Mereka adalah kelompok usia produktif dengan pengaruh besar pada berbagai bidang kehidupan, termasuk pariwisata, teknologi, ekonomi, hingga perubahan sosial. Secara khusus, generasi muda ini memiliki ciri-ciri yang mencakup:

1. Milenial (Generasi Y): Lahir antara tahun 1981-1996. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan internet dan teknologi digital dasar.
2. Generasi Z: Lahir antara tahun 1997-2012. Mereka adalah generasi yang lahir di era digital dan terbiasa dengan teknologi sejak usia dini.

Berikut adalah beberapa cara generasi muda memengaruhi pariwisata melalui kreativitas, inovasi, dan penguasaan teknologi:

1. Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Pariwisata
Harahap, M. A & Adeni, S (2020) menyatakan jika penggunaan teknologi saat ini kian meningkat dengan pesat ditambah dengan peralatan elektronik yang semakin canggih yang memudahkan pekerjaan manusia. Terlebih lagi, selama pandemi COVID-19 yang membuat penggunaan internet sangat tinggi di mana pada tahun 2020 total pengguna mencapai 196,7 juta jiwa.

Bisa disimpulkan dari fakta tersebut pengguna aktif media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang mereka manfaatkan sebagai platform utama untuk mempromosikan destinasi wisata. Dengan dalam kemampuan mereka membuat

konten yang menarik, baik dalam bentuk foto, video, maupun tulisan, generasi muda dapat memperkenalkan tempat wisata baru, budaya lokal, dan keunikan tempat-tempat tertentu kepada audiens global.

Mereka tahu cara menyesuaikan konten dengan tren digital, membuat destinasi wisata terlihat lebih menarik dan viral. Contohnya, banyak tempat wisata yang menjadi populer setelah dipromosikan oleh para influencer atau content creator muda yang berhasil menarik perhatian orang melalui konten visual yang menarik. Melalui tagar, lokasi, dan caption kreatif, generasi muda membantu meningkatkan daya tarik suatu destinasi dan menjadikannya trending.

2. Penggunaan Teknologi Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR)

Saat ini teknologi Virtual Reality (VR) sudah semakin berkembang pesat, sudah banyak peneliti dan industri yang mengembangkan aplikasi VR (Biocca & Delaney, 1995; Radiani et al., 2020). Virtual Reality adalah teknologi komputer yang mampu memreplikasi lingkungan real maupun hayal dan mampu menstimulasi kondisi fisik pengguna sehingga mampu berinteraksi. Perangkat yang digunakan untuk dapat menggunakan teknologi Virtual Reality ada berbagai macam, dari perangkat Head Mounted Display yang merupakan perangkat masukan, perangkat lunak, konten, hingga perangkat gabungan. Pengetahuan tentang teknologi Virtual Reality ini bisa didapat dari Internet. Teknologi immersive (Biocca & Delaney, 1995; Su et al., 2022), salah satunya teknologi Virtual Reality dapat membantu untuk mensimulasikan suatu kondisi, sehingga pengguna mampu belajar dari simulasi dengan menggunakan Virtual Reality.

Teknologi Augmented Reality adalah kombinasi antara dunia maya (virtual) dan dunia nyata (real) yang dibuat oleh komputer. Obyek virtual dapat berupa teks, animasi, model 3D atau video yang digabungkan dengan lingkungan nyata

sehingga pengguna merasakan obyek virtual berada di sekitar lingkungannya. Augmented Reality adalah cara baru, dimana manusia dapat berinteraksi dengan komputer, karena dapat membawa obyek virtual ke lingkungan pengguna, kemudian memberikan pengalaman visualisasi yang nyata (Fajrianti et al., 2022; Liu11 et al., 2018; Sukaridhoto et al., 2020).

Sistem ini berbeda dengan Virtual Reality (VR), yang sepenuhnya merupakan virtual environment. Penggunaan teknologi VR telah dilakukan dengan tema planetarium glass ataupun LEGIT BOLTAS yang telah memanfaatkan teknologi Augmented Reality untuk mengajarkan pengenalan tata surya contohnya di SD Pantenteng madura dan beberapa aplikasi augmented reality untuk pembelajaran di dunia pendidikan mampu memberikan manfaat, meningkatkan imajinasi dan interaksi sehingga pengguna mampu memahami pembelajaran secara interaktif ini (Ayu et al., 2021; Desierto et al., 2020; Maulana & Raharja, 2014; Sukaridhoto et al., 2020).

Generasi muda yang menguasai teknologi sering kali memperkenalkan inovasi seperti AR dan VR dalam pariwisata. Teknologi ini memberikan pengalaman wisata yang lebih mendalam dan interaktif. Misalnya, tur virtual (virtual tour) memungkinkan calon wisatawan untuk “menjelajahi” destinasi dari rumah mereka sendiri. Sementara itu, AR bisa digunakan untuk menambahkan elemen informasi atau panduan interaktif pada situs wisata, sehingga pengunjung dapat belajar lebih banyak tentang sejarah atau keunikan tempat tersebut secara langsung melalui perangkat mereka.

Inovasi ini sangat berguna dalam menarik minat wisatawan yang mungkin belum yakin untuk berkunjung secara fisik. Dengan VR, generasi muda membantu menciptakan pengalaman yang imersif dan mendalam, sementara AR membuat pengalaman wisata menjadi lebih informatif dan interaktif.

3. Pengembangan Aplikasi Pariwisata Berbasis Teknologi
Keterampilan teknologi dan kewirausahaan menciptakan aplikasi yang mempermudah wisatawan dalam berbagai aspek perjalanan, seperti perencanaan, pemesanan, hingga navigasi. Contohnya, aplikasi untuk menemukan rute perjalanan terbaik, mengidentifikasi tempat-tempat populer, atau bahkan aplikasi yang memungkinkan wisatawan menemukan pengalaman lokal yang autentik. Aplikasi ini bisa menjadi panduan lengkap yang membantu wisatawan menjelajahi tempat wisata secara mandiri dengan mudah. Aplikasi semacam ini sangat relevan bagi generasi muda yang lebih memilih pengalaman yang fleksibel dan personal saat bepergian. Mereka bisa mencari informasi dengan cepat, mendapatkan rekomendasi, hingga berbagi pengalaman wisata mereka dengan wisatawan lain dalam komunitas digital.
4. Penciptaan Konten Digital dan Pemasaran Pariwisata Inovatif
Generasi muda memadukan keterampilan digital dan kreatif dalam menciptakan kampanye pemasaran pariwisata yang menarik dan modern. Mereka dapat memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan narasi dan pengalaman wisata yang unik dan relevan bagi audiens milenial dan Gen Z. Melalui storytelling digital, pembuatan video sinematik, serta kampanye yang berfokus pada pengalaman otentik, mereka bisa meningkatkan daya tarik pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan pemasaran influencer, video “behind- the-scenes,” dan dokumentasi pengalaman pribadi, generasi muda membuat pemasaran pariwisata terasa lebih personal, autentik, dan relevan. Pendekatan ini sangat efektif dalam menarik wisatawan yang lebih muda yang mencari pengalaman yang berkesan dan otentik.
5. Peningkatan Pariwisata Berkelanjutan
Kesadaran generasi muda terhadap pentingnya pariwisata berkelanjutan membuat mereka menjadi pelopor dalam praktik

wisata yang lebih bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial. Generasi muda mendukung dan mempromosikan destinasi wisata yang berfokus pada pelestarian alam, pemberdayaan masyarakat lokal, dan praktik ramah lingkungan. Mereka berperan dalam mendorong wisatawan lain untuk lebih peduli pada dampak dari kegiatan wisata mereka terhadap lingkungan dan budaya lokal. Melalui platform digital, mereka membagikan informasi tentang cara-cara menjadi wisatawan yang bertanggung jawab, seperti menghindari plastik sekali pakai, memilih akomodasi yang ramah lingkungan, dan menghormati adat istiadat lokal. Dengan begitu, generasi muda berkontribusi dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan menjaga keberlanjutan pariwisata untuk generasi berikutnya.

