



Pemberdayaan Masyarakat Desa Margodadi Sleman melalui Transformasi Digital Potensi Budaya dan Kearifan Lokal untuk Mendorong Ekowisata Berkelanjutan

Empowering the Margodadi Village Community in Sleman through the Digital Transformation of Cultural Potential and Local Wisdom to Promote Sustainable Ecotourism

Suwarna^{1*}, Caesar Rosyad Achmadi², Arief Nurrahman³, Agatha Saputri⁴,
Muhammad Harfiansyah Makarim⁵, R. Andro Zylío Nugraha⁶, Eko Gunawan⁷

^{1,7}Pendidikan Bahasa Daerah, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

^{2,5}Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

^{3,4}Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

⁶Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: suwarnadr@uny.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 25 Agustus 2026;

Revisi: 15 September 2026;

Diterima: 28 September 2026;

Terbit: 02 Oktober 2026

Keywords:

Community
Empowerment; Culture; Digital
Transformation; Ecotourism; Local
Wisdom.

Abstract: Margodadi Village, Sleman Regency, has cultural, agricultural, culinary, and natural resources with strong potential for community-based ecotourism. These resources include agricultural education, cultural practices, wayang suket (grass puppet) crafting, local cuisine, and river tubing. However, their development is constrained by limited human resource capacity in culture-based tourism services, suboptimal MSME financial management, limited digital marketing strategies, and insufficient integration of digital technology for cultural education and promotion. This community service program aims to strengthen community capacity in managing cultural potential and local wisdom, improve tourism service standards based on Javanese etiquette (unggah-ungguh), enhance MSME financial management and digital marketing skills, and develop interactive educational media using Augmented Reality (AR). The program employed a Participatory Action Research (PAR) approach through five stages: outreach and initial mapping, hands-on training, technology implementation, mentoring and evaluation, and sustainability strategy development. Cultural service capacity was evaluated through pre- and post-training assessments using nine indicators grouped into the ILAT, ULAH, and ULAT dimensions across three community groups. The results showed an increase in the average score from 75.09 before training to 86.88 after training, representing an improvement of 11.79 points or 15.70%. The program also strengthened digital bookkeeping for MSMEs, developed AR-based media for local cuisine, enhanced digital branding, optimized websites, and established a digital promotion system. These outcomes demonstrate that integrating human capacity building, cultural preservation, business governance, and digital technology provides a relevant empowerment approach for supporting sustainable community-based ecotourism and strengthening community participation in managing local tourism resources over time and local ownership.

Abstrak

Desa Margodadi, Kabupaten Sleman, memiliki potensi budaya, pertanian, kuliner lokal, dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi ekowisata berbasis masyarakat. Potensi tersebut meliputi kegiatan edukasi pertanian, praktik budaya, pembuatan wayang suket, kuliner lokal, serta kegiatan river tubing. Namun, pemanfaatan potensi tersebut masih menghadapi berbagai kendala, terutama keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam pelayanan wisata berbasis budaya, belum optimalnya pengelolaan keuangan UMKM, keterbatasan strategi pemasaran digital, serta belum terintegrasinya teknologi digital sebagai media edukasi dan promosi budaya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam

mengelola potensi budaya dan kearifan lokal, memperkuat standar pelayanan wisata berbasis unggah-ungguh Jawa, meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dan pemasaran digital UMKM, serta mengembangkan media edukasi interaktif berbasis *Augmented Reality* (AR). Program dilaksanakan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan sosialisasi dan pemetaan awal, pelatihan berbasis praktik, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta perumusan strategi keberlanjutan. Evaluasi peningkatan kapasitas pelayanan budaya dilakukan melalui penilaian sebelum dan sesudah pelatihan terhadap sembilan indikator yang dikelompokkan ke dalam dimensi ILAT, ULAH, dan ULAT pada tiga kelompok. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rerata skor dari 75,09 sebelum pelatihan menjadi 86,88 setelah pelatihan, atau meningkat sebesar 11,79 poin (15,70%). Selain meningkatkan kapasitas pelayanan budaya, program ini menghasilkan penguatan pembukuan digital UMKM, pengembangan media AR untuk kuliner lokal, penguatan branding digital, optimalisasi situs web, serta pengembangan sistem promosi digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa integrasi penguatan kapasitas sumber daya manusia, pelestarian budaya, tata kelola usaha, dan teknologi digital merupakan pendekatan pemberdayaan yang relevan untuk mendukung pengembangan ekowisata berbasis masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Budaya; Ekowisata; Kearifan Lokal; Pemberdayaan Masyarakat; Transformasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat semakin relevan dalam konteks pembangunan ekonomi lokal karena mampu menghubungkan potensi wilayah, aktivitas ekonomi produktif, pelestarian budaya, dan keterlibatan masyarakat dalam satu ekosistem pembangunan. Desa wisata tidak hanya dipandang sebagai destinasi untuk menarik wisatawan, tetapi juga sebagai ruang pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan. Dalam konteks Kabupaten Sleman, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki posisi penting dalam mendukung aktivitas ekonomi daerah. Kondisi tersebut membuka peluang bagi desa-desa dengan karakteristik agraris dan kekayaan budaya untuk mengembangkan model wisata yang tidak semata-mata berorientasi pada jumlah kunjungan, tetapi juga pada pengalaman wisata, nilai edukasi, pelestarian budaya, dan penciptaan nilai ekonomi bagi masyarakat (Park & Widyanta, 2022).

