



## PENDAMPINGAN TRANSFORMASI HOMESTAY 5.0: OPTIMASI LAYANAN, DIGITAL MARKETING, DAN PAKET EDUWISATA PASCA COVID-19 DI KAMPUNG TAJUR, PURWAKARTA

**Amalia Mustika<sup>1\*</sup>, Savitri Hendradewi<sup>2</sup>, Fachrul Husain Habibie<sup>3</sup>**<sup>1</sup>Institut Pariwisata Trisakti, Pengelolaan Perhotelan, email: [amaliamustika@iptrisakti.ac.id](mailto:amaliamustika@iptrisakti.ac.id)<sup>2</sup>Institut Pariwisata Trisakti, Pengelolaan Perhotelan, email: [savitri.dewi@iptrisakti.ac.id](mailto:savitri.dewi@iptrisakti.ac.id)<sup>3</sup>Institut Pariwisata Trisakti, Digital Bisnis, email: [fachrul@iptrisakti.ac.id](mailto:fachrul@iptrisakti.ac.id)\*Koresponden penulis: \*[amaliamustika@iptrisakti.ac.id](mailto:amaliamustika@iptrisakti.ac.id)**Info Artikel****Riwayat Artikel***Diajukan:* 2025-11-14*Diterima:* 2025-11-30*Diterbitkan:* 2025-11-16**Keyword:***homestay 5.0, digital marketing; educational tourism; local wisdom; Kampung Tajur***Kata Kunci:***homestay 5.0, digital marketing; eduwisata, kearifan lokal; Kampung Tajur***Lisensi:** cc-by*Copyright © 2025 Amalia Mustika, Savitri Hendradewi, Fachrul Husain Habibie***ABSTRACT**

*This community service project aims to strengthen the capacity of homestay managers in Kampung Tajur, Purwakarta through the implementation of the Homestay 5.0 transformation program. The project focuses on three key aspects: optimizing service quality based on local wisdom, applying digital marketing, and developing educational tourism packages in the post-COVID-19 era. The program uses a participatory approach consisting of stages such as socialization, training, mentoring, technology implementation, and evaluation. Results show a significant increase in participants' understanding of hospitality services, digital promotion skills, and the ability to develop local-based educational tourism packages. Innovative outputs such as homestay QR codes, information boards, and promotional videos have strengthened Kampung Tajur's digital identity as a Sundanese cultural tourism village. The project has positively influenced community professionalism, tourism branding, and sustainable collaboration between academia and local communities.*

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas pengelola *homestay* di Kampung Tajur, Purwakarta melalui penerapan program transformasi *Homestay 5.0*. Program ini berfokus pada tiga aspek utama, yaitu optimalisasi kualitas layanan berbasis kearifan lokal, penerapan *digital marketing*, serta pengembangan paket eduwisata di era pasca-COVID-19. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, implementasi teknologi, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta mengenai layanan *hospitality*, keterampilan promosi digital, serta kemampuan dalam mengembangkan paket eduwisata berbasis potensi lokal. Luaran inovatif berupa *QR Code homestay*, papan informasi, dan video promosi turut memperkuat identitas digital Kampung Tajur sebagai desa wisata budaya Sunda. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan profesionalisme masyarakat, penguatan-branding pariwisata, serta terbangunnya kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan masyarakat lokal.

**PENDAHULUAN**

Pariwisata pasca pandemi COVID-19 mengalami perubahan paradigma yang signifikan. UNWTO (2023) melaporkan bahwa jumlah wisatawan internasional meningkat sebesar 63% dibandingkan tahun 2021, yang menandakan kebangkitan sektor pariwisata global. Di Indonesia, Badan Pusat Statistik (2024) juga menunjukkan

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

tren serupa bahwa tingkat hunian akomodasi berbasis komunitas meningkat hingga 34%, terutama pada segmen desa wisata dan *homestay*

Salah satu bentuk akomodasi yang mendukung kemajuan pariwisata berbasis komunitas adalah *homestay*, yang menawarkan pengalaman tinggal bersama penduduk lokal dan memiliki nilai ekonomi tinggi (Hendradewi, Mustika, & Habibie, 2022; Mustika & Habibie, 2017). *Homestay* tidak hanya memberikan alternatif akomodasi bagi wisatawan, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat lokal melalui partisipasi langsung dalam industri pariwisata (Nurbaeti, Mustika, Djati, Husain, & Nasution, 2022; Andari, Supartha, Riana, & Sukawati, 2020; Kemenparekraf, 2023).

Pilihan akomodasi *homestay* semakin diminati karena adanya akulturasi budaya antara wisatawan dan pemilik *homestay* yang berasal dari masyarakat lokal, sehingga menciptakan daya tarik tersendiri (Hendradewi et al., 2022; Andari et al., 2020; Mustika & Habibie, 2017; Nuryanto, Surasetja, & Ahdiat, 2020). Biasanya *homestay* terletak di dekat kawasan wisata sehingga wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan kehidupan masyarakat lokal (Hendradewi et al., 2022; Nurbaeti et al., 2022; Nuryanto et al., 2020).