6. Meningkatkan Aksesibilitas dan Fleksibilitas melalui Ekonomi Digital

Generasi muda memiliki peran yang sangat besar dalam memajukan industri pariwisata melalui kreativitas, inovasi, dan kemampuan teknologi mereka. Mereka menghidupkan pariwisata dengan pendekatan digital yang interaktif, memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, memperkenalkan teknologi baru seperti AR dan VR, dan mengembangkan aplikasi yang memudahkan pengalaman wisata. Tidak hanya itu, mereka juga mendukung pariwisata yang berkelanjutan, menciptakan pengalaman yang menarik namun tetap bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat lokal. Dengan pengaruhnya, generasi muda mampu mengubah wajah pariwisata menjadi lebih modern, fleksibel, dan relevan dengan kebutuhan zaman, menjadikan mereka agen perubahan penting di bidang ini.

Karakteristik ini menjadikan mereka kekuatan yang unik dan penting, terutama dalam industri yang memerlukan inovasi tinggi seperti pariwisata

- a. Kreativitas yang Tinggi
- b. Berorientasi pada Inovasi dan Teknologi

- c. Lebih Peduli dengan Lingkungan dan Sosial
- d. Kemandirian dan Semangat Kewirausahaan
- e. Keinginan Akan Pengalaman yang Autentik
- f. Terhubung Secara Global

B. Keunggulan Generasi Muda dalam Adaptasi Digital dan Pemasaran Modern

Menurut (Dave Chaffey, 2019), Digital marketing didefinisikan sebagai penggunaan strategi pemasaran yang menggunakan teknologi digital dan kanal online untuk mencapai tujuan bisnis. Generasi muda, terutama generasi Milenial dan Generasi Z, tumbuh di era digital yang cepat berubah. Mereka menjadi generasi yang paling mahir dalam memanfaatkan teknologi modern untuk berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang pemasaran. Dalam konteks ini, adaptasi digital dan keterampilan pemasaran mereka menjadi salah satu keunggulan utama yang membawa perubahan besar.

1. Terbiasa dengan Teknologi Sejak Dini

Generasi muda sangat akrab dengan teknologi sejak usia dini. Mereka tidak hanya menggunakan internet untuk hiburan atau media sosial, tetapi juga memahami bagaimana teknologi dapat dioptimalkan untuk menciptakan peluang. Di bidang pemasaran, mereka dengan cepat memanfaatkan berbagai teknologi seperti algoritma pencarian, sistem rekomendasi, serta analitik untuk memahami tren konsumen. Keunggulan ini memungkinkan mereka untuk merancang strategi pemasaran yang lebih akurat dan berfokus pada pengalaman pengguna.

2. Pemahaman Mendalam terhadap Media Sosial

Generasi muda adalah pengguna media sosial yang aktif, sehingga mereka memiliki pemahaman yang kuat tentang cara kerja platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube. Mereka tahu bagaimana menarik perhatian audiens, menyusun konten yang menarik, dan memahami algoritma

untuk meningkatkan keterlibatan. Dalam pemasaran modern, media sosial adalah alat yang sangat kuat, dan generasi muda memanfaatkannya untuk membangun merek, mempromosikan produk, dan meningkatkan visibilitas. Mereka juga sangat mahir dalam strategi pemasaran influencer, kolaborasi, dan pembuatan konten yang mudah viral.

3. Kemampuan Menggunakan Data dan Analitik

Dalam pemasaran modern, data adalah salah satu aset terpenting. Generasi muda memiliki keunggulan dalam memahami dan memanfaatkan data analitik untuk strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Mereka memanfaatkan platform seperti *Google Analytics*, *Facebook Insights*, dan alat analitik lainnya untuk membaca pola perilaku konsumen, mengukur efektivitas kampanye, dan membuat keputusan berdasarkan data. Kemampuan ini membantu mereka menyusun strategi pemasaran yang lebih terarah, hemat biaya, dan berdampak besar.

4. Mengutamakan Pemasaran Berbasis Konten

Generasi muda menguasai teknik pemasaran berbasis konten yang autentik dan relevan. Mereka memahami bahwa konsumen saat ini lebih menghargai konten yang menawarkan nilai, bukan sekadar iklan biasa. Dalam konteks ini, mereka mengutamakan storytelling, video informatif, infografis, dan artikel blog untuk membangun brand awareness dan kepercayaan konsumen. Konten ini juga sering kali dibalut dengan kreativitas, sehingga menarik bagi audiens dan memiliki peluang besar untuk dibagikan.

5. Responsif dan Fleksibel dalam Menghadapi Tren

Karena terbiasa dengan kecepatan perkembangan teknologi, generasi muda sangat fleksibel dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tren baru. Mereka terbuka untuk mengeksplorasi teknologi baru seperti *augmented reality* (AR), *virtual reality*

(VR), dan *artificial intelligence* (AI) dalam strategi pemasaran mereka. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan selalu berada di depan dalam persaingan pasar. Ketika muncul platform atau tren baru, generasi muda biasanya menjadi pengguna pertama dan memanfaatkannya untuk menciptakan kampanye pemasaran yang inovatif.

6. Keterampilan dalam Pemasaran Omnichannel

Generasi muda memahami pentingnya pendekatan pemasaran yang terintegrasi di seluruh saluran digital. Mereka mahir menggabungkan berbagai platform untuk menciptakan pengalaman yang konsisten bagi konsumen. Sebagai contoh, mereka mampu merancang kampanye yang mengintegrasikan iklan di media sosial, email marketing, website, hingga aplikasi mobile. Pendekatan ini dikenal sebagai pemasaran omnichannel, yang tidak hanya meningkatkan pengalaman pengguna tetapi juga meningkatkan peluang konversi.

7. Lebih Terhubung dengan Audiens Melalui Interaksi Langsung

Generasi muda cenderung membangun hubungan lebih dekat dengan audiens mereka melalui interaksi langsung di media sosial atau platform lainnya. Mereka memanfaatkan fitur seperti *live streaming*, Q&A, dan respon cepat terhadap komentar untuk membangun loyalitas dan kepercayaan. Interaksi ini tidak hanya membantu merek tetap dekat dengan audiens, tetapi juga memberikan insight langsung tentang kebutuhan dan preferensi konsumen.

