

Empowering Local Communities Through Digital-Based Sustainable Tourism Promotion in Nagari Air Bangis

SPEKTRUM

Jurnal Pendidikan Luar Sekolah

<http://ejournal.unp.ac.id/index.php/pnfi>

Jurusan Pendidikan Luar Sekolah

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Padang

Sumatera Barat, Indonesia

Volume 13, Nomor 4, November 2025

DOI: 10.24036/spektrumpls.v13i4.136088

Rembulan Catra Banyu Biru^{1,5}, Merika Setiawati², Arinda Frismelly³, Arischo Mardiansyah⁴

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Padang

⁵ rembulancatra@unp.ac.id

ABSTRACT

This community service program addressed the limited digital promotion capacity of Nagari Air Bangis, a coastal tourism village in West Sumatra, which hindered its tourism growth despite its rich natural and cultural potential. Using a community-based participatory approach, the program was implemented through five stages: socialization, training, technology implementation, mentoring, and sustainability planning. The main activities involved training local residents to use and manage the Digitourism Nagari Air Bangis website as a digital platform for sustainable tourism promotion. Participants were trained to create digital content, manage online booking systems, and promote eco-friendly tourism practices while integrating local MSMEs into the platform. Qualitative descriptive analysis based on observation, documentation, and feedback revealed significant improvements in the community's technical skills, awareness of sustainability, and motivation to manage tourism independently. The website became an effective medium for promoting destinations, local cuisine, and homestays, enhancing accessibility and service quality. Overall, the program successfully strengthened digital literacy, fostered community empowerment, and promoted sustainable tourism aligned with local economic and environmental values.

Keywords: digital tourism, community empowerment, sustainable tourism, MSMEs, Air Bangis

PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini sedang mengalami transformasi mendalam yang dipengaruhi oleh dua kekuatan utama yaitu digitalisasi dan keberlanjutan (Gonçalves et al., 2022). Di satu sisi, teknologi digital mengubah cara individu berinteraksi, mencari informasi, dan merasakan pengalaman pariwisata. Di sisi lain, meningkatnya kesadaran global terhadap tantangan lingkungan dan sosial menempatkan sektor ini pada posisi strategis untuk mengintegrasikan inovasi dengan tanggung jawab secara berkesinambungan (Akhtar et al., 2021). Platform digital memainkan peran penting dalam perkembangan pariwisata, karena memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan, memesan akomodasi, menyesuaikan jadwal perjalanan, hingga menjelajahi destinasi dengan lebih praktis (Sutaguna et al., 2025). Pada saat yang sama, meningkatnya isu overtourism, komodifikasi budaya, dan kerusakan ekosistem menekankan pentingnya praktik pariwisata berkelanjutan yang mengutamakan pelestarian lingkungan, perlindungan warisan budaya, serta pemberdayaan masyarakat lokal (Nurhidayati et al., 2025). Kondisi ini mendorong perlunya pemikiran ulang tentang arah pembangunan pariwisata, di mana teknologi dan prinsip keberlanjutan dipadukan untuk membentuk masa depan perjalanan.

Platform digital dipahami sebagai sistem daring berbasis algoritma yang berfungsi menghubungkan para pemangku kepentingan sekaligus mengatur aktivitas ekonomi, dan kini menempati posisi kunci dalam proses transformasi ini (Ben Youssef, 2023; Dahmani & Ben Youssef, 2023). Traveloka dan Airbnb merupakan contoh platform terkemuka yang telah mengubah model bisnis tradisional dengan mempertemukan secara langsung wisatawan, penyedia layanan, dan

komunitas lokal. Platform ini juga berperan dalam menghidupkan kembali wilayah pedesaan dengan mempromosikan destinasi yang jarang dikenal dan mendukung bisnis lokal, sehingga selaras dengan SDG 8 yang menekankan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan inklusif. Contohnya, pada tahun 2019 wilayah pedesaan hanya menyumbang 16% dari penjualan akomodasi di Eropa, tetapi angkanya meningkat hingga 38% ketika pemesanan dilakukan melalui platform perjalanan online. Sementara di Indonesia, dampak positif dari penggunaan platform digital di Desa Senjoyo di Kabupaten Semarang terhadap pemasaran produk lokal dan wisata, yang terbukti mampu meningkatkan literasi digital masyarakat, mendongkrak omzet UMKM hingga 35%, serta menaikkan kunjungan wisata sekitar 45%. Namun, pertumbuhan ini juga memunculkan tantangan, antara lain persaingan yang lebih ketat antar destinasi dan ketergantungan pada perantara pihak ketiga yang kerap mengambil sebagian pendapatan serta menambah tekanan kompetitif.