Kearifan lokal mengacu pada pengetahuan kolektif, nilai-nilai, tradisi, dan praktik yang diwariskan secara turun-temurun dalam masyarakat (Andari et al., 2020; Nuryanto et al., 2020). Kearifan lokal dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam kegiatan pembelajaran dan praktik bisnis homestay (Nurbaeti et al., 2022; Hendradewi et al., 2022). Nilai-nilai budaya dan adat istiadat setempat dapat tercermin dalam berbagai aspek pengalaman *homestay* seperti lingkungan, pekerjaan, arsitektur, makanan, dan budaya (Andari et al., 2020; Mustika & Habibie, 2017; Nuryanto et al., 2020).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat menuntut kesiapan masyarakat pariwisata dalam menghadapi perubahan global. Salah satu manifestasinya adalah melalui konsep *Homestay 5.0*, yaitu tatanan masyarakat yang mampu mengatasi berbagai tantangan sosial melalui pemanfaatan inovasi berbasis teknologi dari era Revolusi Industri 4.0 (Muhtadin, Susilahati, & Santoso, 2023). *Homestay 5.0* mengintegrasikan teknologi dengan nilai-nilai kemanusiaan dalam sistem yang saling terhubung antara dunia maya (*cyberspace*) dan dunia nyata (*physical space*) (UNWTO, 2023).

Konsep *Homestay 5.0* yang diperkenalkan oleh Pemerintah Jepang dan diadaptasi oleh berbagai sektor di Indonesia, menekankan pentingnya sinergi antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan. Dalam konteks pariwisata, *Homestay 5.0* mengacu pada sistem pengelolaan *Homestay* yang tidak hanya memanfaatkan teknologi digital, tetapi juga memperkuat identitas lokal sebagai diferensiasi pasar. Transformasi ini menjadi penting di tengah kompetisi pariwisata global. Wisatawan masa kini menginginkan pengalaman yang tidak hanya nyaman, tetapi juga bermakna interaksi dengan masyarakat, pembelajaran budaya, serta keterlibatan dalam aktivitas lokal. Melalui pendekatan *Homestay 5.0*, digitalisasi digunakan bukan untuk menggantikan kearifan lokal, melainkan untuk menyalurkannya dalam format yang lebih luas dan menarik.

Hasil *focus group discussion* (FGD) bersama pengelola *homestay* dan masyarakat Kampung Tajur mengidentifikasi tiga permasalahan utama: (1) Layanan *homestay* belum memenuhi standar pariwisata pasca pandemi, yaitu mengenai kebersihan dapur, kamar mandi, kurang atensi pada saat *check-in*, dan belum ada buku penerimaan tamu; (2) Rendahnya pemanfaatan media digital untuk promosi *homestay* (Terdapat 42 pengelola *homestay*, diantaranya yang sudah memanfaatkan media digital belum separuhnya, sekitar 25%).

dan produk wisata; 3) Potensi lokal seperti kesenian, kerajinan bambu, dan kuliner tradisional belum dikemas menjadi produk wisata edukatif yang menarik bagi wisatawan; (4) Kondisi tersebut memperkuat perlunya intervensi akademisi melalui kegiatan PkM yang berorientasi pada pemberdayaan, inovasi, dan keberlanjutan pariwisata berbasis masyarakat.

Program ini bertujuan untuk: (1) Meningkatkan kualitas layanan *homestay* sesuai standar hospitality modern tanpa meninggalkan kearifan lokal; (2) Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran; (3) Mengembangkan paket wisata edukatif berbasis potensi lokal yang bernilai ekonomi dan budaya;

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Action Research*), di mana masyarakat berperan aktif sebagai subjek sekaligus mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dianggap paling relevan untuk membangun kemandirian, rasa memiliki, serta keberlanjutan program.

Desain kegiatan berfokus pada konsep Homestay 5.0, yaitu integrasi antara teknologi digital dan kearifan lokal dalam pengelolaan *homestay*. Secara umum, kegiatan dilaksanakan dalam lima tahap utama sebagai berikut: (1) Sosialisasi dan *Forum Group Discussion (FGD)*; (2) Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas; (3) Pendampingan Penerapan Teknologi; (4) Monitoring dan Evaluasi; (5) Keberlanjutan Program dan Pembentukan Kelompok Kerja (Pokja).