Adaptasi digital dan keterampilan pemasaran modern generasi muda menjadikan mereka sebagai salah satu kekuatan utama dalam dunia bisnis saat ini. Kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi, mengelola data, dan berinteraksi dengan audiens memungkinkan mereka untuk menciptakan strategi pemasaran yang relevan, efisien, dan efektif. Keunggulan ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan atau merek yang ingin memperluas jangkauan

pasar mereka, tetapi juga membantu menciptakan tren baru yang mendorong perkembangan industri, termasuk pariwisata, ke arah yang lebih digital dan inovatif. Generasi muda memiliki banyak keunggulan dalam adaptasi digital yang membuat mereka unggul di berbagai bidang, mulai dari bisnis hingga perubahan sosial. Berikut adalah beberapa keunggulan utama generasi muda dalam adaptasi digital:

1. Cepat Beradaptasi dengan Teknologi Baru

Generasi muda tumbuh di era teknologi, sehingga mereka sangat terbiasa dengan perubahan yang cepat. Mereka mampu memahami dan menguasai perangkat lunak, aplikasi, dan platform digital baru dalam waktu singkat. Hal ini memungkinkan mereka untuk terus relevan dengan perkembangan digital terkini, baik dalam bidang pekerjaan, komunikasi, maupun kehidupan sehari-hari.

2. Kemampuan dalam *Multitasking* Digital

Generasi muda sangat terampil dalam mengelola berbagai tugas digital sekaligus, seperti menjelajahi internet, menggunakan media sosial, dan menyelesaikan pekerjaan secara online. *Multitasking* ini menjadikan mereka lebih efisien dalam bekerja dan membuat mereka mampu mengelola banyak informasi secara bersamaan, yang sangat berguna dalam dunia yang semakin digital dan cepat berubah.

3. Pemahaman yang Mendalam terhadap Media Sosial

Media sosial adalah salah satu aspek paling penting dari adaptasi digital, dan generasi muda adalah penggunanya yang paling aktif. Mereka memahami algoritma, tren, dan cara membangun audiens di berbagai platform, seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube. Keahlian ini memungkinkan mereka untuk menggunakan media sosial sebagai alat promosi, *personal branding*, dan sarana komunikasi yang efektif dalam dunia bisnis dan sosial.

4. Kemampuan untuk Belajar Mandiri dengan Sumber Daya Digital Generasi muda memiliki kemampuan untuk belajar secara mandiri melalui platform online, seperti kursus daring, tutorial video, dan konten edukatif di media sosial. Dengan adanya sumber daya digital, mereka dapat terus mengasah keterampilan baru dan mengikuti tren industri tanpa batasan waktu atau tempat. Hal ini memberi mereka keunggulan kompetitif, terutama di dunia kerja yang menuntut pembaruan keterampilan yang cepat.
5. Pemanfaatan Data dan Analitik untuk Pengambilan Keputusan Di era digital, data merupakan aset penting, dan generasi muda memiliki kemampuan untuk menganalisis data dengan berbagai alat analitik, seperti Google Analytics, social media insights, dan software manajemen data. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang berbasis data dan lebih akurat, baik dalam strategi pemasaran, pengembangan produk, atau evaluasi kampanye digital.
6. Inovatif dalam Menggunakan Teknologi untuk Kewirausahaan Generasi muda menunjukkan minat besar dalam berwirausaha dan sering memanfaatkan teknologi digital untuk membangun bisnis baru. Platform digital seperti *e-commerce*, *fintech*, dan aplikasi pemesanan online memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan dengan cepat dan efisien. Selain itu, kreativitas dalam menciptakan produk dan layanan yang inovatif dan sesuai kebutuhan pasar menjadikan mereka pemimpin dalam ekonomi digital.
7. Kolaboratif dan Berjejaring Global Adaptasi digital generasi muda memungkinkan mereka untuk berjejaring dengan orang-orang di seluruh dunia tanpa batasan geografis. Mereka terhubung dengan berbagai komunitas global, belajar dari beragam perspektif, dan berkolaborasi dalam proyek internasional. Dengan kemampuan ini, mereka dapat memperluas

wawasan, menemukan peluang baru, dan memecahkan masalah dengan ide-ide dari berbagai latar belakang.

8. Kesadaran Tinggi akan Privasi dan Keamanan Digital

Meskipun mereka aktif di dunia digital, generasi muda juga menyadari pentingnya privasi dan keamanan digital. Mereka umumnya lebih peka terhadap isu-isu seperti privasi data, keamanan akun, dan perlindungan informasi pribadi. Kesadaran ini mendorong mereka untuk lebih berhati-hati dan memilih platform yang menjamin keamanan data, menjadikan mereka pengguna yang cerdas dan terinformasi di era digital.

Generasi muda memiliki keunggulan yang luar biasa dalam adaptasi digital karena mereka tumbuh di lingkungan yang terus berkembang secara teknologi. Keterampilan mereka dalam menguasai teknologi baru, menganalisis data, berinovasi, dan memahami media sosial membuat mereka unggul di berbagai sektor. Adaptasi digital ini memungkinkan mereka untuk berkontribusi secara signifikan dalam ekonomi, menciptakan perubahan sosial, dan mendorong inovasi di era digital.

C. Posisi Strategis Generasi Muda dalam Menggerakkan Perubahan Sosial dan Ekonomi

Generasi muda memiliki posisi yang sangat strategis dalam mendorong perubahan sosial dan ekonomi di tingkat lokal, nasional, maupun global. Didukung oleh kemampuan teknologi, wawasan yang luas, dan semangat untuk berinovasi, generasi muda memainkan peran penting dalam menciptakan dunia yang lebih maju, inklusif, dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa alasan mengapa mereka memiliki posisi yang sangat kuat dalam perubahan ini.

1. Sebagai Agen Perubahan Sosial yang Inovatif

Generasi muda memiliki pandangan yang lebih progresif terhadap isu-isu sosial, termasuk keadilan, kesetaraan, dan lingkungan. Mereka sering kali mendukung nilai-nilai yang inklusif, seperti hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan pemberdayaan komunitas. Melalui media sosial dan kampanye digital, mereka mampu mengadvokasi isu-isu tersebut secara luas dan cepat, menciptakan gelombang dukungan yang besar. Contohnya adalah gerakan-gerakan sosial yang bermula dari inisiatif generasi muda, seperti kampanye lingkungan, gerakan anti-kekerasan, dan lain-lain. Mereka memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi, menggalang dukungan, dan memobilisasi masyarakat untuk turut serta dalam perubahan positif.

2. Penggerak Utama Ekonomi Digital

Dalam sektor ekonomi, generasi muda menjadi pendorong utama ekonomi digital. Mereka menguasai keterampilan digital dan mahir dalam menggunakan teknologi seperti e-commerce, financial technology (fintech), dan platform berbagi ekonomi (sharing economy). Generasi muda tidak hanya sebagai pengguna, tetapi juga sebagai inovator yang menciptakan produk dan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Kehadiran startup yang dipimpin oleh generasi muda semakin mendorong pertumbuhan ekonomi digital, yang tidak hanya memberikan lapangan kerja baru, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan efisiensi di berbagai sektor. Dengan keterampilan teknologi dan pemahaman yang mendalam tentang pasar, generasi muda mendorong adaptasi teknologi yang lebih cepat dan lebih luas, menjadikan ekonomi digital sebagai tulang punggung ekonomi modern.

