

**PENDAMPINGAN BISNIS DIGITAL SDM DESA WISATA BANYUMULEK  
KABUPATEN LOMBOK BARAT NTB**

**Muhip Abdul Majid<sup>1\*</sup>, L. Amrullah<sup>2</sup>, Nukman<sup>3</sup>.**

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi

<sup>2</sup>Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi

<sup>3</sup>Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi

\*E-mail: muhipabadulmajid@gmail.com

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi di Desa Wisata Banyumulek, Kecamatan Kediri, Kabupaten Lombok barat, NTB dilaksanakan dalam bentuk pendampingan SDM Desa Wisata dan Pelatihan Literasi Digital. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk melatih SDM dan Literasi Digital Desa Wisata Banyumulek serta membranding Desa Wisata Banyumulek dengan mempromosikannya melalui platform media sosial agar semakin dikenal oleh wisatawan lokal maupun internasional. Sasaran dari pengabdian ini yakni SDM Desa Wisata Banyumulek yang tergabung dalam kelompok seni, pelaku usaha dan karang taruna Desa Wisata Banyumulek dengan metode pengabdian yang digunakan yakni deskriptif, perencanaan program, pelaksanaan program, dan evaluasi. Berdasarkan pendampingan yang sudah dilakukan masyarakat dapat menerima dengan baik informasi dan materi yang disampaikan dengan catatan cara penyampaian dan metode dalam pelaksanaan pendampingan dapat dilakukan semenarik mungkin dan sesuai dengan kondisi di tempat tersebut. Pendampingan bisnis digital SDM desa wisata ini meliputi literasi keuangan digital, komunikasi sosial media digital, serta branding marketing melalui SOP K3LH Atau Sertifikat CHSE. Harapannya pendampingan Bisnis Digital SDM Desa Wisata Banyumulek ini dapat sebagai sarana promosi potensi desa khususnya kerajinan seni gerabah.

**Kata kunci:** Bisnis Digital, SDM Desa Wisata Banyumulek

**ABSTRACT**

Community service activities carried out by the community service team of the Aspirasi Institute of Technology and Health in Banyumulek Tourism Village, Kediri District, West Lombok Regency, NTB were carried out in the form of mentoring for Tourism Village Human Resources and Digital Literacy Training. The purpose of this service is to train Human Resources and Digital Literacy of Banyumulek Tourism Village and to brand Banyumulek Tourism Village by promoting it through social media platforms to become more known by local and international tourists. The targets of this service are Banyumulek Tourism Village Human Resources who are members of art groups, business actors and youth organizations of Banyumulek Tourism Village with the service methods used namely descriptive, program planning, program implementation, and evaluation. Based on the mentoring that has been carried out, the community can receive the information and materials presented well with the note that the delivery method and methods in implementing the mentoring can be done as interesting as possible and in accordance with the conditions in that place. This digital business mentoring for tourism village HR includes digital financial literacy, digital social media communication, and branding marketing through K3LH SOPs or CHSE Certificates. It is hoped that this

digital business mentoring for Banyumulek Tourism Village human resources will serve as a means of promoting the village's potential, particularly pottery crafts.

**Keywords:** Digital Business, Banyumulek Tourism Village Human Resources

## PENDAHULUAN

Dampak dari pandemi Covid-19 yang terjadi sejak akhir 2019 sampai 2022 ini menyebabkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif mengalami keterpurukan. Hal ini disebabkan oleh menurunnya jumlah pengunjung ketempat-tempat destinasi wisata yang ada di Indonesia khususnya di Lombok Nusa Tenggara Barat (NTB). Padahal sejak tahun 2019 Kementerian Pariwisata Indonesia telah mencanangkan program dua puluh juta pengunjung baik wisatawan dari wisatawan lokal maupun internasional. Maka dari itu salah satu fokus program pemerintah Kemenparekraf bekerjasama dengan Asprindo (Asosiasi Pengusaha Pribumi Indonesia) pada saat ini dalam sektor pariwisata adalah pendampingan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) desa wisata dari Sabang hingga Merauke. Dalam kajian literatur terkait pendampingan pengembangan SDM dalam konteks desa wisata berbasis digital, ditemukan bahwa sebagian besar studi menyoroti pentingnya pelatihan digital dan peningkatan kapasitas SDM sebagai faktor kunci keberhasilan transformasi digital (Robert Tua Siregar :2023; Ica Purnamasari: 2022).

