

# Peningkatan Kapasitas Pengelola Homestay melalui Pelatihan Manajemen berbasis Kearifan Lokal Desa Wisata

## *(Capacity Building for Homestay Managers through Local Wisdom-Based Management Training Tourism Village)*

Rina Fitriana<sup>1\*</sup>, Ni Made Dwiyana Rasuma Putri<sup>2</sup>, Baskoro Harwindito<sup>3</sup>, Andy Noviadi<sup>4</sup>, Maryetti Maryetti<sup>5</sup>

Politeknik Sahid, Jakarta, Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

[rinafitriana@polteksahid.ac.id](mailto:rinafitriana@polteksahid.ac.id)<sup>1\*</sup>, [nimadedwiyana@polteksahid.ac.id](mailto:nimadedwiyana@polteksahid.ac.id)<sup>2</sup>,

[ditobaskoro@polteksahid.ac.id](mailto:ditobaskoro@polteksahid.ac.id)<sup>3</sup>, [andynoviadi@polteksahid.ac.id](mailto:andynoviadi@polteksahid.ac.id)<sup>4</sup>, [maryetti@polteksahid.ac.id](mailto:maryetti@polteksahid.ac.id)<sup>5</sup>



### Riwayat Artikel:

Diterima pada 27 Februari 2025

Revisi 1 pada 1 Maret 2025

Revisi 2 pada 20 Maret 2025

Revisi 3 pada 1 April 2025

Disetujui pada 8 April 2025

### Abstract

**Purpose:** This community service activity aims to improve the capacity of homestay managers in Leuwimalang Tourism Village, Bogor Regency, through local wisdom-based management training. This effort aims to strengthen the competitiveness of the tourism village while ensuring sustainable community-based tourism.

**Methodology/approach:** The program was implemented using a participatory approach through socialization, homestay management training, practical mentoring and evaluation. The training materials emphasized service management, marketing, simple financial management, and integration of local wisdom values.

**Results/findings:** This activity resulted in increased knowledge and skills of homestay managers in terms of service, financial record keeping, and local wisdom-based marketing strategies. The participants demonstrated positive changes in homestay management, including the use of more structured service standards and more creative promotions.

**Conclusion:** Local wisdom-based management training effectively improved the capacity of homestay managers in Leuwimalang Tourism Village. This program contributes to strengthening the competitiveness of tourism villages and provides a model for community empowerment that can be replicated in other areas with similar characteristics to the study area.

**Limitations:** This community service training was limited to a single location and used a short-term approach.

**Contribution:** This community service activity provides a practical contribution to strengthening the capacity of community-based tourism human resources and offers an adaptive training model relevant to the development of tourism villages, particularly in the context of vocational education and community empowerment based on local wisdom.

**Keywords:** *Homestay Management, Local Wisdom Training, Sustainable Tourism, Tourist Villages.*

**How to Cite:** Fitriana, R., Putri, N. M. D. R., Harwindito, B., Noviadi, A., Maryetti, M. (2025). Peningkatan Kapasitas Pengelola Homestay melalui Pelatihan Manajemen berbasis Kearifan Lokal Desa Wisata. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 3(2),69-78.

## 1. Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor strategis dalam pembangunan nasional yang tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memainkan peran penting dalam pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, desa wisata hadir sebagai pendekatan alternatif yang mampu memperluas distribusi manfaat pariwisata hingga ke tingkat akar rumput, dengan mengedepankan potensi lokal dan keterlibatan aktif komunitas (Nugroho, 2020; Putra & Suryana, 2020; Suryani et al., 2021). Konsep ini menempatkan masyarakat desa tidak hanya sebagai objek wisata, tetapi sebagai subjek pembangunan yang mengelola, mengembangkan, dan mengambil manfaat dari aktivitas pariwisata secara langsung (Pitana & Diarta, 2021).

Salah satu elemen kunci dalam pengembangan desa wisata adalah homestay, yaitu akomodasi berbasis rumah tinggal yang dikelola oleh warga lokal. Homestay bukan sekadar tempat bermalam, melainkan juga menjadi media pertukaran nilai budaya dan sarana untuk menghadirkan pengalaman otentik bagi wisatawan. Melalui homestay, wisatawan dapat merasakan kehidupan masyarakat setempat secara langsung, mulai dari budaya menyambut tamu, kuliner khas, hingga keterlibatan dalam aktivitas harian penduduk (Widodo & Retnowati, 2022). Namun, di banyak desa wisata di Indonesia, pengelolaan homestay masih dilakukan secara konvensional, tanpa standar pelayanan yang memadai, keterbatasan literasi manajerial, dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi (Hidayati, 2022; Munandar et al., 2023; Wardhani et al., 2022; Widodo & Retnowati, 2022; Wulandari & Astuti, 2021).