Penerapan teknologi Industri 4.0, seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), website promosi, dan analisis big data semakin mendorong transformasi di berbagai sektor ekonomi, termasuk dalam rantai nilai pariwisata dan perhotelan (Ben Youssef & Mejri, 2023). Teknologi ini telah mengubah platform menjadi sarana utama untuk mendorong personalisasi layanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat kepuasan tamu (Gössling & Michael Hall, 2019; Nikopoulou et al., 2023). Fenomena ini selaras dengan teori platform, yang menyoroti peran penting platform digital dalam mengubah pola interaksi ekonomi dan mendukung model bisnis kolaboratif di antara usaha kecil dan menengah (Gawer, 2014). Keberadaan ekosistem kolaboratif ini sangat penting untuk membuka peluang partisipasi usaha kecil dalam ekonomi digital, sehingga mendukung pertumbuhan yang lebih adil di berbagai wilayah (Chen et al., 2024).

Namun, keberhasilan ekosistem kolaboratif tersebut perlu disesuaikan dengan konteks lokal, karena setiap wilayah pedesaan memiliki potensi dan permasalahan yang berbeda dan unik, sehingga pembangunan pedesaan memerlukan strategi cerdas berbasis inovasi untuk mengatasinya. Dukungan berupa infrastruktur dan layanan diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat pedesaan sesuai dengan potensi dan karakteristik uniknya. Transformasi digital berperan penting dalam membantu komunitas pedesaan beradaptasi dengan dinamika era disrupsi. Disrupsi yang konstruktif menempatkan masyarakat pedesaan dan kearifan lokal sebagai modal utama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pembangunan, sehingga penerapan teknologi informasi yang holistik dapat dilakukan tanpa mengurangi nilai-nilai yang sudah ada. Penerapan teknologi informasi di pedesaan, mencakup bidang pertanian, perkebunan, kehutanan, kelautan, dan perikanan, harus berkembang secara positif bagi masyarakat pedesaan dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi, sosial, serta lingkungan.

Meskipun platform digital telah berkembang pesat, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai perannya dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. UNWTO mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai aktivitas pariwisata yang memperhatikan secara menyeluruh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan, baik pada masa kini maupun masa depan, sekaligus memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, serta komunitas tuan rumah (World Tourism Organization, 2015). Selain itu, masih perlu diteliti sejauh mana promosi wisata berbasis digital berkontribusi pada pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan, pemerataan partisipasi ekonomi, dan tata kelola pariwisata yang bertanggung jawab. Meskipun platform digital mampu meningkatkan efektivitas strategi harga, mempermudah proses pemesanan, serta menghadirkan pengalaman wisata yang lebih personal, penggunaannya juga menimbulkan isu baru seperti dominasi pasar, dan kesenjangan digital antar pelaku pariwisata (Ben et al., 2022). Platform digital memiliki peran sentral dalam transformasi ini karena memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan, memesan akomodasi, menyesuaikan jadwal, dan menjelajahi destinasi dengan lebih efisien (Wynn & Jones, 2022). Sejalan dengan itu, digitalisasi berperan penting dalam mengintegrasikan sumber daya pariwisata pedesaan, mengoptimalkan struktur layanan, serta menyesuaikan pengelolaan pariwisata pedesaan dengan tren kontemporer (Wei, 2023).

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas dampak digitalisasi terhadap promosi pariwisata maupun pentingnya praktik berkelanjutan dalam pembangunan destinasi (Afnarius et al., 2024). Namun, sebagian besar kajian tersebut lebih banyak menyoroti konteks pariwisata perkotaan atau destinasi populer, sehingga masih terbatas pemahaman mengenai bagaimana promosi digital dapat berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di kawasan pedesaan, khususnya di Indonesia. Kekosongan ini penting untuk diteliti karena daerah pedesaan,

seperti Air Bangis di Sumatera Barat, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, namun sekaligus menghadapi tantangan serius dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan sosial.

Air Bangis, yang terletak di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatra Barat, merupakan contoh destinasi pariwisata pesisir yang sedang berkembang. Potensi wisata bahari, budaya, dan kuliner lokal menjadikan kawasan ini relevan untuk diteliti dalam kerangka digitalisasi dan keberlanjutan. Namun, belum ada kajian akademik yang mengkaji secara mendalam bagaimana promosi pariwisata berbasis digital berkontribusi terhadap pencapaian SDGs di wilayah ini. Kebanyakan penelitian sebelumnya membahas tentang usaha masyarakat (Hamid & Fitriasia, 2023), konsep strategi wisata (Anggela, 2023), dan infrastruktur pembangunan (Apriyeni et al., 2024).