3. Sumber Tenaga Kerja Produktif dan Inovatif

Bagian dari populasi usia produktif, yang membuat mereka menjadi sumber daya tenaga kerja yang potensial untuk berbagai industri. Dengan kreativitas dan kemampuan beradaptasi yang tinggi, mereka berperan besar dalam meningkatkan produktivitas di tempat kerja, menciptakan produk baru, dan mendorong inovasi. Dalam sektor ekonomi tradisional sekalipun, generasi muda membawa ide-ide segar dan pendekatan baru. Mereka cenderung mendobrak metode konvensional dengan mencari cara yang lebih efisien dan kreatif dalam menyelesaikan masalah. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk tumbuh lebih cepat dan lebih fleksibel menghadapi perubahan pasar

4. Pemimpin dalam Konsumsi Berkelanjutan

Generasi muda memiliki kesadaran yang tinggi akan isu-isu lingkungan dan keberlanjutan. Mereka cenderung memilih produk yang ramah lingkungan, mendukung ekonomi lokal, serta mengutamakan produk yang transparan dalam rantai produksinya. Hal ini telah mendorong perusahaan untuk lebih memperhatikan praktik bisnis mereka dan mulai beralih ke model bisnis yang lebih berkelanjutan. Tren ini tidak hanya berpengaruh pada perilaku perusahaan, tetapi juga memicu munculnya produk dan layanan baru yang lebih berkelanjutan. Generasi muda, dengan kekuatan daya belinya, memiliki pengaruh besar dalam menciptakan perubahan signifikan menuju ekonomi yang lebih hijau dan bertanggung jawab secara sosial.

5. Mendorong Inklusi Keuangan dan Kewirausahaan Sosial

Generasi muda memiliki kecenderungan untuk berwirausaha, tidak hanya untuk keuntungan finansial, tetapi juga untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat. Mereka berinisiatif untuk mengembangkan usaha-usaha yang memberikan manfaat sosial, seperti UMKM berbasis komunitas, usaha sosial, dan bisnis yang memberdayakan perempuan atau kelompok marjinal.

Dalam hal inklusi keuangan, generasi muda menjadi kelompok yang aktif memanfaatkan fintech dan solusi keuangan digital, yang membantu banyak orang mengakses layanan keuangan yang sebelumnya sulit dijangkau. Melalui fintech, banyak anak muda yang juga membuka usaha kecil atau mendukung komunitas mereka dengan pinjaman mikro atau donasi langsung.

6. Kemampuan dalam Memanfaatkan Teknologi sebagai Alat Perubahan

Generasi muda sangat mahir menggunakan teknologi sebagai alat perubahan, baik untuk advokasi sosial, pendidikan, maupun transformasi ekonomi. Mereka menggunakan media digital untuk mengedukasi, menyebarkan informasi, dan menggerakkan aksi sosial. Teknologi seperti media sosial, platform donasi digital, hingga petisi online menjadi alat utama yang memungkinkan mereka mencapai audiens yang luas dan meraih dukungan besar dalam waktu singkat. Selain itu, banyak generasi muda yang memanfaatkan teknologi untuk mendemokratisasi pendidikan. Platform pembelajaran online dan tutorial digital memungkinkan lebih banyak orang memperoleh keterampilan baru tanpa hambatan geografis atau biaya. Generasi muda menjadi pelopor dalam penggunaan teknologi untuk memberdayakan diri mereka sendiri dan orang lain.

Berikut adalah beberapa aspek yang menjelaskan posisi strategis generasi muda dalam perubahan ekonomi dan sosial:

1. Agen Perubahan Sosial yang Progresif

Generasi muda cenderung memiliki pandangan yang progresif dan inklusif terhadap isu-isu sosial, seperti keadilan, keberagaman, dan keberlanjutan lingkungan. Mereka aktif dalam menyuarakan isu-isu penting ini melalui media sosial dan berbagai platform online, yang memungkinkan pesan mereka menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat. Dengan keterlibatan ini, mereka berperan penting dalam mendorong

perubahan sosial, menciptakan kesadaran yang lebih besar, dan memobilisasi dukungan untuk isu-isu kritis

2. Pendorong Utama Ekonomi Digital

Dalam konteks ekonomi, generasi muda merupakan motor penggerak utama dari ekonomi digital. Mereka berperan sebagai konsumen aktif dan pelaku usaha dalam bidang e-commerce, teknologi finansial (fintech), dan startup berbasis teknologi. Kemampuan mereka untuk memahami dan mengadaptasi teknologi baru menjadikan mereka pelopor dalam menciptakan dan mengembangkan produk serta layanan digital. Selain itu, keahlian dalam menggunakan data dan analitik memberikan mereka kemampuan untuk menciptakan strategi bisnis yang lebih inovatif dan berbasis kebutuhan pasar.

3. Penggerak Kewirausahaan Sosial

Generasi muda memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap kewirausahaan sosial, yaitu usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Mereka banyak mendirikan startup dan bisnis kecil yang bertujuan untuk memberdayakan komunitas, menciptakan lapangan kerja, dan memperbaiki kesejahteraan sosial. Dengan demikian, generasi muda tidak hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dalam menciptakan solusi sosial yang berkelanjutan dan berdampak jangka panjang

4. Mendorong Konsumsi dan Produksi Berkelanjutan

Kesadaran yang tinggi terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan. Mereka cenderung lebih memilih produk-produk ramah lingkungan, mendukung bisnis lokal, dan mengutamakan praktik produksi yang etis. Dengan pilihan konsumsi yang bijak ini, mereka mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan yang kini beralih ke model bisnis yang lebih ramah lingkungan karena tingginya permintaan dari konsumen muda

yang lebih peduli terhadap dampak jangka panjang dari produk yang mereka beli

5. Menghidupkan Inovasi di Sektor Pendidikan dan Pelatihan
Dalam transformasi sektor pendidikan melalui inisiatif-inisiatif pembelajaran mandiri dan pelatihan online. Mereka memperkenalkan dan memanfaatkan platform digital seperti kursus online, tutorial, serta aplikasi pembelajaran, yang membuat pendidikan menjadi lebih terjangkau dan fleksibel. Inisiatif ini juga menginspirasi lembaga pendidikan formal untuk mengintegrasikan teknologi dalam proses belajar-mengajar. Dengan akses ke pendidikan yang lebih mudah, generasi muda tidak hanya meningkatkan keterampilan diri mereka sendiri, tetapi juga meningkatkan kapasitas tenaga kerja di masa depan
6. Memperkuat Ekosistem Pekerjaan Jarak Jauh dan Fleksibel
Mendukung model pekerjaan jarak jauh (*remote work*) dan kerja fleksibel yang semakin banyak diadopsi oleh berbagai industri. Mereka merasa lebih produktif dan kreatif ketika diberi kebebasan untuk bekerja dari mana saja dan menentukan jam kerja yang fleksibel. Tren ini membawa perubahan signifikan dalam dunia kerja, mendorong perusahaan untuk mengadopsi sistem kerja hybrid yang lebih adaptif. Dengan kemampuan teknologi dan adaptasi yang baik, generasi muda menjadi katalis dalam perubahan pola kerja yang lebih sesuai dengan tuntutan zaman.
7. Penggerak dalam Pembangunan Komunitas Global
Melalui media sosial dan platform kolaborasi, mereka mampu berbagi ide, solusi, dan kolaborasi antar negara. Ini memungkinkan mereka untuk mendorong perubahan yang lebih luas, tidak terbatas pada negara mereka saja. Kemampuan mereka untuk bekerja lintas budaya dan bahasa menjadikan mereka sebagai bagian penting dari solusi global untuk tantangan bersama, seperti krisis iklim dan ketidaksetaraan. Generasi muda memiliki

posisi strategis dalam mengerakkan perubahan ekonomi dan sosial karena kemampuan mereka untuk beradaptasi, berinovasi, dan mengambil inisiatif. Mereka adalah pelopor dalam ekonomi digital, agen perubahan sosial yang progresif, serta pelaku kewirausahaan yang berdampak sosial.