Desa Banyumulek merupakan 100 Desa yang dinobatkan sebagai Desa Wisata yang ada di Kabupaten Lombok Barat. Bila melihat dari kondisi mata pencaharian masyarakat, sebagian besar menjadi pembuat gerabah, petani, pedagang, kerajinan dan sektor skunder lainnya mulai berkembang. Desa Banyumulek sangat potensial untuk dijadikan sebagai lokasi stopover yang berkualitas yang dilengkapi tourist information center sebagai etalase kepariwisataan Kabupaten Lombok Barat. Hal ini juga didukung oleh letak Desa Wisata Banyumulek tidak jauh dari destinasi wisata prioritas Indonesia yaitu even MotoGP yang ada di Kabupaten Lombok Tengah. Maka perencanaan yang baik wajib dilengkapi dengan strategi tata kelola destinasi wisata dan Sumber Daya Manusia yang berkualitas sehingga memberi dampak positif yang banyak dan meminimalisir dampak negatif yang mungkin terjadi.

Ada pun beberapa masalah yang menjadi faktor penghambat majunya destinasi wisata yang ada di Desa Banyumulek adalah pertama kurangnya komitmen, kekompakan dan kesiapan SDM pariwisata secara menyeluruh, kedua kurangnya pemahaman dalam mempromosikan dan memetakan potensi desa dan produk wisata, ketiga rendahnya pemahaman peserta dalam literasi keuangan digital dan keempat belum adanya homestay yang memadai baik disegel fasilitas fisik maupun layanan yang efektif. Namun, pelatihan sebelumnya cenderung terbatas pada aspek pelatihan teknis dan pengembangan kompetensi individu tanpa secara mendalam membahas integrasi strategi pendampingan yang komprehensif, termasuk aspek manajerial, pemasaran digital, dan keberlanjutan usaha secara holistik (Setyo Eko Atmojo: 2024). Selain itu, literatur kurang menyoroti tantangan spesifik yang dihadapi SDM desa wisata dalam mengadopsi teknologi digital secara berkelanjutan, terutama dalam konteks desa wisata Banyumulek yang memiliki

potensi besar namun masih menghadapi hambatan dalam penguasaan teknologi dan pemasaran digital (Gde Iwan Setiawan: 2023). Oleh karena itu program pendampingan SDM desa wisata 2022 di Banyumulek perlu untuk dilaksanakan. Sehingga Sumber Daya Manusia yang ada di Desa Banyumulek lebih kreatif, inovatif dan bersatu dalam mengelola destinasi wisata yang ada mulai dari rumah gerabah, taman bunga, masjid kembar menara tunggal dan sumur tua. Maka dengan baiknya kualitas SDM di Desa Wisata Banyumulek terbentuklah Desa Banyumulek menjadi desa mandiri.

## **METODE**

Dalam pendampingan ini, digunakan pendekatan gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan gambaran komprehensif mengenai efektivitas pendampingan pengembangan SDM di Desa Wisata Banyumulek. Metode kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan pelaku usaha dan masyarakat setempat untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi digital. Sementara itu, data kuantitatif diperoleh melalui survei yang mengukur tingkat peningkatan kapasitas SDM, penggunaan media digital, dan keberhasilan implementasi program pendampingan.

Kegiatan pendampingan dan pelatihan SDM Desa Wisata Banyumulek yang terdiri dari 15 orang. Pelaksanaan program ini dilaksanakan di Galeri Pasar Seni Desa Wisata Banyumulek sejak tanggal 1-28 Februari 2022. Program pendampingan ini merupakan bentuk program kerja Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan melalui metode pendampingan dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku wisata di Desa Banyumulek. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi atas 5 tahap metode pelaksanaan, sebagai berikut:

### **Tahap Survei**

Tahap survei merupakan langkah awal untuk melihat kondisi Desa Wisata Banyumulek serta melihat masalah-masalah apa saja yang di hadapi oleh para pengelola wisata yang ada di desa wisata Banyumulek. Dalam hal ini saya berkeliling mengunjungi destinasi-destinasi wisata yang ada di Desa Banyumulek dan sembari mencatat apa saja kekurangan dan kelemahan yang di alami oleh para pelaku wisata yang ada di Desa Banyumulek.

### **Tahap Wawancara**

Tahap wawancara merupakan langkah kedua pelaksanaan program yang berfokus pada penggalan data agar pelaksanaan program pendampingan ini tepat dengan kebutuhan masyarakat. Tahap wawancara dilakukan dengan tujuan agar penggalan data dapat dilakukan secara mendalam dan tepat sasaran. Dalam hal ini, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai kordinator tim pelaksana program juga melakukan wawancara dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Banyumulek serta aparat Desa Banyumulek.