Sumatera Barat merupakan daerah yang kaya akan keindahan alam yang menakjubkan. Di berbagai Kabupaten dan Kota di Sumatera Barat terdapat banyak objek wisata yang jika dikelola dengan baik, dapat menghasilkan devisa bagi negara dan sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata adalah Nagari Air Bangis, yang terletak di Kabupaten Pasaman Barat (Pasaribu et al., 2024). Nagari ini menawarkan beragam objek wisata menarik, seperti pantai, pulau, hutan mangrove, dan wisata bahari. Namun, daya tarik wisata tersebut masih kurang dikenal oleh masyarakat di luar Air Bangis. Kondisi ini disebabkan karena belum optimalnya metode promosi yang digunakan dalam memperkenalkan destinasi wisata tersebut. Salah satu solusinya adalah melakukan transformasi desa wisata menuju *digital tourism* (digitourism). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang begitu pesat memberikan dampak yang positif pada semua bidang, termasuk pariwisata (Kalia et al., 2022). Pada abad ke-21, banyak industri yang mengandalkan teknologi digital untuk menjalankan operasinya (Akhtar et al., 2021). Saat ini, tren industri adalah mudah diakses secara online atau di internet (Roziqin et al., 2023). Sistem online memberikan kemudahan interaktif dan memiliki jangkauan global dengan kecepatan interaksi antar wisatawan. Oleh karena itu, semua entitas perlu beradaptasi dan berinovasi dengan tepat untuk bertahan di era ketidakpastian. Dibutuhkan kreativitas dan inovasi promosi yang baik karena era digital telah memberikan keleluasaan bagi calon wisatawan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan tepat di internet.

Maka dari itu, Nagari Air Bangis memiliki potensi besar sebagai desa wisata dengan berbagai daya tarik alam yang menarik. Namun, kurangnya promosi yang efektif menyebabkan destinasi ini belum dikenal luas. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, digitourism menjadi solusi inovatif untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui promosi yang lebih luas, cepat, dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model desa wisata berbasis digitourism guna memaksimalkan promosi wisata di Nagari Air Bangis. Diharapkan, model ini dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pariwisata di daerah tersebut.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas, yang menekankan kerja sama antara tim pelaksana dan masyarakat Nagari Air Bangis. Program ini disusun secara sistematis melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta perencanaan keberlanjutan program. Setiap tahapan dirancang untuk memastikan tercapainya tujuan utama, yaitu meningkatkan promosi wisata Nagari Air Bangis melalui pemanfaatan teknologi digital.

Tahap pertama, yakni sosialisasi, dilaksanakan melalui pertemuan dengan ketua karang taruna Nagari Air Bangis untuk menyampaikan tujuan, manfaat, dan rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan membangun pemahaman dan komitmen bersama dalam pelaksanaan program. Hal ini sejalan dengan pendapat Nuryana (2025) yang menyatakan bahwa sosialisasi merupakan tahap dasar dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap suatu program pengabdian.

Setelah proses sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan masyarakat dalam melakukan promosi wisata Nagari Air Bangis melalui teknologi digital untuk promosi destinasi wisata

Nagari Air Bangis. Melalui pelatihan ini, tim pengabdian mengadakan pelatihan bagi masyarakat di Nagari Air Bangis mengenai penggunaan website digitourism untuk promosi wisata berkelanjutan, sebagaimana hasil penelitian oleh (Isra et al., 2025) membahas bagaimana penggunaan media sosial dan platform digital dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata di daerah terpencil. Selain itu, penelitian oleh (Melladia et al., 2022) mengungkapkan bahwa digitalisasi melalui *website* dan aplikasi berbasis *mobile* dapat meningkatkan minat wisatawan dengan memberikan informasi yang lebih mudah diakses dan akurat. Pendekatan pelatihan ini diharapkan dapat membentuk sikap mandiri dan kreatif masyarakat dalam menghadapi tantangan era digital serta mendorong terbentuknya usaha-usaha produktif berbasis pariwisata.

Dalam tahap berikutnya, penerapan teknologi dilakukan untuk memperkuat proses pembelajaran. Penerapan teknologi kepada peserta pelatihan dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pengenalan dan praktik langsung penggunaan website digitourism sebagai media promosi wisata berkelanjutan. Pada tahap ini, peserta dilatih untuk memahami fungsi dan manfaat teknologi digital dalam memperkenalkan potensi wisata Nagari Air Bangis ke masyarakat luas. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada kemampuan praktis peserta dalam mengelola dan memanfaatkan platform digital secara mandiri. Peserta juga diperkenalkan dengan struktur dan fungsi menu utama website Desa Wisata Nagari Air Bangis agar mampu mengelola konten secara tepat dan terarah. Website ini memiliki beberapa menu utama, yaitu Home, yang menampilkan profil desa, destinasi wisata, serta galeri aktivitas; Destination, yang berisi daftar lengkap destinasi wisata di Nagari Air Bangis; Article, yang menyajikan artikel, berita, dan informasi terkini seputar kegiatan wisata; Package, yang memuat berbagai paket wisata menarik yang ditawarkan; About, yang menjelaskan profil dan visi pengembangan Desa Wisata Nagari Air Bangis; serta Contact, yang menampilkan informasi kontak dan lokasi desa. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan cara memperbarui konten di setiap menu tersebut, sehingga website dapat berfungsi optimal sebagai media promosi digital yang menarik, informatif, dan berkelanjutan.