D. Daftar Pustaka

Ayu, R. F. K., Jannah, Z., Fauziah, N., Ningsih, T. N., Manilatur-rohmah, M., Suryadi, D. A., Budiarti, R. P. N., & Fitriyah, F. K. (2021). Planetarium glass based on augmented reality to improve science literacy knowledge in Madura primary schools. *Child Education Journal*, 3(1), 19–29.

Biocca, F., & Delaney, B. (1995). Immersive virtual reality technology. *Communication in the Age of Virtual Reality*, 15(32), 10–5555.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet – The State of eTourism Research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. *Artikel ini mengulas perkembangan teknologi dalam pariwisata dan bagaimana teknologi informasi mempengaruhi industri pariwisata.*

Dave Chaffey, F. E.-C. (2019). Digital Marketing. Pearson UK.

Fajrianti, E., Sukaridhoto, S., Al Rasyid, M. U. H., Suwito, B. E., Budiarti, R. P. N., Al Hafidz, I. A., Satrio, N. A., & Haz, A. L. (2022). Application of Augmented Intelligence Technology with Human Body Tracking for Human Anatomy Education. *International Journal of Information and Education Technology*, 12(6), 476–484.

Harahap MA, Adeni S. Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi di Indonesia. Jurnal Profesional Fis United. 2020;7(2):13–23.

Liu11, X., Sohn, Y.-H., & Park, D.-W. (2018). Application development with augmented reality technique using Unity 3D and Vuforia. *International Journal of Applied Engineering Research*, 13(21), 15068–15071.

Maulana, A., & Raharja, W. K. (2014). Aplikasi Augmented Reality sebagai Media Pembelajaran Tata Surya. *Prosiding KOMMIT*.

Radianti, J., Majchrzak, T. A., Fromm, J., & Wohlgemant, I. (2020). A systematic review of immersive virtual reality applications for higher education: Design elements, lessons learned, and research agenda. *Computers & Education*, 147, 103778.

Sukaridhoto, S., Rante, H., Zainuddin, M. A., & Budiarti, R. P. N. (2020). Pengenalan Teknologi Virtual Reality Dan Augmented Reality Sebagai Pendukung Edukasi Untuk Sekolah Menengah Di Gresik. *Community Development Journal*, 4(1), 1-7.

E. Biografi



Nika Sintesa, S.Pd., M.Pd., M.M. Penulis pernah menempuh pendidikan S1 jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Kuningan, S2 jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Kuningan dan mengambil S2 lagi Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Mercubuana dan penulis sekarang sedang melanjutkan S3 Manajemen Pendidikan di Universitas Pakuan-Bogor. Penulis bekerja sebagai dosen tetap di Kampus Politeknik LP3I Jakarta. Penulis aktif dalam kegiatan penelitian dan

pengabdian kepada masyarakat dan aktif menulis buku, serta melakukan publikasi artikel ilmiah baik nasional maupun internasional. Penulis juga menjadi Asesor bidang Marketing Manajerial dan juga sebagai Pengajar Praktik Calon Guru Penggerak di Kota Depok. Bidang keahlian penulis antara lain:

manajemen, pendidikan, pemasaran, *public speaking*, komunikasi digital, kewirausahaan, *personality development*. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 082125622277. Email: nikasintesa@gmail.com



BAB IX

REKOMENDASI UNTUK MENINGKATKAN PERAN GENERASI MUDA DALAM PARIWISATA

Atik Budi Paryanti, S.Pd., M.M.

A. Peningkatan Akses Pelatihan dan Modal Bagi Pemuda

Peningkatan akses pelatihan dan modal bagi pemuda adalah langkah penting untuk mendorong kewirausahaan dan pengembangan keterampilan. Berikut beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. **Program Pelatihan Keterampilan** (Hiryanto, Lutfi Wibawa, n.d.): Mengembangkan program pelatihan yang berfokus pada

keterampilan yang dibutuhkan di pasar kerja, seperti teknologi informasi, keterampilan digital, dan keterampilan teknis lainnya. Program Pelatihan Keterampilan adalah program yang dirancang untuk membantu peserta memperoleh atau meningkatkan keterampilan praktis dalam bidang tertentu. Program ini biasanya mencakup pelatihan langsung, kursus, lokakarya, dan bimbingan yang terfokus pada aspek praktis dan aplikatif dari suatu bidang keahlian.

2. **Beberapa tujuan utama dari Program Pelatihan Keterampilan antara lain melalui Peningkatan keterampilan kerja** (Hiryanto, Lutfi Wibawa, n.d.): Mempersiapkan peserta agar memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri atau pekerjaan tertentu. **Meningkatkan produktivitas:** Membekali peserta dengan teknik dan metode yang bisa langsung diterapkan untuk meningkatkan efisiensi kerja. **Pengembangan karir:** Membantu peserta mengembangkan keterampilan baru yang bisa membuka peluang karir lebih luas. **Pemberdayaan individu:** Memberikan keterampilan yang dapat digunakan untuk usaha mandiri atau kewirausahaan.
3. **Jenis Program Pelatihan Keterampilan** antara lain **Keterampilan Teknis (Hard Skills)** (Lestari, 2019): Contoh seperti pelatihan perbaikan mesin, pengkodean komputer, pengelasan, atau teknik memasak. **Keterampilan Non-teknis (Soft Skills):** Termasuk pelatihan komunikasi, kepemimpinan, manajemen waktu, dan pemecahan masalah. **Pelatihan Kewirausahaan:** Menyediakan keterampilan bisnis, manajemen keuangan, pemasaran, dan perencanaan usaha. **Pelatihan Khusus:** Terkait keterampilan unik sesuai kebutuhan spesifik perusahaan atau industri tertentu, seperti pelatihan keselamatan kerja atau pengoperasian alat berat.
4. **Keuntungan mengikuti program pelatihan antara lain keterampilan peningkatan daya saing** (Haryati, 2016): Keterampilan tambahan memberikan nilai lebih di pasar kerja.

Peluang untuk Penghasilan Tambahan: Keterampilan baru bisa membuka peluang untuk pekerjaan freelance atau usaha mandiri. **Pengembangan Pribadi:** Keterampilan baru mendorong rasa percaya diri dan pengembangan diri.

Program ini bisa diadakan oleh berbagai lembaga, seperti pusat pelatihan kerja, perusahaan, lembaga pendidikan, atau organisasi non-profit yang ingin memberdayakan masyarakat.

Kemitraan dengan Sektor Swasta: Menggandeng perusahaan untuk menyediakan pelatihan dan magang. Ini dapat membantu pemuda mendapatkan pengalaman langsung dan meningkatkan daya saing mereka.

