

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^{1*}, Ni Made Dwiyana Rasuma Putri², Baskoro Harwindito³, Andy Noviadi⁴, Maryetti Maryetti⁵

Politeknik Sahid, Jakarta, Indonesia^{1,2,3,4,5}

rinafitriana@polteksahid.ac.id^{1*}, nimadedwiyana@polteksahid.ac.id²,

ditobaskoro@polteksahid.ac.id³, andynoviadi@polteksahid.ac.id⁴, maryetti@polteksahid.ac.id⁵



Article History

Received on 27 Februari 2025

1st Revision on 1 Maret 2025

2nd Revision on 20 Maret 2025

3rd Revision on 1 April 2025

Accepted on 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: 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: 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 improved homestay managers' capacity and strengthened tourism village competitiveness through a replicable community empowerment model.

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

Contribution: This activity strengthens community-based tourism capacity through adaptive training and local wisdom empowerment.

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](#); [Santi, & Trisanti, 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 ([Kawatak, Lucia, & Karundeng, 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](#); [Hartati, Munandar, & Safitri, 2023](#); [Soeswoyo, Skarwanti, & Ishak, 2023](#); [Kawatak et al., 2022](#); [Kalpikawati, Artajaya, & Pinaria, 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 \(2020\)](#) dan [Suprina, Rachman, and Fitriana \(2019\)](#) 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, Nofiyanti, and Fitriana \(2018\)](#) 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 and 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

([Arifin, 2023](#); [Mustika, Hendradewi, Habibie, Aryapranata, & Oktarina, 2024](#); [Hartati 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) ([Fanaqi, Mujianto, Haryadi, Falahudin, Permana, & Sidiq, 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 menggunakan pendekatan partisipatif berbasis kebutuhan mitra (*participatory need-based approach*) yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena pengembangan kapasitas pengelola homestay tidak hanya membutuhkan transfer pengetahuan, tetapi juga keterlibatan aktif masyarakat dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, serta menerapkan hasil pelatihan sesuai kondisi lokal. Partisipasi masyarakat menjadi aspek penting dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas karena mampu meningkatkan rasa memiliki, kemandirian, dan keberlanjutan pengelolaan destinasi wisata ([Su & Wall, 2020](#); [Sutomo et al., 2024](#)). Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan, perencanaan program, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi hasil kegiatan.

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi dengan mitra, yaitu pengelola Desa Wisata Leuwimalang serta pemilik homestay. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal, kebutuhan pengembangan kapasitas, serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan homestay. Berdasarkan hasil identifikasi, ditemukan beberapa permasalahan utama, yaitu keterbatasan pemahaman mengenai standar pelayanan tamu, belum optimalnya penerapan manajemen usaha sederhana, rendahnya kemampuan promosi digital, serta belum maksimalnya pemanfaatan nilai-nilai kearifan lokal sebagai daya tarik wisata. Identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan program pelatihan karena pengelolaan homestay berbasis masyarakat membutuhkan penguatan kapasitas manajerial, pelayanan, dan pemanfaatan potensi lokal secara optimal ([Arifin & Ardhiyansyah, 2020](#); [Simbolon et al., 2025](#)).

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian menyusun program pelatihan yang disesuaikan dengan karakteristik peserta. Kegiatan dilaksanakan pada 24 Juli 2025 di Balai Desa Leuwimalang, Kabupaten Bogor, dengan melibatkan 20 peserta yang terdiri atas pemilik dan pengelola homestay lokal. Metode pelaksanaan menggunakan kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi, praktik langsung, dan pendampingan. Materi pelatihan mencakup manajemen homestay, pelayanan berbasis budaya, pengelolaan keuangan sederhana, sanitasi, strategi pemasaran digital, serta pengemasan kearifan lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata. Pendekatan pelatihan berbasis praktik dinilai efektif karena memungkinkan peserta menghubungkan materi dengan kebutuhan operasional yang dihadapi dalam pengelolaan homestay ([Simbolon et al., 2025](#)).