Secara lengkap tahapan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:

**Tahapan Program PkM Homestay 5.0 Kampung Tajur**



**Gambar 1.** Diagram Tahapan Program PkM Homestay 5.0 Kampung Tajur  
(Sumber : Penulis, 2025)

Tahapan tersebut saling terintegrasi dan dirancang untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan dalam masyarakat. Pada tahap pertama, fokus utama adalah membangun komunikasi awal yang efektif dengan para pemangku kepentingan dan melakukan asesmen kebutuhan yang mendalam, guna memahami tantangan dan peluang yang ada. Tahap kedua lebih menekankan pada peningkatan keterampilan teknis yang relevan, dengan memberikan pelatihan yang mendalam agar peserta dapat menguasai kompetensi yang diperlukan untuk menghadapi tuntutan pasar dan perkembangan industri. Selanjutnya, pada tahap ketiga hingga kelima, upaya dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pelatihan tidak hanya dipahami, tetapi juga diterapkan secara langsung dan berkelanjutan dalam masyarakat. Proses ini termasuk dalam langkah-langkah yang mendukung perubahan yang nyata, baik secara individu maupun komunitas. Pelaksanaan Kegiatan meliputi:

### **Sosialisasi dan FGD**

Tahap awal berupa sosialisasi program kepada tokoh masyarakat, ketua RT, dan pengelola *homestay*. Kegiatan dilakukan di Balai Desa Kampung Tajur dengan melibatkan sekitar 30 peserta dari berbagai unsur masyarakat. Melalui FGD, diperoleh pemetaan potensi, kendala, dan prioritas pengembangan desa wisata. Dari hasil diskusi, ditemukan bahwa hanya sekitar 25% pengelola *homestay* yang sudah memiliki akun media sosial aktif seperti Instagram dan Facebook, dan belum ada sistem promosi digital yang terintegrasi. Temuan ini menjadi dasar perancangan modul pelatihan yang relevan dan berbasis kebutuhan mitra.

### **Pelatihan Layanan Prima Berbasis Kearifan Lokal**

Pelatihan ini dilaksanakan selama dua hari dengan 20 peserta yang terdiri dari pengelola *homestay* dan ibu rumah tangga. Materi pelatihan meliputi prinsip dasar *hospitality*, komunikasi efektif, serta penerapan nilai-nilai budaya Sunda dalam pelayanan tamu. Peserta juga dilatih menyusun *Standar Operasional Prosedur* (SOP) sederhana untuk meningkatkan konsistensi pelayanan. SOP ini mencakup aspek: (1) Proses reservasi dan penyambutan tamu; (2) Penyajian makanan tradisional; (3) Pengelolaan kebersihan kamar; (4) Penggunaan sapaan dan perilaku ramah khas budaya Sunda. Hasilnya, peserta memiliki pemahaman baru bahwa pelayanan prima tidak hanya berbasis keramahan, tetapi juga pada ketepatan prosedur dan konsistensi pengalaman tamu.

### **Pelatihan Digital Marketing**

Pelatihan ini difokuskan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam promosi daring (*online marketing*). Materi mencakup strategi pembuatan konten kreatif dengan peralatan sederhana seperti ponsel, *tripod*, dan *ring light*. Peserta belajar cara: (1) Mengambil foto dan video promosi dengan pencahayaan alami; (2) Menulis *caption* yang menarik menggunakan pendekatan *storytelling* lokal; (3) Mengunggah konten ke media sosial seperti Instagram dan *TikTok* dengan tagar kampanye #HomestayTajur dan #VisitPurwakarta. Sebagian peserta berhasil membuat video promosi berdurasi 30–60 detik yang kemudian diunggah ke akun resmi desa wisata. Video tersebut memperlihatkan suasana *homestay*, proses memasak makanan tradisional, dan interaksi tamu dengan masyarakat lokal.

## **Pengemasan Paket Eduwisata**

Tahapan selanjutnya adalah *workshop* pengembangan produk wisata edukatif (eduwisata). Peserta dibagi menjadi tiga kelompok dan masing-masing kelompok merancang satu paket wisata unggulan berdasarkan potensi lokal Kampung Tajur, yaitu: (1) Wisata pertanian tradisional, wisatawan diajak belajar menanam padi dan membuat gula aren; (2) *Workshop* kerajinan *bamboo*, wisatawan belajar membuat anyaman bambu khas Tajur; (3) Kelas kuliner sunda, wisatawan belajar memasak nasi liwet dan sambal terasi menggunakan alat tradisional; (4) Ketiga paket ini diuji coba secara langsung oleh peserta melalui simulasi aktivitas wisata yang melibatkan peran sebagai pemandu, tamu, dan pengelola.

## **Pendampingan dan Evaluasi**

Pendampingan dilakukan selama dua bulan setelah pelatihan melalui kunjungan lapangan, pendampingan daring (*via WhatsApp Group*), dan sesi *coaching clinic*. Evaluasi dilakukan dengan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta dalam empat aspek utama: layanan prima, promosi digital, pengemasan produk wisata, dan komunikasi tamu.