Keberlanjutan program dari kegiatan pengabdian ini dilakukan pembentukan tim pengelola digital Nagari Air Bangis yang terdiri dari perwakilan karang taruna, pelaku UMKM, serta masyarakat yang aktif dalam kegiatan pariwisata. Tim ini berperan sebagai pengelola utama website dan media digital desa, dengan tugas memperbarui informasi destinasi dan mengelola paket wisata secara berkelanjutan. Kemudian, dilakukan pendampingan jarak jauh (*online mentoring*) melalui grup komunikasi daring seperti *WhatsApp* atau *Google Meet*. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan konsultasi dan bantuan teknis jika tim pengelola mengalami kendala dalam pengoperasian website. Dengan cara ini, proses pengembangan tetap berjalan meskipun kegiatan tatap muka telah selesai.

Analisis data dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan meninjau hasil observasi, dokumentasi, serta umpan balik peserta terhadap efektivitas pelatihan dan penerapan teknologi digital dalam promosi wisata Nagari Air Bangis. Tim pengabdian yang terdiri atas dosen dan mahasiswa berperan sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing dalam tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta pengelolaan dokumentasi kegiatan. Pembagian peran yang terstruktur ini, sebagaimana dijelaskan oleh Nurjannah (2019), merupakan faktor penting dalam meningkatkan efektivitas kerja tim dan ketercapaian tujuan program. Melalui metode pelaksanaan tersebut, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata, tetapi juga menumbuhkan kemandirian komunitas lokal dalam mengelola website digitourism secara berkelanjutan guna memperkuat citra dan daya tarik wisata Nagari Air Bangis.

PEMBAHASAN

Meningkatkan Promosi Wisata Nagari Air Bangis Melalui Teknologi Digital

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar dan mendapat antusiasme tinggi dari peserta, terutama kalangan karang taruna dan pelaku UMKM lokal. Pada tahap sosialisasi, masyarakat menunjukkan minat besar terhadap pengembangan pariwisata berbasis teknologi. Kegiatan ini berhasil menumbuhkan kesadaran akan pentingnya promosi digital sebagai sarana memperkenalkan potensi wisata alam, budaya, dan kuliner khas Nagari Air Bangis kepada

publik yang lebih luas. Melalui diskusi interaktif, masyarakat juga menyampaikan berbagai ide untuk pengembangan konten promosi yang autentik dan merepresentasikan identitas lokal nagari mereka.

Tahap pelatihan menjadi momen penting dalam transfer pengetahuan dan keterampilan digital kepada masyarakat. Peserta dilatih secara langsung untuk menggunakan website digitourism sebagai media utama promosi wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gretzel et al., 2015) menegaskan bahwa digitourism dapat mengubah lanskap industri pariwisata dengan menghadirkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif, interaktif, dan berbasis data. Pelatihan ini mencakup penggunaan website digitourism, pembuatan konten digital, pembuatan video, dan cara mengelola akun media sosial. Peserta juga diajarkan cara mengoptimalkan fitur menu seperti *Home*, *Destination*, *Article*, *Package*, *About*, dan *Contact* untuk menampilkan informasi wisata secara menarik dan informatif. Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya digitalisasi dalam sektor pariwisata untuk meningkatkan daya saing dan jumlah kunjungan wisatawan. Misalnya, penelitian oleh (Buhalis & Amaranggana, 2015) menunjukkan bahwa konsep *Smart Tourism* yang berbasis teknologi digital dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperluas jangkauan promosi destinasi wisata. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami dasar-dasar pengelolaan website, bahkan beberapa di antaranya mulai mempraktikkan pembuatan konten promosi wisata secara mandiri.

Dampak dari kegiatan ini terlihat pada meningkatnya motivasi masyarakat untuk terus mengembangkan promosi wisata berbasis digital secara berkelanjutan. Penggunaan media sosial dan platform digital dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata (Nurmadewi, 2024). Melalui pendampingan lanjutan secara daring, tim pengabdian terus memfasilitasi masyarakat dalam memperbarui konten dan memperluas jangkauan promosi melalui media sosial pendukung. Keberadaan website digitourism Nagari Air Bangis kini menjadi sarana promosi yang efektif untuk menampilkan potensi wisata lokal secara profesional dan menarik. Selain itu, kegiatan ini juga membangun kesadaran kolektif bahwa pemanfaatan teknologi digital tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat melalui sektor pariwisata yang lebih modern dan berdaya saing.