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, serta didukung oleh observasi, wawancara singkat, dan kuesioner kepuasan peserta. Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan perubahan pemahaman, keterampilan, dan kesiapan peserta dalam menerapkan hasil pelatihan. Keberhasilan kegiatan tidak hanya diukur dari peningkatan skor evaluasi, tetapi juga dari kemampuan peserta dalam menerapkan standar pelayanan, penguatan identitas lokal, dan pemanfaatan teknologi digital untuk promosi homestay. Evaluasi berbasis peningkatan kapasitas masyarakat menjadi penting dalam memastikan keberlanjutan program pemberdayaan, terutama dalam menghadapi transformasi digital sektor pariwisata yang semakin berkembang ([Susanti et al., 2025](#); [Triwijyanto et al., 2025](#); [Gössling et al., 2021](#)).

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan manajemen homestay berbasis kearifan lokal yang diselenggarakan oleh Politeknik Sahid Jakarta di Desa Wisata Leuwimalang pada 24 Juli 2025 merupakan bagian dari strategi pemberdayaan masyarakat berbasis pendidikan vokasi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola homestay dalam aspek manajemen usaha, pelayanan berbasis budaya, promosi digital, dan penguatan kelembagaan komunitas. Sebanyak 20 peserta yang terdiri atas pemilik dan pengelola homestay mengikuti kegiatan secara aktif melalui rangkaian pelatihan yang dilaksanakan di Balai Pertemuan Desa Leuwimalang, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi, simulasi, praktik langsung, pre-test, post-test, serta evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap sesi, baik pada pembahasan konsep manajemen homestay, pelayanan tamu berbasis *Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE), integrasi kearifan lokal dalam layanan wisata, maupun strategi promosi digital. Interaksi antara peserta, fasilitator, dan mahasiswa pendamping menciptakan suasana pembelajaran yang kolaboratif sehingga materi dapat diterapkan sesuai dengan kondisi usaha masing-masing peserta. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, capaian pelatihan kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga dimensi utama, yaitu peningkatan kompetensi teknis pengelolaan homestay, internalisasi kearifan lokal dalam pelayanan wisata, dan transformasi digital dalam promosi homestay.

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 *Standard Operating Procedure* (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, yaitu tata ruang dan fasilitas kamar homestay yang sesuai standar *Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability* (CHSE), teknik penyambutan tamu dan pelayanan ramah, sistem pencatatan tamu dan keuangan sederhana, jadwal kebersihan dan pengelolaan sanitasi, serta 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 ([Widiya, Hartati, Puspitawati, Gantino, & Ilyas, 2021](#); [Wisnuaji, & Suci, 2023](#)).

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, 2020](#); [Hartati, Munandar, & Safitri, 2023](#); [Nugroho, 2020](#); [Sutrisno, & Hapsari, 2021](#); [Soeswoyo, Skarwanti, & Ishak, 2023](#)). 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, Khairunnisa, & Mahfudz, 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 berekspresi 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 ([Zhang, Feng, Feng, Xu, & Wei, 2025](#); [Wulandari, & Hidayat, 2022](#)).

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 [Budisusila and Handoko \(2023\)](#), 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

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan manajemen homestay berbasis kearifan lokal di Desa Wisata Leuwimalang berhasil meningkatkan kapasitas pengelola homestay dalam aspek pelayanan, pengelolaan usaha, penguatan budaya lokal, dan pemanfaatan teknologi digital. Pendekatan partisipatif yang diterapkan mendorong peserta untuk aktif mengidentifikasi permasalahan, berdiskusi, serta mempraktikkan solusi sesuai kebutuhan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam penerapan standar pelayanan, pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan fasilitas, integrasi nilai budaya lokal, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Secara keseluruhan, pelatihan berbasis kebutuhan lokal dan praktik langsung ini efektif dalam memperkuat kapasitas masyarakat serta mendukung pengembangan ekosistem desa wisata berbasis komunitas.