## **Penerapan Teknologi Tepat Guna**

Sebagai tindak lanjut dari pelatihan digital *marketing*, tim pengabdi membantu masyarakat dalam mengimplementasikan *QR Code Homestay 5.0*, yang berfungsi sebagai media promosi terpadu. Setiap *QR Code* berisi tautan ke profil homestay, galeri foto, video promosi, dan lokasi di *Google Maps*. Selain itu, dibuat pula papan informasi wisata dan papan petunjuk arah menuju area atraksi seperti sawah edukasi, area kuliner, dan pusat kerajinan. Inovasi sederhana ini meningkatkan kemudahan akses informasi bagi wisatawan dan memperkuat citra profesional Kampung Tajur sebagai desa wisata digital berbasis kearifan lokal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan Pendampingan Transformasi *Homestay 5.0* di Kampung Tajur berjalan selama empat bulan (Maret–Juli 2025), melibatkan 3 dosen, 4 mahasiswa pendamping, dan 25 peserta masyarakat lokal. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara luring di Balai Desa dan beberapa *homestay* mitra. Pelaksanaan berjalan dengan antusiasme tinggi dari masyarakat. Hal ini tercermin dari tingkat kehadiran peserta yang mencapai 95% selama sesi pelatihan dan pendampingan. Peserta menunjukkan motivasi kuat karena melihat langsung peluang ekonomi yang muncul dari meningkatnya kunjungan wisatawan pasca-COVID-19.

Foto ini memperlihatkan momen kebersamaan antara tim dosen dari Institut Pariwisata Trisakti dengan peserta pelatihan dalam kegiatan Pendampingan Transformasi *Homestay 5.0*. Pendampingan dan Pelatihan ini mencakup topik layanan prima, strategi digital marketing, serta pengemasan paket eduwisata berbasis kearifan lokal. Dalam foto tampak peserta menunjukkan antusiasme tinggi saat sesi foto bersama di depan spanduk kegiatan, yang menjadi simbol kolaborasi antara akademisi dan masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan identitas kolektif sebagai pelaku desa wisata.



**Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Masyarakat**  
Sumber: Dokumentasi PKM (2025)

### Peningkatan Kompetensi Layanan Homestay

Sebelum program dijalankan, sebagian besar pengelola *homestay* di Kampung Tajur belum memahami standar layanan berbasis pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan observasi awal, pelayanan masih bersifat informal *hospitality* — lebih didasarkan pada keramahan alami warga tanpa prosedur baku. Setelah pelatihan dan pendampingan, terjadi perubahan nyata dalam pola pikir dan perilaku pelayanan. Peserta mulai menerapkan SOP sederhana yang telah disusun bersama, seperti penggunaan welcome drink lokal (wedang jahe Tajur), penyambutan tamu dengan salam Sunda “Wilujeng Sumping”, serta menjaga kebersihan kamar secara rutin. Dampak yang tampak dalam dua bulan pascapelatihan antara lain: (1) 90% *homestay* sudah menempelkan daftar SOP layanan di ruang tamu; (2) 80% pengelola mulai menyediakan buku tamu dan form umpan balik; (3) 75% telah memperbarui interior kamar sesuai standar kebersihan pariwisata; (4) Perubahan ini menunjukkan peningkatan profesionalisme pengelolaan *homestay* yang tetap menjaga nuansa lokal.m“Sekarang kami merasa seperti ‘hotel kecil’ tapi tetap dengan keramahan orang desa,”ujar Ibu Rini, salah satu pengelola *homestay* yang mengikuti program.

### Implementasi Digital Marketing

Peningkatan keterampilan digital merupakan salah satu hasil paling menonjol dari kegiatan ini. Sebelumnya, masyarakat masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut. Setelah pelatihan, peserta mampu memanfaatkan media sosial sebagai kanal pemasaran utama. Sebagian peserta berhasil membuat akun Instagram untuk *homestay* mereka, mengunggah foto aktivitas wisata, dan bahkan membuat video *reels* berdurasi 30–60 detik yang memperlihatkan pengalaman autentik wisatawan selama menginap.

Video-video tersebut kemudian ditautkan melalui QR Code Homestay 5.0, yang dipasang di papan informasi dan area publik. Data hasil monitoring menunjukkan: (1) 10 *homestay* kini aktif di *Instagram* dan *Tiktok* dengan total peningkatan kunjungan profil sebesar 270% dalam satu bulan; (2) 5 video promosi berhasil ditampilkan di kanal *YouTube* Desa Wisata Tajur, dengan total 2.100 penayangan dalam 3 minggu dan terdapat peningkatan 35% jumlah reservasi melalui direct message (DM) dan *WhatsApp* bisnis setelah publikasi digital dilakukan. Penerapan teknologi digital ini bukan hanya

memperluas jangkauan promosi, tetapi juga memperkuat kepercayaan wisatawan terhadap profesionalitas desa wisata.