Desa Margodadi, Kabupaten Sleman, merupakan salah satu wilayah yang memiliki kombinasi potensi pertanian, budaya, kuliner, dan sumber daya alam. Karakteristik wilayah berupa lanskap pedesaan, lahan pertanian produktif, serta aliran sungai telah mendukung berkembangnya aktivitas wisata berbasis masyarakat. Potensi tersebut diperkaya oleh praktik budaya dan kearifan lokal, antara lain aktivitas menanam padi, membajak sawah, pembuatan wayang suket, kuliner berbasis pangan lokal, serta kegiatan river tubing. Kombinasi potensi tersebut membentuk karakter wisata edukatif berbasis pengalaman atau *experiential tourism*, dengan segmen pengunjung antara lain keluarga, pelajar, dan komunitas.

Keunggulan utama Desa Margodadi terletak pada kemampuan menggabungkan pengalaman wisata dengan budaya lokal. Aktivitas wisata tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memungkinkan pengunjung memperoleh pengalaman langsung mengenai kehidupan masyarakat pedesaan, pertanian, budaya, dan kuliner lokal. Pendekatan semacam

ini memiliki peluang untuk membangun diferensiasi destinasi karena pengalaman yang ditawarkan bersumber dari karakter lokal yang relatif sulit direplikasi secara identik oleh destinasi lain. Pengembangan kuliner lokal juga memiliki posisi strategis karena makanan tidak hanya merupakan produk ekonomi, tetapi dapat menjadi media untuk menyampaikan sejarah, identitas, nilai sosial, dan filosofi masyarakat.

Meskipun memiliki potensi yang kuat, hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa pengelolaan potensi Desa Margodadi belum sepenuhnya terintegrasi dari hulu hingga hilir. Pemerintah Desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan pelaku UMKM telah menjalankan berbagai aktivitas wisata dan ekonomi produktif, tetapi tata kelolanya masih relatif sederhana. Kontribusi ekonomi dari aktivitas wisata juga belum stabil dan masih dipengaruhi oleh musim kunjungan. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya intervensi yang tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat, tata kelola usaha, kualitas pelayanan, dan kemampuan mengelola teknologi digital.

Pada aspek pelayanan wisata, salah satu persoalan utama adalah belum tersusunnya standar operasional pelayanan wisata yang mengintegrasikan nilai unggah-ungguh Jawa secara sistematis. Nilai tersebut sebenarnya memiliki potensi menjadi identitas pelayanan dan diferensiasi destinasi, tetapi belum sepenuhnya terinternalisasi oleh pengelola. Akibatnya, kekayaan budaya belum secara optimal diterjemahkan menjadi standar pelayanan yang dapat diterapkan secara konsisten. Padahal, interaksi antara pengelola dan wisatawan merupakan bagian penting dari pengalaman wisata, terutama dalam konteks wisata berbasis budaya (Sasongko *et al.*, 2025). Permasalahan juga ditemukan pada aspek manajemen usaha. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa lebih dari 70% pelaku usaha belum memisahkan pencatatan keuangan usaha dan rumah tangga, belum melakukan perhitungan biaya produksi secara rinci, serta belum menyusun arus kas dan analisis margin keuntungan secara sistematis. Penetapan harga produk kuliner dan paket wisata juga masih banyak dilakukan berdasarkan perkiraan atau kesepakatan internal. Kondisi ini dapat membatasi kemampuan pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja, merencanakan investasi kembali, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan (Rukmiyati *et al.*, 2023).