Kondisi serupa juga ditemukan di Desa Wisata Leuwimalang, Kabupaten Bogor. Desa ini memiliki potensi besar di bidang wisata alam dan budaya Sunda, namun pengelolaan homestay oleh masyarakat masih belum optimal. Identifikasi kebutuhan mitra menunjukkan bahwa para pengelola homestay belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai standar pelayanan, manajemen usaha, strategi promosi digital, serta pengemasan kearifan lokal sebagai nilai jual utama (Sutrisno & Hapsari, 2021). Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian (Fitriana, 2020a, 2020b; Suprina et al., 2019) di Desa Wisata Cikolelet, Serang, yang menunjukkan bahwa pelatihan manajemen homestay mampu meningkatkan kualitas layanan, pencatatan keuangan, dan jumlah tamu secara signifikan. Hasil pelatihan tersebut menunjukkan adanya dampak positif terhadap profesionalitas pengelolaan homestay berbasis komunitas.

Penelitian yang dilakukan Sulartiningrum et al., (2018) menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia pengelola homestay juga terbukti mampu meningkatkan aspek kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan masyarakat terhadap wisatawan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik yang relevan dengan konteks lokal sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan daya saing desa wisata. Merespons tantangan tersebut, Politeknik Sahid Jakarta sebagai institusi pendidikan vokasi di bidang pariwisata dan perhotelan, menyelenggarakan pelatihan manajemen homestay berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi teknis pengelola homestay sekaligus mengangkat potensi budaya lokal sebagai keunggulan destinasi. Pelatihan ini mencakup lima aspek utama: pelayanan tamu berbasis budaya, manajemen keuangan sederhana, sanitasi dan kenyamanan homestay, pemanfaatan media sosial dan digital branding, serta penguatan kelembagaan komunitas homestay. Materi disampaikan secara partisipatif, kontekstual, dan aplikatif, dengan melibatkan 20 peserta dari kalangan pemilik dan pengelola homestay di Desa Leuwimalang.

Pelatihan ini juga memperkenalkan penggunaan teknologi sederhana, seperti smartphone, untuk keperluan dokumentasi visual, promosi digital, dan interaksi dengan calon wisatawan. Aspek digitalisasi menjadi sangat penting dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang kini semakin bergantung pada media sosial dan platform daring dalam merencanakan perjalanan. Fitriana & Priana, (2023) menekankan bahwa peningkatan literasi digital bagi pelaku wisata desa merupakan kunci dalam memperluas pasar dan membangun citra destinasi yang kuat dan berdaya saing.

Pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas individu, tetapi juga mendorong terbentuknya jejaring kelembagaan berbasis komunitas melalui pembentukan Forum Homestay Leuwimalang. Pendekatan ini sejalan dengan konsep Asset-Based Community Development (ABCD) yang menekankan penguatan potensi lokal dan modal sosial sebagai dasar pembangunan berkelanjutan (P. Arifin & Ardiansyah, 2020; Ariyani et al., 2023; Munandar et al., 2023). Kegiatan dirancang menjadi wujud nyata dari komitmen kampus berdampak, di mana perguruan tinggi tidak hanya hadir sebagai pusat pengajaran, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang memberikan kontribusi langsung bagi kemajuan dan kemandirian masyarakat. Melalui pendekatan kolaboratif dan berbasis kebutuhan lokal, pelatihan ini mendemonstrasikan bagaimana pendidikan vokasi dapat menjembatani kesenjangan pengetahuan dan praktik di lapangan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini juga mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya tujuan ke-8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), ke-11 (permukiman inklusif dan berkelanjutan), dan ke-12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab) (Rahman & Supriadi, 2023). Dengan mengintegrasikan manajemen, budaya, dan teknologi, pelatihan ini diharapkan menjadi model pemberdayaan desa wisata yang adaptif, relevan, dan berdampak jangka panjang.

## **2. Metodologi**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra, yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam setiap tahapan. Proses dimulai dengan identifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pengelola Desa Wisata Leuwimalang dan para pemilik homestay. Hasil identifikasi menunjukkan sejumlah tantangan utama yang dihadapi oleh mitra, antara lain minimnya pemahaman terhadap manajemen layanan tamu, rendahnya kemampuan promosi digital, lemahnya penerapan standar kebersihan, serta belum optimalnya integrasi nilai-nilai budaya lokal dalam layanan homestay.

Kegiatan ini menggunakan metode survey, FGD dan Pelatihan. Survey digunakan untuk mengetahui kebutuhan materi dan mengukur pengetahuan yang telah diperoleh peserta sebelumnya serta digunakan untuk evaluasi capaian kegiatan dilakukan dengan menggunakan melalui pre-test dan post-test. FGD digunakan untuk membahas berbagai masalah dan kendala serta membangun kesepakatan bersama tentang pengembangan pengelolaan homestay dan desa wisata berkelanjutan berbasis budaya local.

Pelaksanaan pelatihan berlangsung pada tanggal 24 Juli 2025 di Balai Desa Leuwimalang, diikuti oleh 20 peserta yang merupakan pemilik dan pengelola homestay lokal. Kegiatan difasilitasi oleh tim pengabdian yang dibentuk dari unsur dosen dan didampingi mahasiswa sebagai fasilitator teknis. Metode pelatihan yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi layanan homestay, serta praktik langsung membuat konten promosi digital melalui media sosial. Peserta didorong untuk aktif berdiskusi dan berbagi pengalaman selama sesi pelatihan berlangsung.