**Gambar 3.** Tampilan QR Code dan Konten Promosi Digital Homestay Tajur  
(Sumber : Penulis, 2025)

### Pengemasan aket Eduwisata Berbasis Kearifan Lokal

Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa masyarakat Kampung Tajur mampu mengemas potensi lokal menjadi paket wisata edukatif yang berdaya jual. Tiga produk unggulan yang dikembangkan memiliki ciri khas unik: (1) Paket wisata pertanian tradisional, wisatawan diajak mengikuti aktivitas menanam padi, membuat pupuk organik, dan belajar memanen sayur, sehingga terlihat nilai edukatifnya terletak pada pelestarian praktik pertanian tradisional ramah lingkungan; (2) Workshop kerajinan bamboo, peserta pelatihan berhasil membuat sesi 90 menit yang mengajarkan wisatawan cara membuat anyaman bambu sederhana seperti boboko (tempat nasi), sehingga hasil kerajinan dijual sebagai souvenir; (3) Kelas kuliner Sunda, wisatawan diajak memasak nasi liwet dan sambal terasi khas Tajur dengan alat tradisional. Aktivitas ini dinilai paling menarik bagi wisatawan keluarga dan pelajar.

Promosi paket eduwisata dilakukan secara terintegrasi dengan *homestay*, di mana paket yang ditawarkan mencakup kegiatan edukasi, konsumsi, serta fasilitas menginap. Integrasi ini memberikan nilai tambah bagi calon pengguna jasa, khususnya institusi pendidikan, karena memperoleh layanan terpadu dalam satu paket. Selain itu, promosi juga dilakukan secara fleksibel oleh masing-masing pengelola *homestay* melalui jejaring sekolah dan komunitas pendidikan, sehingga memperluas jangkauan pemasaran.

Hasil dari strategi promosi dan pengembangan paket eduwisata tersebut menunjukkan dampak yang positif. Paket eduwisata yang telah dikembangkan berhasil menarik minat dan mendatangkan tiga sekolah sebagai pengguna jasa program eduwisata. Ketiga paket tersebut tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Selama periode uji coba (Mei-Juli 2025), tercatat 83 peserta wisata edukatif dari tiga sekolah dan dua komunitas pecinta alam yang mengikuti kegiatan tersebut. "Anak-anak jadi tahu cara menanam padi dan membuat gula aren. Mereka antusias sekali," tutur Pak Ayep, Ketua RT Kampung Tajur.

Hal ini menunjukkan bahwa pengemasan paket eduwisata yang terstruktur, dikombinasikan dengan strategi promosi digital dan integrasi layanan *homestay*, mampu meningkatkan daya tarik serta kepercayaan institusi pendidikan terhadap program eduwisata berbasis masyarakat.

### Pembentukan Kelompok Kerja

Kegiatan ini terbentuk kelompok kerja (Pokja *Homestay 5.0*) yang terdiri dari 10 orang penggerak utama. Selain itu kegiatan ini mendorong tumbuhnya rasa percaya diri dan kemandirian masyarakat. Ibu rumah tangga yang semula pasif kini berani tampil

menjadi pemandu wisata dan fasilitator pelatihan kuliner. Semangat kebersamaan meningkat karena masyarakat merasa memiliki peran langsung dalam kemajuan desa wisata. "Sekarang kami tidak menunggu bantuan datang, tapi sudah bisa mulai dari diri sendiri," ujar salah satu peserta pelatihan. berdampak luas terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dari hasil wawancara dan observasi, terdapat beberapa perubahan positif. Dampak sosial kegiatan ini adalah terjadi peningkatan rasa percaya diri masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, dalam berkomunikasi dengan wisatawan. Muncul kesadaran kolektif akan pentingnya kerja sama antar homestay untuk promosi bersama.