5. **Potensi Kemitraan** antara lain adalah melalui Program Magang dan Pelatihan: Perusahaan swasta dapat menawarkan program magang dan pelatihan bagi mahasiswa pariwisata. Ini akan memberikan pengalaman praktis dan wawasan langsung tentang industri. Pengembangan Produk Wisata: Generasi muda, dengan ide-ide segar, dapat berkolaborasi dengan perusahaan swasta untuk mengembangkan produk wisata baru yang menarik minat wisatawan milenial. Pemasaran Digital: Generasi muda umumnya mahir dalam pemasaran digital. Mereka bisa membantu perusahaan swasta dalam mempromosikan destinasi wisata melalui media sosial dan platform online lainnya. Event dan Festival: Bersama-sama, pihak swasta dan generasi muda dapat menyelenggarakan event dan festival yang melibatkan partisipasi aktif dari komunitas lokal. Startup Inkubator: Perusahaan swasta dapat menyediakan fasilitas dan dukungan untuk startup pariwisata yang didirikan oleh generasi muda. (Pokhrel, 2024)
6. **Manfaat Kemitraan** (Prabawati, 2019) dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata Peningkatan Kualitas SDM: Generasi muda akan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik di bidang pariwisata. Inovasi

Produk Wisata: Tercipta produk wisata yang lebih menarik dan relevan dengan minat wisatawan muda. Peningkatan Daya Saing Destinasi: Destinasi wisata menjadi lebih menarik dan kompetitif di pasar global. Pemberdayaan Masyarakat: Keterlibatan generasi muda dalam pengembangan pariwisata dapat memberdayakan masyarakat lokal.

7. **Akses ke Modal merupakan salah satu cara dalam** (Haryati, 2016) mendirikan program pinjaman mikro atau hibah bagi pemuda yang ingin memulai usaha. Ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga keuangan atau pemerintah. Bagaimana solusi meningkatkan akses modal antara lain melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR): Program pemerintah ini menawarkan pinjaman dengan bunga rendah dan persyaratan yang lebih mudah. Ventura Kapital: Investor yang bersedia memberikan modal kepada startup dengan potensi pertumbuhan tinggi. Crowdfunding: Mengumpulkan dana dari banyak orang melalui platform online. Inkubator Bisnis: Program yang menyediakan mentoring, jaringan, dan sumber daya lainnya untuk membantu startup tumbuh. Kemitraan dengan Sektor Swasta: Perusahaan swasta dapat memberikan pinjaman atau investasi kepada usaha-usaha yang menjanjikan. Koperasi: Mendirikan koperasi untuk menghimpun dana dari anggota dan menyalurkannya untuk pengembangan usaha bersama.

Strategi (Haryati, 2016) untuk generasi muda dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata antara lain adalah Buat Rencana Bisnis yang Matang: Rencana bisnis yang baik akan meningkatkan peluang mendapatkan pendanaan. Manfaatkan Jaringan: Bangun hubungan dengan mentor, investor, dan pelaku bisnis lainnya. Ikuti Pelatihan Kewirausahaan: Pelajari keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis, seperti keuangan dan pemasaran. Manfaatkan Teknologi: Manfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan mengelola bisnis secara efisien.

Pendampingan Bisnis dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata yaitu menyediakan mentor atau konsultan bisnis untuk membantu pemuda mengembangkan ide usaha mereka, membuat rencana bisnis, dan mengatasi tantangan. Pengembangan Produk Wisata Kreatif, Bantu generasi muda mengembangkan ide-ide kreatif untuk produk wisata baru, seperti wisata kuliner unik, wisata budaya interaktif, atau wisata petualangan yang ramah lingkungan. Fasilitasi pelatihan dalam bidang desain produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan untuk mendukung pengembangan produk.

Pemanfaatan Teknologi Digital dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata melalui pelatihan. generasi muda menggunakan platform digital untuk pemasaran, penjualan tiket, dan pengelolaan reservasi. mendorong pemanfaatan media sosial untuk membangun brand awareness dan komunitas online. Membantu mengembangkan website atau aplikasi untuk mempermudah akses informasi dan pemesanan. (Pariwisata & Udayana, 2010)

Pemberdayaan UMKM lokal dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata antara lain berkolaborasikan generasi muda dengan UMKM lokal untuk menciptakan paket wisata yang lebih menarik. memfasilitasi pelatihan bagi UMKM dalam hal pelayanan pelanggan, standar kebersihan, dan pengembangan produk. Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan cara mengadakan pelatihan soft skills seperti komunikasi, kepemimpinan, dan kerja sama tim. mendukung pengembangan bahasa asing untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara. Pendanaan dan Inkubasi Bisnis: Bantu akses ke sumber pendanaan seperti pinjaman lunak, hibah, atau investor. Sediakan ruang inkubasi bisnis untuk mendukung pengembangan usaha. (Pokhrel, 2024).

8. **Contoh Kegiatan Pendampingan** dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata antara lain melalui Workshop:

Pembuatan rencana bisnis, pemasaran digital, fotografi produk wisata. Kunjungan lapangan: Belajar dari pelaku wisata sukses, studi banding ke destinasi wisata lain. Mentoring: Dampingi generasi muda dalam mengembangkan bisnisnya. Networking: Fasilitasi pertemuan dengan pelaku industri pariwisata lainnya. Kampanye Kesadaran: Mengedukasi pemuda tentang pentingnya kewirausahaan dan peluang yang tersedia melalui seminar, workshop, dan media sosial. Platform Digital: Membangun platform online untuk menghubungkan pemuda dengan pelatihan, sumber daya, dan investor potensial. Dukungan Kebijakan: Mendorong pemerintah untuk membuat kebijakan yang mendukung akses pelatihan dan modal bagi pemuda, termasuk insentif untuk perusahaan yang melibatkan pemuda dalam program pelatihan. Dengan pendekatan ini, diharapkan pemuda dapat lebih siap untuk berkontribusi pada ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru.

B. Strategi Promosi yang Lebih Luas dan Inovatif Melalui Kolaborasi dengan Influencer dan Media

Strategi promosi yang melibatkan kolaborasi dengan influencer dan media dapat sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil mengidentifikasi influencer yang relevan dengan cara memilih influencer yang sesuai dengan nilai dan audiens target produk atau layanan anda. Memastikan mereka memiliki kredibilitas dan pengaruh yang kuat di niche anda. (Haryati, 2016).

Adapun melalui langkah-langkah Identifikasi Influencer sebagai berikut mentukan target audiens. Usia untuk generasi muda yang tertarik dengan pariwisata, misal 18-30 tahun. Minat: Traveling, fotografi, videografi, budaya, lingkungan. Lokasi: Daerah atau negara yang ingin disasar kampanye.

Cara memilih Platform Media Sosial: melalui Instagram: Visual yang menarik, banyak filter dan fitur kreatif. TikTok: Konten video pendek, tren yang cepat berubah. YouTube: Konten panjang, tutorial, vlog perjalanan. Twitter: Berita, diskusi, opini.