Pada aspek pemasaran, Desa Margodadi telah memiliki media sosial dan website, tetapi pemanfaatannya belum sepenuhnya diarahkan pada strategi branding digital yang terintegrasi. Konten promosi masih cenderung bersifat informatif dan deskriptif serta belum secara optimal menggunakan *storytelling* budaya, optimasi mesin pencari, segmentasi pasar, dan analisis data. Ketidakterpaduan informasi dan sistem reservasi daring juga menjadi salah satu kendala dalam mengubah eksposur digital menjadi transaksi wisata. Permasalahan lainnya adalah belum

optimalnya pemanfaatan teknologi digital sebagai media edukasi budaya. Kekayaan kuliner lokal, misalnya, belum banyak dikemas dalam bentuk media interaktif yang mampu menjelaskan bahan baku, proses pembuatan, sejarah, dan nilai filosofis kepada wisatawan. Kondisi tersebut menjadi peluang untuk mengembangkan media berbasis *Augmented Reality* (AR) yang dapat diakses melalui telepon pintar. Teknologi AR dapat digunakan bukan hanya sebagai instrumen promosi, tetapi juga sebagai media interpretasi budaya yang mempertemukan pengalaman fisik wisata dengan informasi digital (He & Timothy, 2018).

Berdasarkan kondisi tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang untuk mengintegrasikan empat dimensi utama, yaitu penguatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan tata kelola usaha, penguatan pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi untuk edukasi budaya. Pendekatan ini berbeda dari intervensi yang hanya berfokus pada digitalisasi promosi karena transformasi digital ditempatkan sebagai instrumen untuk memperkuat identitas budaya dan nilai ekonomi masyarakat. Program menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses identifikasi masalah, perumusan solusi, implementasi, evaluasi, dan perbaikan. Dengan pendekatan tersebut, solusi yang dikembangkan diharapkan sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat serta memiliki peluang lebih besar untuk diterapkan setelah program selesai (Manaf *et al.*, 2018).

Secara khusus, kegiatan bertujuan untuk: (1) memperkuat kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi budaya dan kearifan lokal; (2) meningkatkan kapasitas pelayanan wisata melalui literasi unggah-ungguh Jawa; (3) meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam pencatatan dan perencanaan keuangan; (4) meningkatkan kemampuan digital marketing dan branding desa wisata; (5) mengembangkan media edukasi interaktif berbasis AR untuk memperkenalkan kuliner lokal; dan (6) membangun model pemberdayaan kolaboratif yang mendukung keberlanjutan ekowisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini tidak menempatkan transformasi digital sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai sarana untuk menghubungkan potensi budaya, kapasitas masyarakat, pengelolaan ekonomi, dan akses pasar. Integrasi tersebut diharapkan dapat memperkuat ekosistem ekowisata Desa Margodadi yang tidak hanya memiliki daya tarik bagi wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi bagi masyarakat lokal.

2. METODE

Pendekatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dihadapi masyarakat Desa Margodadi bersifat multidimensional, mencakup aspek pelayanan wisata, pelestarian budaya, manajemen usaha, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. PAR memungkinkan masyarakat berperan sebagai subjek dalam proses perubahan, bukan hanya sebagai penerima program (Soedarwo *et al.*, 2022).

Pelaksanaan kegiatan dirancang melalui siklus perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi. Hasil observasi dan evaluasi digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyesuaian terhadap kegiatan berikutnya. Dengan demikian, kegiatan tidak bersifat satu arah, tetapi membentuk proses pembelajaran bersama antara tim pengabdian dan masyarakat. Mitra kegiatan terdiri atas Pemerintah Desa Margodadi, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), dan pelaku UMKM. Pemerintah Desa berperan dalam koordinasi dan dukungan kelembagaan, Pokdarwis terlibat dalam pengelolaan kegiatan wisata, sedangkan pelaku UMKM menjadi mitra utama dalam penguatan manajemen usaha dan pemasaran.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama.

Tahap 1. Sosialisasi dan Pemetaan Awal

Tahap awal dilakukan melalui koordinasi dengan Pemerintah Desa, Pokdarwis, dan pelaku UMKM. Kegiatan diarahkan untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan program sekaligus memetakan kondisi aktual mitra.

Pemetaan dilakukan terhadap empat aspek utama, yaitu:

- a. Kapasitas pelayanan wisata dan literasi budaya;
- b. Manajemen dan perencanaan keuangan umkm;
- c. Pemasaran dan branding digital;
- d. Kesiapan pemanfaatan teknologi digital untuk edukasi dan promosi.