Dampak ekonomi kegiatan ini adalah omzet rata-rata homestay meningkat 20–30% dalam dua bulan pertama setelah promosi digital berjalan. Produk kuliner lokal seperti keripik pisang dan madu aren mengalami peningkatan penjualan hingga 40%. Dua pengelola homestay mulai menerima tamu dari lembaga pendidikan dan perusahaan yang melakukan outing di Kampung Tajur. Selain itu kegiatan ini menstimulasi perputaran pendapatan lokal. Pengelola homestay melaporkan adanya peningkatan rata-rata pendapatan 20–30% dari aktivitas wisata edukatif dan penjualan produk lokal. Selain itu, kerja sama dengan lembaga pendidikan membuka peluang kunjungan rutin, menciptakan pasar yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Masyarakat mulai mengadopsi praktik *eco-hospitality*, seperti pengurangan sampah plastik dan penggunaan bahan alami. Kampung Tajur kini memiliki brand image baru sebagai "Desa Wisata Hijau dan Digital". Masyarakat berhasil mengadopsi inovasi digital melalui penggunaan *QR Code*, pembuatan konten promosi, dan pengelolaan akun media sosial. Teknologi tidak lagi dianggap sulit, melainkan bagian dari kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan semangat *homestay 5.0* yaitu menjadikan teknologi sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Keberlanjutan program terlihat dari terbentuknya Kelompok Kerja (Pokja *Homestay 5.0*) yang beranggotakan 10 orang penggerak utama. Kelompok ini berfungsi sebagai wadah koordinasi, perencanaan kegiatan, dan promosi bersama. Mereka telah menyusun agenda tindak lanjut seperti "Festival Eduwisata Tajur 2025" yang direncanakan menjadi agenda tahunan desa wisata.

## Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan selama dua bulan setelah pelatihan untuk memastikan bahwa peserta dapat mengimplementasikan materi yang telah dipelajari dalam kegiatan sehari-hari. Pendampingan ini dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk kunjungan lapangan untuk memberikan pemahaman langsung dan melihat aplikasi nyata di lapangan, pendampingan daring melalui *WhatsApp Group* yang memungkinkan komunikasi dan diskusi yang kontinu, serta sesi *coaching clinic* untuk memberikan bimbingan lebih mendalam terkait tantangan yang dihadapi peserta. Evaluasi dilakukan dengan metode pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan kemampuan peserta dalam empat aspek utama yang menjadi fokus pelatihan, yaitu layanan prima, promosi digital, pengemasan produk wisata, dan komunikasi tamu.

Berikut adalah hasil evaluasi pelatihan yang menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh aspek kompetensi peserta:

**Tabel 1.** Hasil Evaluasi Peningkatan Kapasitas Peserta Pelatihan Homestay 5.0 Kampung Tajur

Aspek yang Dinilai	Sebelum Pelatihan (%)	Sesudah Pelatihan (%)	Peningkatan (%)
Pemahaman Layanan Prima	60	85	+25
Keterampilan Promosi Digital	50	82	+32
Kemampuan Mengemas Paket Wisata	40	85	+45
Kemampuan Komunikasi & Hospitality	50	90	+40

(Sumber: Data hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan (2025)

Hasil evaluasi tersebut menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada semua aspek kompetensi yang diukur. Peningkatan rata-rata sebesar 42,5% ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang dilaksanakan berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta secara substansial. Temuan ini juga membuktikan efektivitas dari pendekatan partisipatif dan *Learning By Doing* yang diterapkan dalam kegiatan pelatihan, di mana peserta tidak hanya memperoleh teori tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan. Selain itu, antusiasme peserta yang tinggi untuk melanjutkan kegiatan serupa secara mandiri di masa depan menunjukkan keberhasilan program ini dalam membangun komitmen Jangka Panjang, seperti, pengembangan paket eduwisata tidak hanya diarahkan untuk menjangkau wisatawan domestik, tetapi juga diproyeksikan untuk memperluas pasar hingga wisatawan mancanegara. Strategi ini didasarkan pada karakteristik paket eduwisata yang mengangkat keunikan kehidupan desa, kearifan lokal, serta pengalaman unik yang memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan asing. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal, partisipasi dalam aktivitas budaya, serta pengalaman tinggal di *homestay* menjadi bentuk experiential tourism yang semakin diminati oleh wisatawan mancanegara.

## Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menerapkan pendekatan *learning by doing*, yaitu metode pembelajaran yang menekankan pada keterlibatan aktif peserta melalui praktik langsung dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena dianggap efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan sikap peserta secara berkelanjutan, khususnya dalam pengembangan layanan homestay dan paket eduwisata berbasis kearifan lokal. Melalui pendekatan learning by doing, peserta tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, tetapi juga langsung mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh, mulai dari identifikasi potensi lokal, perancangan paket eduwisata, simulasi pelayanan wisata, hingga praktik promosi dan pemasaran secara digital. Proses pembelajaran berlangsung secara kontekstual sesuai dengan kondisi nyata di lapangan, sehingga peserta mampu memahami permasalahan yang dihadapi sekaligus merumuskan solusi yang aplikatif.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Hendradewi, Mustika, & Habibie (2022) yang menegaskan bahwa pengelolaan homestay berbasis budaya lokal memiliki dampak kuat terhadap keberlanjutan destinasi. Selain itu, penerapan promosi digital terbukti memperluas jangkauan pasar seperti dijelaskan oleh Andari et al. (2020) bahwa storytelling digital merupakan strategi efektif dalam meningkatkan daya tarik wisata berbasis komunitas. Kegiatan ini juga memperlihatkan relevansi nyata konsep Society 5.0 di sektor pariwisata: teknologi menjadi alat pemberdayaan, bukan sekadar tren digital. Pendekatan partisipatif yang digunakan menjadikan masyarakat bukan sekadar objek, tetapi subjek aktif yang menciptakan inovasi lokal berdaya saing tinggi.