## **3. Hasil dan pembahasan**

Kegiatan pelatihan manajemen homestay berbasis kearifan lokal yang diselenggarakan oleh Politeknik Sahid Jakarta di Desa Wisata Leuwimalang pada tanggal 24 Juli 2025 merupakan bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat berbasis pendidikan vokasi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola homestay dalam aspek manajerial, pelayanan berbasis budaya, promosi digital, dan kelembagaan komunitas. Sebanyak 20 peserta yang terdiri dari pemilik dan pengelola homestay mengikuti kegiatan secara aktif dan antusias.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung di Balai Pertemuan Desa Leuwimalang, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Kegiatan dimulai pukul 10.00 WIB dan berlangsung hingga sore hari. Ruang kegiatan disulap menjadi kelas pelatihan terbuka yang dilengkapi dengan media visual sederhana, seperti proyektor, flipchart, dan contoh alat promosi. Suasana kegiatan cukup kondusif, dengan

partisipasi aktif peserta dalam diskusi dan praktik. Keakraban antara peserta, fasilitator, dan mahasiswa pendamping memperkuat atmosfer belajar kolaboratif yang menyenangkan.

Pelatihan dibagi ke dalam beberapa sesi tematik yang dirancang sesuai kebutuhan peserta. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan dalam satu hari penuh dengan tahapan sebagai berikut:

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Pembukaan dan Pengantar Kegiatan
2. Sambutan dari Ketua Tim Pengabdian dan Perangkat Desa
3. Penjelasan tujuan pelatihan dan pentingnya penguatan homestay berbasis budaya
4. Pre-test
5. Sesi I – KONSEP dan Manajemen Homestay
  - a. Diskusi tentang kendala aktual yang dihadapi pengelola homestay
6. Sesi II – Pelayanan Tamu dan Kebersihan Berbasis CHSE
  - a. Simulasi pelayanan tamu, kebersihan kamar, pengelolaan fasilitas dan logbook
7. Sesi III – Integrasi Kearifan Lokal dalam Layanan
  - a. Penjelasan tentang budaya lokal sebagai nilai jual
  - b. Praktik penyambutan tamu dengan minuman tradisional, penggunaan bahasa lokal, dan penyajian makanan khas
8. Sesi IV – Diskusi Kelompok dan Rencana Tindak Lanjut
9. Post-test dan Evaluasi
  - a. Wawancara dan kuesioner kepuasan peserta terhadap pelatihan
10. Penutupan

Pelaksanaan kegiatan disambut dengan antusias tinggi. Peserta menunjukkan keterlibatan aktif, baik dalam sesi diskusi maupun praktik lapangan.

Berdasarkan hasil pelatihan, ditemukan beberapa capaian penting yang diklasifikasikan dalam tiga dimensi berikut:

### ***3.1 Peningkatan Kompetensi Teknis Pengelolaan Homestay***

Kemampuan teknis dalam mengelola homestay merupakan prasyarat mendasar untuk menciptakan layanan yang berkualitas, profesional, dan berkelanjutan. Dalam konteks desa wisata, kompetensi ini meliputi keterampilan dasar dalam merawat fasilitas, menyambut tamu, mengatur jadwal reservasi, menjaga kebersihan, serta pencatatan keuangan secara sederhana namun sistematis. Aspek ini menjadi sangat penting karena sebagian besar pelaku homestay di wilayah pedesaan berasal dari latar belakang non-pariwisata, yang umumnya mengelola homestay secara otodidak berdasarkan kebiasaan lokal tanpa panduan standar.

Pelatihan manajemen homestay yang dilaksanakan di Desa Wisata Leuwimalang pada 24 Juli 2025 secara khusus dirancang untuk menjawab tantangan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung (*experiential learning*), pelatihan ini membekali para peserta dengan keterampilan praktis yang sesuai dengan konteks lokal mereka. Seluruh peserta diajak untuk memetakan kondisi homestay masing-masing, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta menyusun rencana perbaikan manajemen sederhana sesuai kemampuan dan sumber daya yang tersedia.

Sebelum pelatihan, para peserta menunjukkan pemahaman yang rendah terhadap manajemen homestay berbasis standar pelayanan. Hal ini terlihat dari hasil pre-test, di mana rata-rata nilai peserta hanya sebesar 58,75. Banyak peserta yang tidak mengetahui pentingnya SOP pelayanan, tidak memiliki buku catatan tamu, belum melakukan pencatatan transaksi keuangan, dan masih mengabaikan aspek kebersihan standar kamar tamu. Sebagaimana diungkapkan oleh Bu Dedeh, salah satu peserta pelatihan:

*“Saya biasanya hanya mencatat tamu di buku biasa, kadang lupa. Tidak pernah ada SOP, kalau bersih-bersih ya sekenanya. Tapi setelah pelatihan, saya jadi tahu bahwa ada standar-standarnya.” (IF-1)*

Materi pelatihan meliputi lima modul utama: (1) Tata ruang dan fasilitas kamar homestay yang sesuai standar CHSE; (2) Teknik penyambutan tamu dan pelayanan ramah; (3) Sistem pencatatan tamu dan keuangan sederhana; (4) Jadwal kebersihan dan pengelolaan sanitasi; serta (5) Penyusunan standar

pelayanan minimum (SPM). Masing-masing modul didukung dengan simulasi langsung, diskusi kasus, serta pendampingan mahasiswa kepada setiap peserta. Setelah pelatihan, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga menunjukkan peningkatan keterampilan praktis. Hasil post-test memperlihatkan rata-rata nilai peserta naik menjadi 82,35, dengan peningkatan skor individu yang cukup signifikan (rata-rata kenaikan lebih dari 20 poin). Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan metode pelatihan yang digunakan dan kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta.