Bagaimana mencari Influencer yang Relevan dalam meningkatkan peran generasi muda dalam pariwisata antara lain: menggunakan tools: BuzzSumo, Influencer Marketing Hub, HypeAuditor. Mencari berdasarkan: Jumlah followers: dengan menyesuaikan dengan target audiens. Engagement rate: Tingkat interaksi audiens dengan konten. Niche: Profil yang sesuai dengan tema pariwisata dan generasi muda Nilai-nilai: Sesuai dengan nilai-nilai kampanye, misal peduli lingkungan, budaya lokal. Contoh influencer: Travel blogger, YouTuber travel, fotografer landscape, aktivis lingkungan muda. Analisis Konten (Kualitas konten: Menarik, informatif, inspiratif, frekuensi posting: Aktif dan konsisten., gaya komunikasi: Sesuai dengan target audiens.), menghubungi Influencer melalui direct message, kirim pesan pribadi yang jelas dan singkat., email lebih formal, cocok untuk proposal kerja sama., menjelaskan tentang tujuan kampanye, manfaat bagi influencer, konten yang ingin dibuat. (Prabawati, 2019)

1. **Kampanye Bersama:** Ciptakan kampanye yang kolaboratif, seperti challenge atau kompetisi yang melibatkan influencer dan pengikut mereka. Ini dapat meningkatkan partisipasi dan menciptakan buzz di media sosial.
2. **Konten Kreatif:** Bekerja sama dengan influencer untuk menghasilkan konten kreatif yang menarik, seperti video tutorial, unboxing, atau review produk. Konten yang menarik dapat lebih mudah dibagikan dan menarik perhatian audiens.
3. **Event atau Webinar:** Selenggarakan acara online atau offline yang melibatkan influencer sebagai pembicara atau host. Ini tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga memberikan nilai tambah kepada audiens.

4. **Kampanye Sosial:** Libatkan influencer dalam kampanye yang memiliki tujuan sosial, seperti keberlanjutan atau pemberdayaan masyarakat. Ini dapat menarik perhatian media dan menciptakan dampak positif.
5. **Media Press Release:** Buat press release yang menjelaskan kolaborasi dengan influencer dan bagaimana itu relevan dengan audiens yang lebih luas. Kirimkan ke media lokal dan nasional untuk mendapatkan liputan.
6. **Keterlibatan di Platform Berbeda:** Selain media sosial, pertimbangkan untuk menjangkau influencer di platform lain, seperti podcast atau blog. Ini dapat membantu menjangkau audiens yang mungkin tidak aktif di media sosial.
7. **Analisis dan Umpam Balik:** Setelah kampanye, lakukan analisis untuk mengevaluasi hasil dan dampak dari kolaborasi. Gunakan data ini untuk perbaikan di masa mendatang dan untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan influencer.

Dengan mengimplementasikan strategi ini, Anda dapat menciptakan promosi yang lebih luas dan inovatif, serta memaksimalkan jangkauan dan dampak kampanye Anda.

C. Penciptaan Platform Dialog Antara Generasi Muda dan Pemangku Kepentingan Lain untuk Pengembangan Bersama

Penciptaan platform dialog antara generasi muda dan pemangku kepentingan lain adalah langkah penting untuk memfasilitasi kolaborasi dan pengembangan bersama. Berikut adalah beberapa strategi untuk mewujudkan ini (Lestari, 2019):

1. **Forum Diskusi Reguler:** Selenggarakan forum atau seminar secara rutin di mana pemuda dan pemangku kepentingan, seperti

pemerintah, sektor swasta, dan organisasi masyarakat sipil, dapat berkumpul untuk berdiskusi dan bertukar ide.

2. **Platform Digital:** Buat platform online, seperti forum atau aplikasi, yang memungkinkan pemuda untuk berbagi pandangan, mengajukan pertanyaan, dan memberikan masukan tentang isu-isu yang relevan. Pastikan platform ini mudah diakses dan ramah pengguna.

Tujuan Utama Platform: Mempermudah akses informasi: Tentang destinasi wisata, akomodasi, transportasi, dan aktivitas yang bisa dilakukan., Memfasilitasi kolaborasi: Antara generasi muda, pelaku wisata, dan pemerintah., Mendorong kreativitas: Dalam menciptakan konten wisata, produk wisata baru, dan inovasi dalam industri pariwisata., Membangun komunitas: Para pelaku wisata muda dapat saling bertukar ide, pengalaman, dan membangun jaringan.

Fitur-fitur yang Bisa Diterapkan: Profil pengguna: Setiap pengguna bisa membuat profil yang berisi informasi tentang minat wisata, pengalaman, dan portofolio., Marketplace: Tempat untuk menjual produk dan jasa wisata, seperti tur, akomodasi unik, dan souvenir. Blog dan forum: Sebagai wadah untuk berbagi cerita perjalanan, tips, dan informasi tentang destinasi wisata. Kalender event: Menampilkan berbagai event wisata yang sedang berlangsung atau akan datang. Tools pembuatan konten: Seperti editor foto dan video sederhana untuk membantu pengguna membuat konten yang menarik. Fitur networking: Untuk menghubungkan pengguna dengan pelaku wisata lainnya, seperti pemandu wisata, pemilik homestay, dan agen perjalanan. Sistem rating dan review: Membantu pengguna memilih destinasi dan layanan wisata yang tepat.

Contoh Platform yang Bisa Menjadi Inspirasi: Airbnb: Fokus pada akomodasi unik dan pengalaman lokal. TripAdvisor: Platform review dan rekomendasi perjalanan. Local Guides: Komunitas Google Maps yang berkontribusi dalam memberikan

informasi tentang tempat-tempat menarik. Platform khusus komunitas travel: Seperti Nomad List atau Travel Massive, yang fokus pada networking dan kolaborasi antar traveler. (Hiryanto, Lutfi Wibawa, n.d.)

Tantangan dan Solusinya: Monetisasi: Bagaimana platform bisa menghasilkan pendapatan untuk tetap berjalan? Opsi: iklan, komisi dari transaksi, fitur premium, atau crowdfunding. Konten berkualitas: Bagaimana memastikan konten yang diunggah oleh pengguna berkualitas dan relevan? Opsi: kurasi konten, sistem rating, dan komunitas yang aktif. Keamanan data: Bagaimana melindungi data pengguna dari penyalahgunaan? Opsi: enkripsi data, kebijakan privasi yang jelas, dan sertifikasi keamanan. Promosi: Bagaimana menarik pengguna untuk bergabung dan menggunakan platform? Opsi: kerja sama dengan influencer, kampanye pemasaran digital, dan event offline.

Pentingnya Kolaborasi: Pemerintah: Menyediakan data destinasi wisata, dukungan kebijakan, dan infrastruktur. Pelaku wisata: Memberikan akses ke jaringan dan sumber daya. Startup: Menyediakan teknologi dan inovasi. Universitas: Memberikan sumber daya manusia dan riset. Fokus pada segmen pasar: Misalnya, wisata petualangan, wisata budaya, atau wisata kuliner. Gunakan teknologi terkini: Seperti AI, AR, dan VR untuk memberikan pengalaman yang lebih interaktif. Berikan kemudahan akses: Platform harus mudah digunakan dan diakses melalui berbagai perangkat. Evaluasi dan tingkatkan terus menerus: Berdasarkan feedback pengguna dan tren pasar.

3. **Program Mentoring:** Kembangkan program di mana pemangku kepentingan berperan sebagai mentor bagi pemuda. Ini dapat membantu pemuda memahami tantangan yang dihadapi dan memberikan wawasan tentang pengembangan diri dan karier.
4. **Proyek Kolaboratif:** Ajak pemuda untuk terlibat dalam proyek yang berkaitan dengan isu-isu sosial, lingkungan, atau ekonomi.

Ini dapat menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab serta mendorong inovasi.