Dari sisi akademik, kegiatan ini memperkuat literatur tentang integrasi teknologi dan kearifan lokal dalam pariwisata berkelanjutan. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan Homestay 5.0 tidak hanya meningkatkan efisiensi manajemen, tetapi juga memperkuat identitas budaya. Temuan ini konsisten dengan penelitian Mustika & Habibie (2017) yang menyebutkan bahwa *homestay* berperan penting dalam penyebaran nilai-nilai budaya lokal kepada wisatawan. Secara praktis, program ini membuktikan bahwa pengabdian masyarakat berbasis riset dapat menjadi katalis perubahan sosial. Pendekatan *learning by doing* terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan masyarakat, khususnya dalam bidang pelayanan dan promosi digital. Kolaborasi antara akademisi dan masyarakat menghasilkan inovasi nyata yang dapat direplikasi di desa wisata lain di Indonesia.

## SIMPULAN

Program pendampingan transformasi *homestay 5.0* di Kampung Tajur, Purwakarta, berhasil mencapai tujuan utama pengabdian yaitu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan homestay yang profesional, adaptif, dan berbasis kearifan lokal. Melalui pelatihan layanan prima, digital *marketing*, dan pengemasan paket eduwisata, masyarakat menunjukkan kemajuan signifikan baik dalam aspek keterampilan maupun perubahan mindset. Inovasi berupa *QR Code*, papan informasi, dan video promosi berhasil memperkuat identitas digital Kampung Tajur sebagai desa wisata budaya yang bertransformasi menuju era digital. Penerapan teknologi yang berpadu dengan nilai-nilai lokal membuktikan bahwa kemajuan dan tradisi dapat berjalan beriringan.

Dengan demikian, model *Homestay 5.0* layak dijadikan acuan dalam pengembangan homestay lain di Indonesia yang mengedepankan prinsip *human-centered tourism innovation* (inovasi yang berfokus pada manusia, budaya, dan keberlanjutan). Saran dari penelitian ini adalah: (1) Pelatihan lanjutan untuk generasi muda, perlu diadakan pelatihan berkelanjutan khusus bagi pemuda desa agar menjadi pelaku utama dalam pengelolaan promosi digital dan inovasi wisata; (2) Kolaborasi multipihak, pemerintah daerah, akademisi, dan sektor swasta perlu membangun jejaring kerja sama untuk memperluas promosi dan pendanaan kegiatan desa wisata; (3) Replikasi model ke desa lain, pendekatan *Homestay 5.0* dapat dijadikan model replikasi untuk desa wisata lain yang memiliki potensi serupa, khususnya dalam menggabungkan kearifan lokal dan teknologi digital; (4) Evaluasi dan dokumentasi berkelanjutan, diperlukan sistem evaluasi tahunan dan publikasi hasil kegiatan agar dampak program dapat terus dipantau dan menjadi referensi akademik nasional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas pemberian Hibah PKM ini, yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Institut Pariwisata yang senantiasa mendukung implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dan turut berperan aktif dalam keberhasilan Hibah PKM ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Pengelola *Homestay* di Kampung Tajur, sebagai mitra yang telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini. Semoga kolaborasi ini dapat terus memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, S. (2019). Penanaman nilai-nilai kearifan lokal dalam meningkatkan perilaku keberagamaan peserta didik. *Atthalab Islamic Religion Teaching and Learning Journal*, 2(2), 69–93. <https://doi.org/10.15575/ath.v2i2.3391>
- Andari, R., Supartha, I. W. G., Riana, I. G., & Sukawati, T. G. R. (2020). Exploring the values of local wisdom as sustainable tourism attractions. *International Journal of Social Science and Business*, 4(4), 489–498. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i4.29178>
- Art, N. L. (2018). Integrating local wisdom and folkway to develop learning activities for homestays in Taling Chan District, Bangkok. *IRES International Conference, Warsaw, Poland*, 16–17, 56–58.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pariwisata Indonesia 2024: Tren kunjungan dan akomodasi berbasis komunitas*. BPS.
- Budiman, S. F., & Ningrum, L. (2019). Homestay in rural tourism: Is it attractive for urban communities in Indonesia? *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(11). Retrieved from [www.ijisrt.com](http://www.ijisrt.com)
- Chinwong, D., Charaj, P., Panitsupakamol, P., Chankaew, T., Chinwong, S., & Saenjum, C. (2021). Local wisdom of miang lifestyle and community for sustainable development in Northern Thailand. *Sustainability*, 13(13), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su13137381>
- Hendradewi, S., Mustika, A., & HH, F. (2022). *Sustainable homestay management in Kampung Tajur, Purwakarta* (Vol. 1, No. December). Routledge.
- Hasanah, R. (2019). Kearifan lokal sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Sade Kabupaten Lombok Tengah. *DESKOVI Art and Design Journal*, 2(1), 45. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v2i1.409>
- Heryati, H., & Abdul, N. N. (2014). Kearifan lokal pada arsitektur vernakular Gorontalo: Tinjauan pada aspek budaya dan nilai-nilai Islam. *El-Harakah*, 16(2), 151. <https://doi.org/10.18860/el.v16i2.2774>
- Hidayana, F. F., Suryawardani, I. G. A. O., & Wiranatha, A. S. (2019). The influence of tourists' motivation on intention to revisit at the traditional village of Prai Ijing, Waikabubak, West Sumba, East Nusa Tenggara. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 303. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53750>
- Kurniawan, M. A., & Meytasari, C. (2019). Kajian nilai-nilai kearifan lokal pada arsitektur hotel bintang dan hunian vertikal di kawasan cagar budaya Yogyakarta. *INERSIA: Informasi dan Eksposisi Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.21831/inersia.v15i1.24863>
- Linda, R. B., Mustika, A., & Irfal. (2021). Persepsi guru dan dosen tentang homestay dalam melakukan kegiatan wisata edukasi sekolah. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Bidang Pariwisata*, 1(1), 8–13.
- Maulana, A., Sudana, I., & Wijaya, N. (2020). Analisis pola perjalanan dan aktivitas wisatawan milenial mancanegara ke Desa Pecatu, Badung. *Jurnal IPTA*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p01>
- Muhtadin, I., Susilahati, S., & Santoso, G. (2023). Transformation work discipline, leadership style, and employees performance based on 21st century. *EAI Proceedings*. <https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2022.2335931>
- Mustika, A. (2020). Homestay dan penginapan. In M. A. Sutiarso (Ed.), *Manajemen pariwisata (sebuah tinjauan teori dan praktis)* (Cet. ke-Pe). Widina.
- Mustika, A., & Aditya, M. K. (2018). SWOT analysis of rural tourism development: Case study of Kampung Tajur, Purwakarta. *Atlantis Press*, 52(CTGTD), 19–28. <https://doi.org/10.2991/ictgtd-18.2018.3>