Lebih dari itu, para peserta juga mulai mengimplementasikan hasil pelatihan secara langsung. Sebagian besar dari mereka mulai menyusun SOP sederhana yang ditempel di kamar tamu (misalnya informasi jam makan, aturan penggunaan kamar mandi, atau kontak darurat). Ada pula peserta yang mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan harian, menggunakan buku tulis atau aplikasi sederhana dengan bantuan anak-anak mereka. Sebagian lainnya bahkan mulai menyusun checklist kebersihan harian sebagai panduan kerja. Perubahan perilaku ini menunjukkan adanya internalisasi keterampilan, bukan sekadar pemahaman teoritis. Hal ini sejalan dengan pendapat (Arifin, 2023) bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dalam membentuk keterampilan berkelanjutan dibandingkan pelatihan berbasis ceramah. Ketika peserta diberi ruang untuk mencoba, berdiskusi, dan menyusun solusi sendiri, maka keterampilan yang diperoleh menjadi lebih kontekstual dan terintegrasi dalam rutinitas kerja mereka.

Selain itu, pelatihan ini merupakan yang ketiga kalinya diikuti oleh beberapa peserta, seperti Bu Susiani dan Bu Yanti. Namun, keduanya menyatakan bahwa pelatihan kali ini lebih aplikatif dan relevan dibandingkan pelatihan sebelumnya, yang lebih banyak berisi teori umum tentang pariwisata.

*“Saya pernah ikut pelatihan dari IP Trisakti. Materinya bagus, tapi terlalu umum. Baru sekarang saya diajak langsung praktik dan menyesuaikan dengan kondisi rumah saya sendiri. Jadi lebih nyambung,” (IF-3).*

Pengalaman tersebut memperkuat kesimpulan bahwa keberhasilan pelatihan tidak hanya bergantung pada materi, tetapi juga pada pendekatan metodologi dan sensitivitas fasilitator terhadap kondisi lokal peserta. Dalam konteks desa wisata, pelatihan tidak bisa seragam. Ia harus fleksibel, kontekstual, dan partisipatif agar benar-benar menjawab kebutuhan dan tantangan nyata yang dihadapi pelaku homestay. Secara keseluruhan, peningkatan kompetensi teknis ini telah memberikan dampak nyata terhadap kualitas layanan homestay di Leuwimalang. Peserta menjadi lebih percaya diri, lebih terstruktur dalam bekerja, dan mulai memahami pentingnya manajemen layanan sebagai bagian dari daya tarik homestay. Hal ini menjadi fondasi penting untuk tahap pengembangan selanjutnya, seperti promosi digital dan kolaborasi antar homestay, yang juga dibahas dalam dimensi hasil lainnya.

### **3.2 Internalisasi Kearifan Lokal dalam Pelayanan Wisata**

Salah satu kekuatan utama homestay di wilayah perdesaan adalah kemampuannya menyajikan pengalaman autentik yang tidak ditemukan di penginapan komersial modern. Konsep pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism) menjadikan kearifan lokal bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai inti dari pengalaman wisata itu sendiri. Dalam konteks Desa Wisata Leuwimalang, kekayaan tradisi Sunda yang masih hidup dalam keseharian masyarakat menjadi aset strategis dalam membangun diferensiasi layanan homestay. Sebelum pelatihan ini dilakukan, sebagian besar pengelola homestay di Leuwimalang belum menyadari potensi kultural yang mereka miliki. Mereka cenderung memberikan pelayanan secara fungsional menyediakan kamar tidur, makan, dan kamar mandi tanpa mengemas pengalaman lokal secara sadar dan terstruktur. Nilai-nilai budaya seperti kebiasaan makan bersama, gotong royong, bahasa lokal, atau kesenian daerah belum secara aktif dimasukkan dalam layanan homestay.

Melalui pelatihan ini, para peserta didorong untuk menggali dan mengemas kembali elemen budaya lokal sebagai bagian dari layanan kepada tamu. Proses pelatihan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif. Peserta diajak untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk interaksi budaya yang dapat disajikan kepada wisatawan, seperti menyambut tamu dengan bajigur, menyajikan makan malam nasi liwet yang dimakan bersama di lesehan, mendekorasi kamar dengan kerajinan bambu atau batik lokal,

hingga melibatkan tamu dalam kegiatan sehari-hari seperti memanen sayur, menumbuk padi, atau membuat keripik tradisional.