Gambar 1
Desain Website Desa Wisata Air Bangis





Memberdayakan Masyarakat Lokal dalam Pengelolaan Wisata Digital

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kapasitas masyarakat Nagari Air Bangis agar mampu berperan aktif dalam mengelola promosi wisata berbasis teknologi. Pada tahap awal, dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi pariwisata sebagai strategi adaptif di era modern. Digitalisasi melalui *website* dapat meningkatkan minat wisatawan dengan memberikan informasi yang lebih mudah diakses dan akurat (Purwaningwulan & Ramdan, 2022). Sosialisasi ini memperlihatkan respon positif dari masyarakat, terutama generasi muda yang tergabung dalam karang taruna, yang menunjukkan antusiasme tinggi untuk mempelajari keterampilan digital. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata daerahnya meningkat, dan mereka mulai memahami bahwa kemajuan pariwisata tidak hanya bergantung pada keindahan alam, tetapi juga pada kemampuan mengelolanya secara profesional melalui teknologi.

Selanjutnya, tahap pelatihan menjadi wadah utama dalam proses pemberdayaan masyarakat. Peserta diberikan pelatihan teknis mengenai pengelolaan *website* digitourism yang mencakup pembuatan konten digital, pengunggahan foto dan video wisata, serta penulisan deskripsi destinasi yang menarik dan informatif. Keberhasilan digital promotion bergantung pada keterlibatan warga lokal dalam pembuatan konten; ketika warga berkontribusi secara aktif, terjadi peningkatan rasa memiliki, muncul ide promosi lokal, dan manfaat ekonomi menjadi lebih nyata (Ihsan & Elyusra, 2025). Pelatihan dilakukan secara partisipatif, di mana peserta terlibat langsung dalam praktik pembuatan konten untuk beberapa destinasi unggulan di Nagari Air Bangis. Melalui kegiatan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki terhadap *website* yang menjadi sarana promosi desa mereka. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengelola konten digital serta munculnya inisiatif untuk mengembangkan ide-ide promosi berbasis budaya dan potensi lokal. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian (Utami et al., 2022) bahwa pelatihan yang melibatkan peserta secara langsung (*workshop* praktik, *co-design*) meningkatkan kompetensi teknis peserta dan mempermudah adopsi alat digital oleh komunitas, sekaligus memperbesar kemungkinan keberlanjutan pemanfaatan platform tersebut.

Gambar 3**Gambar 4****Gambar 5**
Edukasi Pariwisata Berkelanjutan**Gambar 6**
Pelatihan Website Digitourism Nagari Air Bangis

Tahap pendampingan pascapelatihan dilakukan untuk memastikan keberlanjutan hasil pemberdayaan. Tim pengabdian tetap melakukan komunikasi intensif secara daring untuk membantu masyarakat menghadapi kendala teknis dan memberikan masukan terkait pengembangan konten. Selain itu, dibentuk tim pengelola wisata digital yang terdiri dari perwakilan karang taruna, pelaku usaha wisata, dan salah satu pemuda masyarakat Nagari Air Bangis. Hasilnya, masyarakat mulai menunjukkan kemandirian dalam memperbarui informasi wisata, mengunggah kegiatan terbaru, serta mempromosikan destinasi melalui media sosial. Kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi dapat menciptakan masyarakat yang mandiri, kreatif, dan adaptif dalam mengelola potensi wisata lokal secara digital dan berkelanjutan.

Meningkatkan Akses dan Kualitas Layanan Wisata melalui Sistem Pemesanan Online

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berfokus pada peningkatan kemampuan masyarakat Nagari Air Bangis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas akses wisatawan dan meningkatkan efisiensi pelayanan. Pada tahap awal, dilakukan sosialisasi kepada pelaku wisata, anggota karang taruna, serta beberapa pemuda masyarakat Nagari Air Bangis mengenai pentingnya sistem pemesanan online sebagai bagian dari transformasi digital sektor pariwisata. Hasil sosialisasi menunjukkan bahwa masyarakat menyadari potensi besar penggunaan teknologi ini dalam mempermudah wisatawan untuk melakukan reservasi, sekaligus meningkatkan profesionalisme pengelolaan wisata di tingkat desa.

Tahap pelatihan dilaksanakan untuk memberikan pemahaman teknis mengenai cara kerja dan pengelolaan sistem pemesanan online yang terintegrasi dengan website digitourism Nagari Air

Bangis. Peserta diajarkan cara membuat akun layanan, menginput data destinasi wisata, paket tur, serta fasilitas homestay yang tersedia. Selain itu, pelatihan juga mencakup simulasi pemesanan oleh wisatawan agar peserta memahami alur transaksi digital secara menyeluruh. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga memahami pentingnya transparansi informasi, kecepatan layanan, serta responsif terhadap kebutuhan wisatawan sebagai indikator kualitas layanan pariwisata digital. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Prakosa (2023), bahwa penerapan sistem pemesanan dan pembayaran online mempercepat transaksi wisatawan, memperluas akses ke produk wisata, dan meningkatkan kenyamanan bagi wisatawan.



Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan untuk memastikan sistem pemesanan online berjalan dengan baik dan mudah diakses oleh pengunjung. Masyarakat dilibatkan secara aktif dalam memperbarui informasi harga, jadwal kunjungan, dan ketersediaan fasilitas wisata secara berkala. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengelola layanan digital secara mandiri serta meningkatnya minat wisatawan yang mengakses platform online untuk melakukan reservasi. Dengan adanya sistem pemesanan online ini, Nagari Air Bangis kini memiliki mekanisme layanan wisata yang lebih efisien, transparan, dan mudah dijangkau, sehingga mampu memperkuat daya saing destinasi wisata lokal di era digital yang terus berkembang.

Memperkenalkan dan Menerapkan Wisata Berkelanjutan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat Nagari Air Bangis dalam menjaga keseimbangan antara pengembangan pariwisata dan kelestarian lingkungan. Tahap pelatihan difokuskan pada penerapan prinsip-prinsip wisata berkelanjutan dalam kegiatan wisata sehari-hari. Peserta dilatih untuk mengelola sampah wisata, mengurangi penggunaan bahan plastik sekali pakai, serta mengembangkan paket wisata edukatif yang mengedepankan nilai-nilai pelestarian alam dan budaya lokal. Selain itu, pelatihan juga menekankan pentingnya promosi wisata hijau melalui website digitourism Nagari Air Bangis, di mana peserta diajarkan cara membuat konten digital yang mengangkat nilai keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Transformasi digital dan ekonomi hijau bisa meningkatkan daya tarik wisata desa dan keberlanjutan pengelolaan (Purnamawati & Adnyani, 2024). Hasil pelatihan menunjukkan adanya

peningkatan kesadaran dan perubahan pola pikir masyarakat untuk lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan serta pentingnya menjaga kualitas destinasi wisata agar tetap menarik dan ramah bagi wisatawan. Rasa memiliki masyarakat terhadap website dan konten digital destinasi menunjukkan bahwa partisipasi yang aktif dapat mendukung keberlanjutan promosi wisata berbasis komunitas (Amalina & Listyorini, 2025).

Selain itu, hasil pengabdian menunjukkan bahwa pemanfaatan website digitourism Nagari Air Bangis memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM lokal, terutama dalam memperluas jangkauan promosi produk kuliner khas daerah. Melalui pelatihan yang diberikan, masyarakat yang memiliki usaha makanan dan minuman tradisional kini mampu memanfaatkan fitur promosi digital pada website tersebut untuk menampilkan produk mereka secara menarik, lengkap dengan foto, deskripsi, dan informasi kontak. Kehadiran platform ini membantu UMKM memperkenalkan berbagai kuliner khas Air Bangis seperti olahan hasil laut, kue tradisional, dan minuman khas kepada wisatawan yang mengakses situs wisata desa. Selain meningkatkan visibilitas produk lokal, integrasi UMKM ke dalam sistem digitourism juga mendorong sinergi antara sektor wisata dan ekonomi kreatif, sehingga tercipta ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat setempat.



Tahap pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa praktik wisata berkelanjutan benar-benar diterapkan dalam pengelolaan destinasi di Nagari Air Bangis. Tim pengabdian mendampingi masyarakat dalam menata kawasan wisata agar lebih bersih, tertib, dan ramah lingkungan. Selain itu, dilakukan pemantauan berkala terhadap kegiatan promosi digital untuk memastikan pesan keberlanjutan terus disampaikan kepada publik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mulai mampu mengintegrasikan prinsip wisata berkelanjutan ke dalam setiap aktivitas pariwisata, seperti pengelolaan homestay berbasis lokal, promosi kuliner tradisional, dan kegiatan wisata alam yang edukatif. Melalui program ini, Nagari Air Bangis tidak hanya menjadi destinasi yang menarik secara visual, tetapi juga menjadi contoh penerapan pariwisata yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Nagari Air Bangis secara keseluruhan berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata melalui pemanfaatan teknologi digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu memahami serta menerapkan penggunaan website digitourism sebagai media utama promosi wisata. Sistem ini tidak hanya meningkatkan visibilitas destinasi wisata,

tetapi juga memperluas akses informasi bagi wisatawan melalui fitur-fitur seperti paket wisata, galeri, artikel, dan pemesanan online. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan digital dalam pengelolaan pariwisata lokal.