### **Tahap Perencanaan dan Konsultasi**

Dalam tahap ini dilakukan perencanaan internal pelaksanaan kegiatan pendampingan melalui adanya koordinasi dengan seluruh anggota. Koordinasi dilakukan mulai dari perencanaan media destination branding yang tepat pada destinasi Desa wisata Banyumulek, perencanaan materi pendampingan serta koordinasi terkait

dengan waktu dan tempat pendampingan. Adanya koordinasi bertujuan agar pelaksanaan pendampingan SDM Desa Wisata ini dapat terencana dengan baik. Selain koordinasi dengan keseluruhan anggota, tim juga melakukan konsultasi dan koordinasi selanjutnya dengan pihak terkait, seperti aparat Desa Banyumulek terkait dengan perencanaan yang telah dirancang.

#### **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini, Saya Sebagai Kordinator pelaksana melakukan pendampingan dengan koordinasi dengan pihak kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta pihak aparat Desa Banyumulek. Kegiatan ini dilaksanakan oleh penulis sebagai pemateri langsung.

#### **Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi dilaksanakan oleh penulis atas pelaksanaan kegiatan pendampingan yang bertujuan sebagai bahan perbaikan untuk secara selanjutnya. Tahap evaluasi dilakukan melalui diskusi bersama seluruh tim pendamping baik dari Asprindo, Kementerian Pariwisata, Kepala Desa dan saling memberikan kritik saran atas pelaksanaan kegiatan. Hal ini dapat dijadikan panduan dan masukan dalam pelaksanaan kegiatan berikutnya agar lebih baik.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ada beberapa kegiatan yang telah dilakukan di Desa Wisata Banyumulek. Diawali dengan melakukan Fokus Group Discussion (FGD) terkait dengan hal-hal apa saja yang diperlukan di Desa Wisata Banyumulek. FGD dihadiri oleh Kepala Desa, Ketua Pengelola Wisata, Pengerajin, pemerintah desa, Dinas Pariwisata Kabupaten dan Provinsi NTB dan 15 peserta program pendampingan Desa Wisata 2022. FGD dilakukan di Pasar Seni Desa Banyumulek pada tanggal 14 februari 2022. Setelah pembukaan, peserta dibagi beberapa kelompok dengan masing-masing kelompok mendiskusikan hal-hal yang urgent terkait pengembangan kepariwisataan Desa Banyumuleki.

Hasil FGD telah dicatat oleh notulensi diskusi sebagai berikut: 1) Masyarakat Desa Wsata Banyumulek memerlukan pendampingan dalam kepariwisataan. 2) Beberapa program pendampingan yang diharapkan antara lain: pendampingan peningkatan kemampuan dalam komunikasi efektif digital untuk memberikan pelayanan yang baik ke para wisatawan yang berkunjung serta meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, peningkatan kapasitas literasi keuangan digital, dan peningkatan kemampuan SOP K3LH. 3) Kegiatan pendampingan yang dilakukan akan di monitoring setiap bulan agar berkelanjutan. 4) Kegiatan pendampingan dimulai dari tanggal 14-28 Februari 2022.



**Gambar.1 Kegiatan PGD Dengan SDM Desa Wisata Banyumulek**

### **Pendampingan Komunikasi Efektif Untuk Service Excellens**

Metode yang digunakan dalam pendampingan ini yaitu dengan memberikan materi ke peserta yang dilanjutkan dengan diskusi dan praktik ke lapangan. Pendampingan pada materi ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan mengenai bagaimana memperlakukan pelanggan sehingga merasa puas. Sehingga para wisatawan dapat memberikan respon positif terhadap destinasi yang dikunjungi serta servis yang didapatkan melalui akun sosial media resmi Desa Wisata Banyumulek, sehingga dapat menarik minat para wisatawan lain untuk berkunjung. Karna media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka (Errika Dwi, 2011). Media sosial merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. interaksi dapat berupa tulisan, gambar dan video melalui platform digital.

Ketrampilan hubungan personal dan memahami aspirasi konsumen baik secara online maupun offline termasuk di dalamnya bagaimana memperlakukan konsumen yang kecewa terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Ketrampilan berkomunikasi juga menjadi salah satu kunci keberhasilan pelayanan publik. Agar dapat memberikan pelayanan yang baik dan efektif, diperlukan suatu teknik dan etika berkomunikasi dengan orang lain, baik melalui lisan dan tertulis di dalam internal organisasi dan pihak eksternal. Maka dari itu dalam pendampingan ini akan menjelaskan tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan orang lain secara lisan dan tertulis sesuai dengan etika dan batasan dalam komunikasi agar kesalah pahaman dapat dihindarkan.