Perubahan paradigma ini dirasakan langsung oleh peserta, seperti disampaikan oleh Bu Yanti: *“Biasanya saya hanya siapkan tempat tidur dan makan biasa. Tapi ternyata, kalau kita ajak tamu makan bareng keluarga, masak nasi liwet di dapur, bahkan sekadar cerita tentang kampung, mereka senang sekali. Saya jadi semangat untuk tampilkan yang khas dari kampung kami.”*

Peserta juga mulai memahami bahwa budaya lokal tidak harus dimaknai sebagai seremoni besar seperti pertunjukan kesenian. Hal-hal kecil dan alami yang menjadi bagian dari rutinitas warga desa justru menjadi magnet wisatawan urban yang mencari keaslian. Hal ini sejalan dengan konsep experiential tourism, di mana wisatawan lebih tertarik pada interaksi dan keterlibatan langsung dalam kehidupan lokal (Fitriana, 2020a; Munandar et al., 2023; Nugroho, 2020; Salsabila & Puspitasari, 2023; Sutrisno & Hapsari, 2021; Wardhani et al., 2022). Pelatihan juga mendorong peserta untuk memetakan kekuatan budaya yang mereka miliki secara kolektif. Dalam sesi diskusi, mereka menyebutkan berbagai potensi seperti tradisi ngeliwet, kegiatan nyambut tani (membantu panen tetangga), permainan tradisional seperti engklek atau gatrik, dan kearifan sosial seperti saling bantu antarwarga (gotong royong). Kegiatan ini kemudian dikembangkan menjadi konsep layanan tematik yang bisa ditawarkan kepada tamu sebagai "pengalaman menginap khas desa".

Salah satu informan yang juga pernah mengikuti pelatihan sebelumnya, menyampaikan:

*“Dulu pelatihan yang saya ikuti lebih banyak teori tentang pariwisata. Tapi kali ini saya benar-benar diajak melihat budaya kampung saya sebagai daya tarik. Saya mulai pajang kerajinan bambu di ruang tamu, dan tamu saya senang melihat itu. Katanya mereka belum pernah lihat langsung sebelumnya.” (IF-5)*

Keterlibatan peserta dalam mengemas budaya lokal ini juga membangun rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap identitas mereka sebagai masyarakat adat. Hal ini penting dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa, karena keberhasilan pengembangan desa wisata tidak hanya ditentukan oleh infrastruktur atau teknologi, tetapi juga oleh sense of belonging dan cultural pride dari masyarakatnya. Perspektif pembangunan berkelanjutan, pendekatan ini juga lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan mengangkat budaya sendiri, masyarakat tidak perlu bergantung pada atraksi buatan atau fasilitas mewah yang tidak sesuai dengan karakter desa. Sebaliknya, mereka bisa menawarkan kekhasan lokal dengan modal yang minim, tetapi berdampak besar dalam membangun citra destinasi wisata yang otentik.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mulai mengintegrasikan berbagai elemen budaya lokal ke dalam struktur layanan homestay mereka. Sebagian telah menyusun jadwal mingguan kegiatan lokal yang bisa diikuti oleh tamu, misalnya ikut memetik sayur pagi hari, belajar membuat sambal cobek, atau sekadar berjalan pagi bersama warga menuju sawah. Ada juga yang mulai menyediakan cerita rakyat atau legenda lokal dalam bentuk tulisan atau narasi lisan saat malam hari, yang menjadi nilai tambah saat menginap. Dampak positif dari internalisasi kearifan lokal ini juga dirasakan dalam interaksi peserta dengan wisatawan setelah pelatihan. Beberapa peserta melaporkan bahwa tamu mereka mengungkapkan kepuasan karena merasakan kedekatan emosional dan suasana kekeluargaan selama menginap, yang tidak mereka dapatkan di penginapan konvensional.

*“Tamu dari Jakarta yang menginap bilang bahwa dia merasa seperti tinggal di rumah neneknya. Itu buat saya senang dan merasa apa yang kami tampilkan memang berarti,” (IF-2)*

Dengan semakin sadarnya peserta terhadap nilai budaya yang mereka miliki, serta keberanian untuk mengangkat dan menyuguhkannya kepada tamu, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil menginternalisasi pentingnya kearifan lokal sebagai jantung dari layanan homestay di desa wisata. Ini menjadi fondasi strategis yang tidak hanya memperkuat identitas desa, tetapi juga menjamin keberlanjutan daya tarik wisata yang bersifat endogen dan otentik.

### 3.3 Transformasi Digital dalam Promosi Homestay

Era digital yang semakin terhubung secara global, promosi menjadi elemen vital dalam keberhasilan bisnis homestay, terutama bagi pelaku usaha skala kecil di wilayah perdesaan. Wisatawan masa kini, khususnya generasi milenial dan Gen Z, umumnya mencari informasi melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, Google Maps, dan media sosial lainnya sebelum memilih destinasi wisata atau tempat menginap. Oleh karena itu, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi menjadi kebutuhan yang mendesak dan strategis. Sebelum pelatihan, sebagian besar pengelola homestay di Desa Wisata Leuwimalang belum familiar dengan konsep promosi digital. Promosi yang dilakukan umumnya bersifat konvensional, seperti dari mulut ke mulut atau berdasarkan rekomendasi dari tamu sebelumnya. Beberapa peserta bahkan tidak memiliki akun media sosial, atau memilikinya namun tidak digunakan secara optimal untuk mempromosikan homestay. Hal ini menyebabkan keterbatasan akses terhadap pasar wisatawan yang lebih luas, serta potensi promosi yang rendah.