Selain itu, pengabdian ini juga menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya penerapan prinsip wisata berkelanjutan. Masyarakat mulai memahami bahwa kemajuan sektor pariwisata harus sejalan dengan upaya menjaga lingkungan, budaya, dan nilai-nilai lokal. Melalui kolaborasi antara tim pengabdian, pemerintah nagari, dan masyarakat, kegiatan ini berhasil membangun fondasi pengelolaan wisata berbasis komunitas yang mandiri, kreatif, dan berdaya saing. Hasilnya, Nagari Air Bangis kini tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pariwisata yang berkelanjutan.

Saran

1. Keberlanjutan Program: Disarankan agar kegiatan pelatihan dan pendampingan pengelolaan wisata digital di Nagari Air Bangis dilaksanakan secara berkala untuk menjaga keberlanjutan program dan memperkuat kapasitas masyarakat dalam promosi wisata berbasis teknologi.
2. Penguatan Tim Pengelola: Perlu dibentuk dan difasilitasi tim pengelola digitourism yang terdiri dari unsur karang taruna, pelaku UMKM, dan perangkat nagari agar pengelolaan website dan media promosi digital dapat berjalan mandiri dan konsisten.
3. Pengembangan Teknologi dan Konten: Diperlukan inovasi lanjutan dalam pengembangan fitur website, seperti integrasi dengan media sosial, peta digital wisata, dan sistem pemesanan otomatis agar layanan wisata semakin mudah diakses wisatawan.
4. Peningkatan Kapasitas dan Durasi Pelatihan: Durasi kegiatan pelatihan disarankan untuk diperpanjang atau dilakukan dalam beberapa sesi agar peserta dapat lebih mendalami keterampilan teknis dalam pengelolaan konten digital dan strategi pemasaran wisata online.
5. Replikasi Model Program: Model pengabdian berbasis digitourism ini dapat direplikasi di nagari atau desa wisata lain sebagai strategi efektif dalam mengembangkan promosi wisata digital yang partisipatif, berkelanjutan, dan berbasis potensi lokal.

DAFTAR RUJUKAN

- Afnarius, S., Octaviani, L. K., Trenggana, A. F. M., Syahadat, R. M., Adriani, H., Sudirman, A., ... & Rohani, E. D. (2024). *Digitalisasi tourism*. Penerbit Widina.
- Akhtar, N., Khan, N., Mahroof Khan, M., Ashraf, S., Hashmi, M. S., Khan, M. M., & Hishan, S. S. (2021). Post-covid 19 tourism: Will digital tourism replace mass tourism? *Sustainability (Switzerland)*, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105352>
- Amalina, W., & Listyorini, H. (2025). Tourism Village Community Participation: Forms, Benefits, Strategies and Barriers to Participation Towards a Sustainable Tourism Village. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(3), 643-650.
- Anggela, R. (2023). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Air Bangis. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 7(1), 87–95. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v7i1.38667>
- Apriyeni, D., Nesti, L., & Heryanto, H. (2024). Analysis of Facilities and Infrastructure, Supporting Facilities in the Air Bangis West Pasaman Fisheries Area. *Journal of Maritime Research*, 21(3), 143–149.
- Ben, Y., Redžepagić, S., & Zeqiri, A. (2022). The key changes to the hospitality business model under COVID-19. *Strategic Management*, 27(4), 55–64. <https://doi.org/10.5937/straman2200015y>
- Ben Youssef, A. (2023). Introducing Platforms: A Transdisciplinary Journal on Platform Management, Services and Policy and All Related Research. In *Platforms* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–4). <https://doi.org/10.3390/platforms1010001>
- Ben Youssef, A., & Mejri, I. (2023). Linking Digital Technologies to Sustainability through Industry