- Mustika, A., & Habibie, F. (2017). Homestay management programmes in the area of new tourism destination in Petak Village, Pacet. *Atlantis Press*, 28(ICTGTD 2016), 12–15. <https://doi.org/10.2991/ictgtd-16.2017.2>
- Mustika, A., Nurbaeti, S., Mariati, S., & Habibie, F. H. (2023). *Sustainable tourism village development: Does local wisdom influence tourists' decision to re-stay at Borobudur's homestay, Magelang?* (No. TGDIC). Atlantis Press International BV.
- Nur, S. A., Mahya, A. F. P., & Santoso, G. (2022). Revolusi pendidikan di era society 5.0: Pembelajaran, tantangan, peluang, akses, dan keterampilan teknologi. *Jurnal Pendidikan Transformasi*, 1, 18–28.
- Nurbaeti, A., Mustika, A., Djati, S., Husain, F., & Nasution, D. (2022). Homestay management: Absorption of local culture at homestay services in the Ngaran II Hamlet, Borobudur Area, Magelang. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 7(7), 1016–1020.
- Nuryanto, N. N., Surasetja, I., & Ahdiat, D. (2020). Design of the Tajur Kahuripan Tourism Village in Purwakarta District, West Java Province with the inspiration Sundanese traditional of architecture. *Journal of Architectural Research and Education*, 2(2), 144–155. <https://doi.org/10.17509/jare.v2i2.30287>
- Undri. (2016). Kearifan lokal masyarakat dalam pengelolaan hutan di Desa Tabala Jaya Kecamatan Banyuasin II Kabupaten Banyuasin Propinsi Sumatera Selatan (The society local wisdom in forest management in Tabala Jaya Village, Banyuasin II, Banyuasin District, South Sumatra). *Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 2(1), 308–323. Retrieved from
- United Nations World Tourism Organization. (2023). *Tourism data dashboard: Global tourism recovery trends post COVID-19*. Madrid: UNWTO. Retrieved from
- Wahyuni, R. B., & F. F. P. (2020). Homestay development with ASEAN homestay standard approach in Nglanggeran Tourism Village, Yogyakarta, Indonesia. *Atlantis Press*, 111(ICOBOROT 2018), 30–36. <https://doi.org/10.2991/icoborot-18.2019.5>
- Widyaningsih, H. (2020). Pengembangan pengelolaan homestay dalam mendukung Desa Wisata Diro Sendangmulyo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11(1), 9–15.