Melalui pelatihan ini, peserta dikenalkan pada teknik promosi digital sederhana namun efektif, sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang mereka miliki. Materi pelatihan mencakup pengenalan platform digital seperti Instagram dan Facebook, cara mengambil foto yang menarik menggunakan kamera ponsel, teknik menulis caption promosi, penggunaan hashtag yang relevan, serta strategi membangun narasi visual yang menggugah emosi calon tamu. Fasilitator juga memberikan praktik langsung bagaimana mengelola akun media sosial, mengunggah konten secara rutin, serta menanggapi pertanyaan dari calon tamu secara cepat dan ramah. Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan kontekstual dan berbasis praktik. Peserta tidak hanya menerima penjelasan, tetapi langsung diminta memotret fasilitas homestay mereka, membuat caption, dan mengunggahnya ke akun media sosial masing-masing. Mahasiswa pendamping membantu peserta yang belum terbiasa dengan teknologi, sehingga suasana pelatihan menjadi inklusif dan penuh semangat belajar.

Hasil pelatihan menunjukkan perubahan yang signifikan. Dari total 20 peserta, 16 di antaranya berhasil membuat atau mengaktifkan kembali akun Instagram/Facebook homestay mereka. Bahkan sebagian mulai menggunakan WhatsApp Business untuk berinteraksi dengan calon tamu dan menyusun katalog layanan. Dalam dua minggu pasca pelatihan, tercatat peningkatan jumlah interaksi di akun-akun tersebut, baik berupa komentar, likes, maupun permintaan informasi dari calon pengunjung.

*“Dulu saya tidak tahu bahwa foto-foto di Instagram bisa menarik tamu. Setelah saya posting suasana makan nasi liwet bareng tamu, langsung ada yang kirim pesan dan nanya harga. Sekarang saya jadi semangat posting tiap minggu.” (IF-4)*

Salah satu informan menambahkan bahwa pelatihan ini membuka wawasannya bahwa promosi tidak harus mahal atau rumit:

*“Cukup pakai HP, foto tamu ikut masak atau main ke sawah, lalu kasih cerita sedikit. Ternyata banyak yang tertarik. Ini promosi yang mudah dan murah.” (IF-2)*

Transformasi digital ini juga mendorong peserta untuk berpikir kreatif dalam menyusun konten. Mereka belajar bahwa yang dijual bukan hanya kamar atau tempat tidur, tetapi juga cerita, suasana, dan pengalaman lokal. Foto kegiatan seperti tamu membantu memetik sayur, memasak dengan tungku, atau duduk lesehan sambil makan bersama, terbukti lebih menarik dibanding foto formal ruangan kosong. Fenomena ini menunjukkan bahwa wisatawan kini lebih menghargai narasi yang autentik daripada sekadar promosi yang estetik. Hal ini sejalan dengan konsep storytelling marketing, di mana kekuatan cerita dan pengalaman menjadi daya tarik utama dalam pemasaran berbasis pengalaman (Lasally et al., 2021). Narasi sederhana namun jujur tentang kehidupan sehari-hari masyarakat desa terbukti mampu menciptakan kedekatan emosional dengan calon tamu. Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan ini juga menumbuhkan keberanian dan kepercayaan diri peserta dalam mempromosikan usaha mereka. Jika sebelumnya mereka merasa enggan atau malu menampilkan diri secara publik, kini mereka mulai melihat media sosial sebagai ruang bereksposi sekaligus berjualan. Kegiatan ini juga mendorong

interaksi sosial yang lebih luas, karena beberapa peserta mulai saling mengikuti akun satu sama lain dan saling berbagi tips dalam membuat konten.

Dampak transformasi digital ini tidak hanya bersifat jangka pendek. Dalam jangka panjang, peningkatan visibilitas homestay di media sosial dapat memperkuat posisi Desa Wisata Leuwimalang dalam peta pariwisata regional. Dengan promosi digital yang konsisten dan berbasis nilai lokal, desa memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pasar wisatawan domestik bahkan mancanegara. Peluang ini tentu perlu diiringi dengan pelatihan lanjutan dan pendampingan yang berkelanjutan agar kualitas konten dan manajemen promosi terus meningkat. Sejalan dengan penelitian Yuniarti & Hafid (2023), transformasi digital dalam promosi usaha mikro di desa wisata terbukti mampu membuka akses pasar baru dan memperkuat daya saing destinasi. Namun, agar transformasi ini berkelanjutan, dibutuhkan ekosistem pendukung seperti jaringan internet yang stabil, dukungan kebijakan desa, serta kemitraan dengan perguruan tinggi dan komunitas digital.