- 5.0: A bibliometric Analysis. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 9). <https://doi.org/10.3390/su15097465>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer International Publishing. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
- Chen, Y., Zhang, N., & Cheng, X. (2024). The spillover effects of online tourism platforms on sustainable development. *Inf. Syst. J.*, 34, 788–827.
- Dahmani, M., & Ben Youssef, A. (2023). Unraveling the Determinants of Platform Economy Adoption in Developing Countries: An Extended Application of the UTAUT2 Model with a Privacy Calculus Perspective. In *Platforms* (Vol. 1, Issue 1, pp. 34–52). <https://doi.org/10.3390/platforms1010005>
- Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research Policy*, 43(7), 1239–1249. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.03.006>
- Gonçalves, A. R., Dorsch, L. L. P., & Figueiredo, M. (2022). Digital Tourism: An Alternative View on Cultural Intangible Heritage and Sustainability in Tavira, Portugal. *Sustainability (Switzerland)*, 14(5), 1–10. <https://doi.org/10.3390/su14052912>
- Gössling, S., & Michael Hall, C. (2019). Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74–96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hamid, I., & Fitrisia, A. (2023). *Perkembangan Perekonomian Pengusaha Ikan Kering di Air Bangis , Kecamatan Sungai Beremas , Kabupaten Pasaman Barat , Sumatera Barat (2016-2023) Program Studi Pendidikan Sejarah , Universitas Negeri Padang.* 7, 23805–23809.
- Ihsan, R. M., & Elyusra, E. (2025). Exploring digital promotion as a tool for community empowerment: A participatory analysis of website utilization in Sumber Urip tourism village. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(7), 96-106.
- Isra, N., Sofyan, B., Herman, B., & Rusdi, M. (2025). Peran Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Promosi Destinasi Wisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Pembangkit Listrik Tenaga Bayu Kabupaten Sidenreng Rappang). *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(1), 1-19.
- Kalia, P., Mladenović, D., & Acevedo-Duque, Á. (2022). Decoding the Trends and the Emerging Research Directions of Digital Tourism in the Last Three Decades: A Bibliometric Analysis. *SAGE Open*, 12(4). <https://doi.org/10.1177/21582440221128179>
- Melladia, M., Annisa, I. F., Mukhtar, D., & Muhelni, L. (2024). Digitalisasi Wisata Halal melalui Penerapan QR Code Berbasis Website pada Agrowisata Kelurahan Lambung Bukit. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 577-586.
- Nikopoulou, M., Kourouthanassis, P., Chasapi, G., Pateli, A., & Mylonas, N. (2023). Determinants of Digital Transformation in the Hospitality Industry: Technological, Organizational, and Environmental Drivers. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/su15032736>
- Nurhidayati, S. E., Muliani, L., Judijanto, L., Apriyanto, A., Haryanti, T., Darmayasa, D., ... & Raksapati, A. (2025). *Pesona Pariwisata Indonesia: Potensi, Pengembangan, dan Inovasi Membangun Destinasi Pariwisata Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nurjannah, N. (2019). Pembagian Peran dalam Tim untuk Meningkatkan Efektivitas Kerja. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(2), 78–92.
- Nurmadewi, D. (2024). Digital Marketing as a Tourism Village Marketing Strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53>
- Nuryana, R. S., Jatnika, D. C., & Firsanty, F. P. (2025). Efektivitas Sosialisasi sebagai Pendekatan PArtisipatif dalam Program Sosial: Tinjauan Sistematis Literatur. *Share: Social Work Journal*, 15(1), 35-47.
- Pasaribu, P., Fedian, F., & Gemaini, A. (2024a). Nagari Air Bangis, Pasaman Barat : Dari Potensi menjadi Daya Tarik Wisata Unggulan Bahari melalui Pelatihan Pemandu Snorkeling bagi

- Kelompok Sadar Wisata. *Communnity Development Journal*, 5(6), 12607–12612
- Prakosa, R. M. (2023). Information Technology Implementation (Digitalization) on Booking and Payment Online System to Village's Tourism Product in Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(1), 32-39.
- Purnamawati, I. G. A., & Adnyani, N. K. S. (2024). Digital-based tourism village management with the concept of green economy and harmonization as tourism forces. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 35-42.
- Purwaningwulan, M. M., & Ramdan, T. D. (2022). Digital Promotion of Local Tourist Destinations in the New Normal Era and Its Effect on the Economy in Indonesia. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(1), 29–40. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i2.873>
- Roziqin, A., Kurniawan, A. S., Hijri, Y. S., & Kismartini, K. (2023). Research trends of digital tourism: a bibliometric analysis. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 4(1/2), 28–47. <https://doi.org/10.1108/trc-11-2022-0028>
- Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Said, L. R., Molina, J. I., Kom, S., ... & Kom, M. I. (2025). *TRANSFORMASI PARIWISATA DI ERA DIGITAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Utami, L. A., Lechner, A. M., Permanasari, E., Purwandaru, P., & Ardianto, D. T. (2022). Participatory Learning and Co-Design for Sustainable Rural Living, Supporting the Revival of Indigenous Values and Community Resiliency in Sabrang Village, Indonesia. *Land*, 11(9), 1597. <https://doi.org/10.3390/land11091597>
- Wei, N. I. U. (2023). Research on the Development Model of Intelligent Rural Tourism under the Background of Digitalization. *International Journal of Science and Engineering Applications*, 126–128. <https://doi.org/10.7753/IJSEA1204.1042>
- World Tourism Organization. (2015). Tourism and the Sustainable Development Goals. In *Tourism and the Sustainable Development Goals*. <https://doi.org/10.18111/9789284417254>
- Wynn, M., & Jones, P. (2022). Digital Technology Deployment and the Circular Economy. In *Sustainability* (Vol. 14, Issue 15). <https://doi.org/10.3390/su14159077>