Hasil dari pendampingan pada materi ini yaitu pertama teknik dan



keterampilan komunikasi secara online maupun offline yang efektif peserta meningkat. Kedua etika dalam berkomunikasi, baik etika komunikasi langsung maupun melalui media digital, baik komunikasi verbal maupun non verbal peserta semakin membaik dan ketiga peserta dapat memahami bagaimana mengelola emosi secara positif untuk membangun komunikasi efektif antar anggota organisasi dan para wisatawan. Dengan komunikasi efektif melalui media digital ini juga dapat meningkatkan para wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Wisata Banyumulek.



**Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Komunikasi Efektif Untuk Service Excellens**

### **Pendampingan Literasi Keuangan Digital Berbasis Aplikasi Akuntansi UKM**

Untuk berinteraksi di jaman sekarang ini dibutuhkan pemahaman literasi digital, yang sama pentingnya dengan pemahaman ilmu lainnya (Ajani Restianty, 2018). Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami informasi dari komputer sehingga masyarakat dapat memanfaatkannya dalam berbagai kegiatan. Sebagai contoh adalah literasi keuangan digital. Kecakapan keuangan digital ini meliputi *digital skills* (kemampuan memahami hal digital), *digital safety* (kesadaran keamanan digital), *digital culture* (penggunaan hal digital sesuai budaya Indonesia), dan *digital ethics* (tata kelola etika digital).

Pendampingan tentang cara pembuatan laporan keuangan sederhana dengan aplikasi akuntansi UKM kepada pelaku pariwisata dilakukan dengan melalui beberapa tahapan, antara lain: 1) Tahap penyiapan materi terkait materi yang akan disampaikan. Materi yang disiapkan antara lain pencatatan ke jurnal, posting buku besar, penyusunan neraca saldo, jurnal penyesuaian, neraca saldo setelah penyesuaian, penyusunan laporan keuangan, jurnal penutup, neraca saldo setelah penutupan, jurnal pembalik, transaksi (identifikasi dan analisis) dengan aplikasi akuntansi UKM yang sudah ada. 2) Tahap pemberian materi terkait materi yang sudah disiapkan sebelumnya. Mulai dari manfaat mempelajari laporan keuangan dengan aplikasi akuntansi UKM dan terakhir dilanjutkan dengan praktik membuat laporan keuangan. Hasil dari pendampingan dalam materi ini yaitu pertama peserta dapat mengetahui apakah bisnis UD. Gerabah

Banyumulek Pak Udin menguntugkan atau merugikan dan kedua peserta dapat membuat laporan keuangan yang diperlukan untuk memperoleh pendanaan dari pihak ketiga, misalnya dari Bank dengan aplikasi akuntansi UKM. Selain itu peserta juga mampu memahami fitur-fitur yang ada pada aplikasi akuntansi UKM yang digunakan.



**Gambar 3. Kegiatan Pendampingan Littrasi Keuangan Digital Berbasis Aplikasi Akuntansi UKM**

### Pendampingan SOP K3LH Atau Sertifikat CHSE

Tahapan dalam pemberian materi kali ini yaitu dengan memaparkan materi kepada peserta mengenai prosedur mendaftarkan destinasi wisata agar mendapatkan sertifikasi CHSE serta peserta dapat menerapkannya pada destinasi yang ada di Desa Banyumulek. Hasil dari pendampingan pada materi SOP K3LH (CHSE) ini yaitu pemahaman dan kemampuan peserta mengenai SOP K3LH atau CHSE semakin meningkat serta dapat menerapkannya di setiap destinasi wisata yang ada mulai dari kebersihan destinasi, kesehatan pelayanan, Keselamatan pelayanan, dan kenyamanan lingkungan sekitar destinasi. Sehingga hal ini dapat meningkatkan branding marketing destinasi Desa Wisata Banyumulek. Strategi branding sangat penting dilakukan dalam memasarkan destinasi desa wisata. Pentingnya kegiatan branding ini dilakukan karena adanya persaingan wisata tiap desa ataupun daerah. Destinasi pariwisata tidak bisa maju tanpa adanya branding. Apabila kita tidak melakukan branding maka kita tidak akan dikenal oleh wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara (Ananda Ayu Putri, 2021). Branding destinasi wisata yang baik dapat dibangun melalui SOP K3LH atau CHSE nya lengkap.