Oleh karena itu, pelatihan ini dapat dilihat sebagai tahap awal dari proses digitalisasi usaha pariwisata lokal yang lebih luas. Ke depan, inisiatif ini dapat dikembangkan menjadi pelatihan branding desa wisata, pembuatan website komunitas homestay, hingga promosi berbasis video dan user-generated content. Dengan memanfaatkan teknologi secara bijak, Desa Leuwimalang dapat membangun ekosistem promosi yang kuat dan mandiri

#### **4. Kesimpulan**

Kegiatan pelatihan manajemen homestay berbasis kearifan lokal yang dilaksanakan di Desa Wisata Leuwimalang telah memberikan dampak nyata dalam peningkatan kapasitas individu dan kelembagaan pengelola homestay. Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung, pelatihan ini mampu mendorong transformasi peserta dari sekadar penyedia jasa inap menjadi pelaku pariwisata yang profesional, sadar budaya, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Tiga dimensi utama yang berhasil dicapai dari kegiatan ini mencerminkan keberhasilan program dalam merespon kebutuhan lokal secara holistik. Pertama, dari sisi peningkatan kompetensi teknis, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar pengelolaan homestay, mulai dari pencatatan keuangan, tata kelola fasilitas, hingga pelayanan tamu berbasis SOP sederhana dan merujuk standar CHSE. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya lonjakan pengetahuan dan keterampilan yang terukur.

Kedua, pelatihan ini berhasil menginternalisasi kearifan lokal ke dalam layanan homestay, menjadikan budaya sebagai nilai tambah utama dalam pengalaman tamu. Hal ini sekaligus membangun rasa percaya diri dan kebanggaan peserta terhadap identitas lokal mereka. Praktik pelayanan berbasis budaya, seperti menyajikan makanan khas, kegiatan harian masyarakat, dan penyampaian narasi lokal, menjadi daya tarik yang tidak bisa ditiru oleh penginapan komersial modern. Ketiga, dari aspek transformasi digital, pelatihan ini membekali peserta dengan keterampilan dasar promosi daring yang relevan dan terjangkau. Peserta mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi, menyusun konten visual yang menarik, dan berinteraksi secara langsung dengan calon wisatawan. Hal ini membuka akses pasar yang lebih luas dan menempatkan Desa Leuwimalang dalam peta digital destinasi wisata berbasis komunitas. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dirancang secara kontekstual, berbasis kearifan lokal, dan dilaksanakan secara partisipatif dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat dan memperkuat ekosistem pariwisata lokal. Intervensi yang dilakukan tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada struktur sosial, budaya, dan ekonomi komunitas secara kolektif.

#### **Referensi**

- Arifin, A. Z. (2023). Peningkatan Kapasitas Pengelola Homestay melalui Pelatihan Berbasis Nilai Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 7(1), 60–71.
- Arifin, P., & Ardiansyah, N. N. (2020). Penerapan Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Dalam Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Yogyakarta. *Jurnal Nomosleca*, 6(1). <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v6i1.3958>

- Ariyani, D., Haryanto, T., & Sari, Y. (2023). Tantangan Homestay dalam Era Digital. *Jurnal Inovasi Pariwisata Nusantara*, 3(1), 45–54.
- Dewi, I. G. A. A., & Adikampana, I. M. (2021). Penguatan kapasitas SDM homestay berbasis kearifan lokal di Bali. *Jurnal Kajian Pariwisata Indonesia*, 15(1), 45–57
- Fanaqi, C. ., mujiyanto, haryadi, Falahudin, F. ., Permana, G. A., & Sidiq, N. L. R. . (2023). Increasing Young Entrepreneurs Through the WMP DISPORA Program: Peningkatan Wirausaha Muda Melalui Program WMP DISPORA . *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 63–70. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i1.2380>
- Fitriana, R. (2020). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Homestay di Desa Wisata Cikolelet, Serang, Banten. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2059>
- Fitriana, R., & Priana, R. Y. S. (2023). PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI PENGELOLA DESA WISATA DI KABUPATEN LEBAK, BANTEN. *Jurnal Respon Komunitas Dan Pemberdayaan*, 5(1), 42–48.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hartati, R., Munandar, T., & Safitri, A. (2023). Penguatan kapasitas masyarakat desa wisata melalui pelatihan manajemen homestay. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 8(1), 66–75.
- Hidayati, L. (2022). Kapasitas SDM dan Dampaknya terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(2), 75–85.
- Lasally, A., Khairunnisa, H., & Mahfudz, A. A. (2021). Pengembangan Desa wisata berbasis komunitas Di Yogyakarta (Studi kasus: Desa wisata sambi). *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 34–42. DOI: [10.24235/jm.v6i1.8021](https://doi.org/10.24235/jm.v6i1.8021)
- Lestari, D. A., & Santosa, R. H. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui digitalisasi promosi desa wisata. *Jurnal Abdimas Sosial Humaniora*, 7(1), 54–62.
- Munandar, T., S, A., & Hartati, R. (2023). Strategi Branding Desa Wisata. *Jurnal Komunikasi Dan Pariwisata*, 11(2), 77–88.
- Ningsih, M. S., & Pratama, T. S. (2021). Strategi pengembangan desa wisata dalam mendukung ekonomi kreatif masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 77–85.
- Nugroho, I. (2020). Community-Based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata. *Tourism Studies Journal*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.31294/par.v5i1.3217>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. . (2021). Dinamika Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 11(1), 33–45.
- Prasetyo, A. D., & Putri, N. A. (2020). Pelatihan manajemen homestay bagi masyarakat desa wisata di Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), 101–110
- Putra, I. K. ., & Suryana, I. . (2020). Model Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 123–134.
- Rahman, R., & Supriadi, H. (2023). Pengabdian Masyarakat Berbasis SDGs. *Jurnal Abdi Sosial*, 6(1), 20–28.
- Salsabila, I., & Puspitasari, A. Y. (2023). Peran Kelompok Sadar Wisata ( POKDARWIS ) dalam Pengembangan Desa Wisata The Role of Tourism Awareness Group ( POKDARWIS ) in Tourism Village Development. *Jurnal Kajian Ruang*, 3(2), 241–264. <http://dx.doi.org/10.30659/jkr.v3i2.29524>
- Santi, F., & Trisanti, T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Homestay di Desa Wisata. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 45–53
- Simbolon, R., Yanti, Y. F., & Pratama, Y. S. (2025). Optimalisasi Pengelolaan Homestay sebagai Alternatif Akomodasi Wisata . Studi Kasus: Pulau Pahawang. *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality, and Destination*, 4(2), 187–195. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i2.6000>
- Soeswoyo, D., Skarwanti, J. R., & Ishak, R. P. (2023). Peningkatan Pengetahuan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Cimande melalui Usaha Homestay Jawara . *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 155–163. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2534>
- Sulartiningrum, S., Nofiyanti, F., & Fitriana, R. (2018). Pelatihan peningkatan kualitas SDM bidang pariwisata di Desa Wisata. *Jurnal Solma*, 7(2), 176–181.