4.2 Limitasi

Meskipun kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pengelola homestay, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, kegiatan hanya dilakukan pada satu lokasi, yaitu Desa Wisata Leuwimalang, sehingga hasil kegiatan belum dapat menggambarkan kondisi pengelola homestay pada karakteristik desa wisata yang berbeda. Kedua, evaluasi kegiatan masih dilakukan dalam jangka pendek sehingga belum sepenuhnya mampu mengukur keberlanjutan perubahan perilaku peserta setelah pelatihan selesai. Keterbatasan tersebut sejalan dengan karakteristik kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dalam periode terbatas. Selain itu, keberhasilan implementasi hasil pelatihan masih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti dukungan pemerintah desa, ketersediaan infrastruktur digital, konsistensi peserta dalam menerapkan materi, serta keberlanjutan pendampingan setelah kegiatan selesai. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme monitoring lanjutan agar perubahan yang telah terbentuk dapat dipertahankan dan dikembangkan.

4.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Studi atau kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi dengan melibatkan beberapa desa wisata yang memiliki karakteristik berbeda sehingga dapat diperoleh model pengembangan kapasitas pengelola homestay yang lebih komprehensif. Selain itu, kegiatan berikutnya dapat menggunakan pendekatan evaluasi jangka panjang (longitudinal evaluation) untuk melihat keberlanjutan dampak pelatihan terhadap peningkatan kualitas layanan, jumlah kunjungan wisatawan, dan perkembangan ekonomi masyarakat. Pengembangan program lanjutan juga dapat diarahkan pada pendampingan intensif mengenai digital branding, pengelolaan platform reservasi daring, penguatan kelembagaan komunitas homestay, serta pengembangan jejaring kerja sama antara masyarakat, pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pelaku industri pariwisata. Pendekatan kolaboratif tersebut diharapkan mampu memperkuat keberlanjutan desa wisata berbasis masyarakat dan meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Politeknik Sahid Jakarta atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Leuwimalang, pengelola Desa Wisata Leuwimalang, serta seluruh peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Dukungan dan kerja sama seluruh pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan program peningkatan kapasitas pengelola homestay berbasis kearifan lokal ini.

References

- 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>
- Budisusila, A., & Handoko, V. S. (2023). Utilitas Ragam Media Digital dan Struktur Persaingan Pasar antar Desa Wisata di Kawasan Perbukitan Menoreh. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(1), 26-41. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i1.311>
- Fanaqi, C., Mujiyanto, H., Haryadi, F., 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., & 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. <https://doi.org/10.62870/jrpk.v1i1.22328>
- 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/10.30656/jpmwp.v4i1.2059>
- 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.
- Kalpikawati, I. A., Artajaya, M., & Pinaria, C. (2021). Pengelolaan Operasional Homestay di Desa Wisata Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar-Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 1(2), 92-99. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v1i2.585>
- Kawatak, S., Lucia, R., & Karundeng, L. (2022). Peningkatan kualitas pelayanan homestay di Desa Pulisan berdasarkan persepsi pengelola. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 86-94. <https://doi.org/10.51977/jiip.v4i2.840>
- Lasally, A., Khairunnisa, H., & Mahfudz, A. A. (2021). Pengembangan Desa wisata berbasis komunitas Di Yogyakarta (Studi kasus: Desa wisata sambu). *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 34-42. <https://doi.org/10.24235/jm.v6i1.8021>
- Mustika, A., Hendradewi, S., Habibie, F. H., Aryapranata, A., & Oktarina, D. (2024). Pariwisata Era Digital: Tantangan dan Pelatihan Bahasa Perancis Terintegrasi untuk Pemilik Homestay di Desa Borobudur, Magelang. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Nusantara*, 6(2). <https://doi.org/10.28926/jppnu.v6i2.311>
- 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.
- Putra, I. K. ., & Suryana, I. (2020). Model Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 123-134. <https://doi.org/10.30659/jkr>
- Santi, F., & Trisanti, T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Homestay di Desa Wisata. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 45-53. <https://doi.org/10.15294/jnece.v5i1.39849>
- 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 Jawa. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 155-163. <https://doi.org/10.35912/yumary.v4i2.2534>
- 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>
- 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>
- 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>
- 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 CommunityBased 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>
- 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 Tanggguh, Dwi Rachmawati, and Suci Ayu Sudari. (2023). “Penerapan Digital Marketing Untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitche Putra Tangguh Rachman Depok.” *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3(3):139–46 V3i3.1767. <https://doi.org/10.35912/yumary>
- 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. <https://doi.org/10.24036/abdi>
- 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>