5. **Kegiatan Kreatif:** Selenggarakan kegiatan seperti hackathon, workshop, atau kompetisi ide di mana pemuda dapat berkolaborasi dengan pemangku kepentingan untuk menciptakan solusi inovatif.
6. **Sesi Dialog Terbuka:** Adakan sesi dialog terbuka di mana pemuda dapat menyampaikan pendapat dan aspirasi mereka langsung kepada pengambil keputusan. Ini dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas.
7. **Kampanye Kesadaran:** Luncurkan kampanye yang mengedukasi pemangku kepentingan tentang pentingnya melibatkan pemuda dalam proses pengambilan keputusan dan pengembangan kebijakan.
8. **Umpam Balik Berkelanjutan:** Pastikan ada mekanisme untuk mengumpulkan dan menanggapi umpan balik dari pemuda setelah sesi dialog atau kegiatan. Ini menunjukkan bahwa pendapat mereka dihargai dan dipertimbangkan.

Dengan strategi-strategi ini, platform dialog dapat menjadi ruang yang produktif untuk kolaborasi, inovasi, dan pengembangan bersama antara generasi muda dan pemangku kepentingan lainnya.

D. Integrasi Program Pemuda dalam Kebijakan Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan

Integrasi program pemuda dalam kebijakan pengembangan desa wisata berkelanjutan sangat penting untuk menciptakan keberlanjutan dan memberdayakan komunitas lokal. Berikut beberapa langkah yang dapat diambil (Pariwisata & Udayana, 2010):

1. **Pelibatan Pemuda dalam Perencanaan:** Ajak pemuda untuk berpartisipasi dalam proses perencanaan desa wisata. Mereka

dapat memberikan perspektif segar dan ide-ide inovatif mengenai atraksi wisata, aktivitas, dan program yang sesuai.

2. **Program Pelatihan Keterampilan:** Selenggarakan pelatihan bagi pemuda dalam bidang manajemen pariwisata, pemasaran digital, dan pelayanan pelanggan. Keterampilan ini akan mempersiapkan mereka untuk berperan aktif dalam industri pariwisata.
3. **Dukungan Kewirausahaan:** Fasilitasi akses modal dan pendampingan bagi pemuda yang ingin memulai usaha terkait pariwisata, seperti homestay, restoran, atau tur lokal. Ini akan menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi lokal.
4. **Kegiatan Promosi Bersama:** Libatkan pemuda dalam kampanye promosi desa wisata melalui media sosial dan kegiatan komunitas. Mereka dapat menjadi duta wisata yang mempromosikan potensi desa melalui konten kreatif.
5. **Pengembangan Produk Wisata Berkelanjutan:** Dorong pemuda untuk mengembangkan produk wisata yang berfokus pada keberlanjutan, seperti ekoturisme, wisata budaya, atau program pertanian yang melibatkan wisatawan.
6. **Keterlibatan dalam Pengelolaan:** Berikan kesempatan bagi pemuda untuk terlibat dalam pengelolaan dan pengawasan program wisata. Ini dapat menciptakan rasa tanggung jawab dan kepemilikan atas keberhasilan desa wisata.
7. **Forum Diskusi:** Buat forum atau kelompok diskusi yang melibatkan pemuda, pemangku kepentingan, dan masyarakat untuk berbagi ide, tantangan, dan solusi terkait pengembangan wisata.
8. **Peningkatan Akses Informasi:** Sediakan akses informasi tentang tren pariwisata, teknologi, dan praktik terbaik yang dapat membantu pemuda memahami dan mengembangkan industri pariwisata di desa mereka.

Dengan mengintegrasikan pemuda dalam kebijakan pengembangan desa wisata berkelanjutan, kita dapat menciptakan sinergi antara generasi muda dan komunitas, mendorong inovasi, dan memastikan keberlanjutan pariwisata yang menguntungkan bagi semua pihak.

E. Daftar Pustaka

Haryati, S. (2016). Peran pemuda dalam mengelola kawasan ekowisata dan implikasinya terhadap ketahanan masyarakat desa (Studi tentang Pemuda Pengelola Desa Wisata Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(2), 117. <https://doi.org/10.22146/jkn.11986>

Hiryanto, Lutfi Wibawa, dan A. S. R. (n.d.). Model pelatihan kepemimpinan, organisasi kepemudaan. 81–89.

Lestari, D. (2019). Peran pemerintah desa dalam menata regulasi untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Maskuning Wetan Kecamatan Pujer Kabupaten Bondowoso. 110.

Pariwisata, F., & Udayana, U. (2010). Tempat wisata berbasis masyarakat dari Ni Made Ernawati, pariwisata spiritual. *Jurnal Pariwisata*, 10(1).

Pokhrel, S. (2024). No Title. ΕΑΕΝΗ. Αγα, 15(1), 37–48.

Prabawati, N. P. D. (2019). Peran pemuda dalam kegiatan pengembangan pariwisata di Desa Tibubeneng, Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataan Indonesia*, 13(1), 73–84. <https://doi.org/10.47608/jki.v13i12019.73-84>

F. Biografi



Atik Budi Paryanti, lahir di Jakarta 23 November 1978, Penulis pernah menempuh pendidikan S1 jurusan FPMIPA di UNJ, S2 jurusan Magister Manajemen di Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma dan sedang menempuh S3 jurusan Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Bayangkara Jakarta Penulis bekerja sebagai dosen tetap di Institu Bisnis Dan Komunikasi Swadaya.

Bidang keahlian penulis antara lain: Manajemen Sumber Daya Manusia. Pembaca dapat berkomunikasi dengan penulis melalui aplikasi WhatsApp di nomor 087-875365082 Email: atikbparyanti@gmail.com.



PERAN GENERASI MUDA

dalam Pengembangan Desa Wisata Lebakmuncang

Generasi muda memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan sektor pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Di era digital dan globalisasi saat ini, mereka menjadi penggerak utama dalam menciptakan inovasi dan perkembangan baru di dunia pariwisata. Pemanfaatan teknologi, seperti media sosial dan aplikasi wisata, memungkinkan generasi muda untuk mempromosikan destinasi wisata secara lebih luas, menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional.

Selain itu, generasi muda juga berperan dalam melestarikan budaya dan lingkungan yang menjadi daya tarik wisata. Mereka dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya konservasi alam, mengembangkan pariwisata berbasis keberlanjutan, serta mempromosikan wisata yang mengangkat kearifan lokal. Dengan semangat kreatifitas, generasi muda mampu mengembangkan konsep-konsep wisata yang lebih inovatif, seperti wisata berbasis komunitas, ekowisata, dan wisata digital.

Tidak hanya itu, generasi muda juga berperan sebagai pengusaha dalam industri pariwisata, menciptakan lapangan pekerjaan baru melalui usaha wisata, hotel, restoran, dan produk-produk lokal yang mendukung sektor pariwisata. Mereka memiliki potensi besar untuk menggabungkan aspek tradisional dan modern dalam menciptakan pengalaman wisata yang unik dan menarik bagi berbagai kalangan.

Dengan kontribusinya yang beragam, generasi muda menjadi kunci untuk menciptakan masa depan pariwisata yang lebih maju, berkelanjutan, dan inklusif. Mereka bukan hanya penerus, tetapi juga pengubah dalam transformasi dan pengembangan dunia pariwisata global.

Penerbit
litnus.



literasimusantaraofficial@gmail.com
www.penerbitlitnus.co.id
@litnuspenerbit
literasimusantara_085755971589

Pendidikan

+17

ISBN 978-634-205-839-7



9 786342 068397