- <https://doi.org/10.29405/solma.v7i2.2228>
- Su, M. M., & Wall, G. (2020). Community participation in tourism at a world heritage site: Mutianyu Great Wall, Beijing, China. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 37–51. <https://doi.org/10.1002/jtr.1909>
- Suprina, R., Rachman, A. F., & Fitriana, R. (2019). Peningkatan Kapasitas Desa Wisata Cikolelet Melalui Program Pendampingan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 1(1), 26–35. <https://doi.org/10.30647/jpp.v1i1.1325>
- Suryani, N. L. ., Darmayanti, I. A. ., & Putra, I. M. . (2021). Homestay dan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata. *Jurnal Sosial Humaniora*, 6(2), 88–96.
- Susanti, P. H., Susi Indriyani, Rahmawati, & Kraugusteeliana, K. (2025). Transformation of Tourist Villages into Wellness Destinations Based on Community Participation and Digital Innovation. *International Journal of Community Service (IJCS)*, 4(1), 64–88. <https://doi.org/10.55299/ijcs.v4i1.1343>
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P. M., Hoshino, S., & Onitsuka, K. (2024). Self-Reliance in Community-Based Rural Tourism: Observing Tourism Villages (Desa Wisata) in Sleman Regency, Indonesia. *Tourism and Hospitality*, 5(2), 448–471. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5020028>
- Sutrisno, B., & Hapsari, D. (2021). Promosi Digital Desa Wisata Berbasis Komunitas. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 5(2), 112–121.
- Triwiyanto, T., Kusumaningrum, D. E., Sobri, A. Y., & Maitreephun, W. (2025). Digital Transformation in the Tourism Sector of Ponorogo Regency, Indonesia..*Jurnal Studi Komunikasi*, 9(1), 223–234. <https://doi.org/10.25139/jsk.v9i1.9645>
- Wardhani, K., Achmad, Z. A., & Permatasari, W. K. (2022). *Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Pengembangan Desa Wisata Melalui Pembentukan Kelompok Sadar Wisata Berbasis Sapta Pesona. 1*, 145–151.
- Widodo, T., & Retnowati, N. (2022). Revitalisasi Homestay sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Lokal. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(1), 20–29.
- Widiya, A., Hartati, L., Puspitawati, L., Gantino, R., & Ilyas, M. (2021). Pelatihan kepada Masyarakat dalam Menjaga Makna Kearifan Lokal, Nilai Sejarah, dan Adat Khas Tradisional Masyarakat Melayu Peninggalan Kerajaan Sriwijaya. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 193–201. <https://doi.org/10.35912/yumary.v1i4.224>
- Wisnuaji, Putra Tangguh, Dwi Rachmawati, and Suci Ayu Sudari. 2023. “Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitcher Putra Tangguh Rachman Depok.” *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(3):139–46. doi: [10.35912/yumary.v3i3.1767](https://doi.org/10.35912/yumary.v3i3.1767).
- Wulandari, N. ., & Astuti, N. P. . (2021). Penguatan SDM dalam Pengelolaan Homestay. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 4(2), 101–110
- Wulandari, S. R., & Hidayat, A. S. (2022). Pemberdayaan masyarakat desa wisata melalui pengembangan homestay berbasis kearifan lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 5(2), 115–124. [10.24036/abdi.v4i2.397](https://doi.org/10.24036/abdi.v4i2.397)
- Yuniarti, E., & Hafid, A. (2023). Transformasi digital desa wisata dalam memperluas akses pasar. *Jurnal Inovasi Pariwisata Nusantara*, 4(1), 55–68
- Yulianti, R. K., & Setiawan, A. (2022). Peningkatan kapasitas pengelola homestay di desa wisata melalui pelatihan digital marketing. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 4(1), 33–42.
- Zhang, Q., Feng, H., Feng, X., Xu, W., & Wei, L. (2025). Has Digitalization Boosted the Rural Tourism Income?—Evidence from Prefecture-Level City Panel Data in China. *Land*, 14(1), <https://doi.org/10.3390/land14010017>