**Gambar 4. Kegiatan Pendampingan SOP K3LH Atau Sertifikat CHSE**

### SIMPULAN

Desa Wisata Banyumulek merupakan salah satu Desa yang memiliki perencanaan destinasi wisata unggulan kerajinan seni gerabah. Dalam pengembangan dan perancangannya membutuhkan destination branding yang akan mendukung promosi dan pemasaran Desa Wisata Banyumulek kepada wisatawan lokal maupun internasional. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi yang berkolaborasi dengan Asprindo dan Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif mengadakan pendampingan Bisnis Digital SDM Desa Wisata Banyumulek. Pelaksanaan pendampingan dilakukan melalui dua kegiatan yakni dengan sosialisasi pendampingan kepada SDM Desa Wisata Banyumulek dan juga pelatihan literasi digital yang akan mendukung implementasi *social media branding* Desa Wisata Banyumulek. Diharapkan, dengan adanya sosialisasi pendampingan SDM Desa Wisata dan pelatihan literasi digital ini dapat menjadi media branding berkelanjutan bagi Desa Wisata Banyumulek yang dapat dikelola dan mendukung kemajuannya di masa yang akan datang.



## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Institut Teknologi dan Kesehatan Aspirasi, Asprindo dan Kemenparekraf yang mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan pada masyarakat Desa Wisata Banyumulek yang telah memberikan dukungan dan kerjasamanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajani Restianty. 2018. Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. Jurnal GUNAHUMAS Kehumasan. ISSN-2655-1551. Vol 1, No 1 (2018). DOI: <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>.
- Ananda Ayu Putri. 2021. Strategi Branding Pariwisata Bengkulu Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu. Jurnal Profesional FIS UNIVED Vol. 8 No.1 Juni 2021.
- Bramantyo Adi Nugroho, Yesi Aprianti, Ahmad Sirri, Lord Noorlitaria Achmad, Dwi Ayu Anggraini.(2024). DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN TOURIST DESTINATIONS AROUND THE NUSANTARA CAPITAL. International Conference of Business and Social Sciences: <https://www.semanticscholar.org/paper/03c49ddf5c6fd9b3a5118777bdf965ec1ba4e3fb>
- Dimas Taufiq Ridlo, Suparni Setyowati Rahayu, Syafriyudin, M. Sholeh, Masrur Alatas, Heny Budi Setyorini. (2024). MENINGKATKAN EFISIENSI PROMOSI WISATA MELALUI STRATEGI IKLAN BERBAYAR DI META BUSINESS SUITE PADA KELOMPOK SADAR WISATA NGLANGGERAN. Prosiding SNAST: <https://www.semanticscholar.org/paper/170532c00b09a718f0c55917d9457309149fcaed>.
- Errika Dwi Setya Watie. 2011. Komunikasi dan Media Sosial (Communications and SocialMedia). THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011.
- Ica Purnamasari, Agung Winarno, Z. Sari, Nuriyatul Mustofiyah, Adinda Rizkiqa Amalia. (2022). PENDAMPINGAN LITERASI DIGITAL DALAM MEMBRANDING WISATA KAMPUNG TANI BAGI KELOMPOK MASYARAKAT JAMSAREN. JurnalGrahaPengabdian: <https://www.semanticscholar.org/paper/059b2aef80ff2c9fa6a6e1fb581fc4e0ad4763f1>.
- Made Setini, G. Putra, Putu Ika Wahyuni, Kata Kunci, Motivasi Usaha, Produk Arak, Sdm Model Pemasaran Online, Wisata Edukasi, I. Gede, Putu Cahyadi Putra. (2024). Model Wisata Edukasi Berangkat dari Pemberdayaan Produk Lokal Arak di Desa Tri Eka Buana Sidemen Karangasem. Jurnal PkM Pengabdian kepada Masyarakat : <https://www.semanticscholar.org/paper/0b5d5b96e1474716ec61052ecb8463ef310d13f7>.
- Robert Tua Siregar, Darwin Lie, Christine Loist, Loist Abdi Putra, Yansen Siahaan. (2023). DIGITAL MARKETING BASED MODEL OF ULOS WEAVER IN PEMATANG SIANTAR CITY TO SUPPORT LAKE TOBA TOURISM DESTINATIONS. JURNALPENGABDIANKEPADAMASYARAKAT: <https://www.semanticscholar.org/paper/02091684e67f883cda4544cfa1626d0f3031f203>.