Hasil pemetaan menjadi dasar dalam menentukan prioritas intervensi serta bentuk pelatihan dan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Tahap 2. Pelatihan Berbasis Praktik

Pelatihan dilaksanakan secara aplikatif agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga mampu mempraktikkan materi yang diberikan. Materi pelatihan meliputi literasi unggah-ungguh Jawa, storytelling budaya, pelayanan wisata, manajemen keuangan sederhana, pencatatan transaksi digital, analisis biaya dan HPP, business

plan, digital marketing, content strategy, storytelling digital, serta pemanfaatan insight media sosial. Pada aspek budaya, pelatihan menggunakan simulasi dan role play. Peserta diberikan situasi pelayanan wisata kemudian diminta mempraktikkan cara berkomunikasi, memberikan informasi, membantu wisatawan, serta menunjukkan ekspresi pelayanan yang sesuai dengan standar budaya yang dikembangkan.



Gambar 1. Pelatihan literasi unggah-ungguh Jawa.

Tahap 3. Penerapan Teknologi dan Inovasi

Teknologi diterapkan pada dua area utama. Pertama, dikembangkan media edukasi berbasis AR untuk kuliner lokal. Media tersebut menggunakan QR Code yang terhubung dengan konten digital mengenai produk kuliner, termasuk bahan baku, proses pembuatan, sejarah, dan nilai filosofis. Teknologi dapat diakses melalui telepon pintar sehingga relatif mudah digunakan oleh masyarakat dan wisatawan. Kedua, dikembangkan sistem pembukuan digital sederhana bagi pelaku UMKM. Sistem tersebut diarahkan untuk membantu pencatatan transaksi, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, penyusunan arus kas, serta perhitungan HPP. Pada aspek pemasaran, teknologi diterapkan melalui optimalisasi website dan media sosial desa, penguatan identitas digital, penyusunan konten berbasis storytelling budaya, serta pengembangan sistem informasi dan reservasi daring (Asmoro *et al.*, 2021).

Tahap 4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan pengetahuan yang diperoleh dapat diterapkan dalam praktik. Tim memberikan asistensi secara langsung maupun daring sesuai kebutuhan mitra. Evaluasi kapasitas pelayanan budaya dilakukan melalui pengukuran pra dan pasca pelatihan. Instrumen penilaian mencakup sembilan indikator yang terbagi dalam tiga kelompok penilaian, yaitu ILAT, ULAH, dan ULAT. Setiap indikator dinilai

oleh empat penilai. Nilai rerata dihitung berdasarkan keseluruhan skor penilaian. Perubahan kapasitas dihitung dengan membandingkan rerata skor pra-pelatihan dan pasca-pelatihan.



Gambar 2. Pendampingan Desa Wisata.

Rumus peningkatan relatif digunakan sebagai berikut:

$$\text{Peningkatan (\%)} = [(\text{Skor pasca} - \text{Skor pra}) / \text{Skor pra}] \times 100\%$$

Selain evaluasi kuantitatif, proses pendampingan juga digunakan untuk mengidentifikasi kendala implementasi, tingkat adopsi teknologi, dan kebutuhan penyesuaian program.

Tahap 5. Strategi Keberlanjutan

Keberlanjutan program diarahkan melalui penguatan kelembagaan dan peningkatan kapasitas internal mitra. Pemerintah Desa dan Pokdarwis diharapkan menjadi pengelola utama keberlanjutan sistem promosi dan layanan wisata, sedangkan pelaku UMKM didorong untuk melanjutkan pencatatan keuangan digital dan strategi pemasaran yang telah dikembangkan. Strategi keberlanjutan juga dilakukan melalui finalisasi modul ekowisata berkelanjutan, penguatan website dan media digital, penyempurnaan media AR, pengajuan HKI, publikasi hasil pengabdian, serta penguatan kerja sama kelembagaan antara perguruan tinggi dan Pemerintah Desa.

3. HASIL

Pemetaan Permasalahan dan Kebutuhan Mitra

Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa Desa Margodadi memiliki basis potensi yang kuat untuk pengembangan ekowisata berbasis masyarakat. Potensi tersebut terdiri atas pertanian, budaya, kuliner, dan wisata alam. Aktivitas menanam padi, membajak sawah,

membuat wayang suket, menikmati kuliner lokal, dan river tubing telah menjadi bagian dari aktivitas wisata yang dikembangkan masyarakat. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya terintegrasi dalam sistem pengelolaan destinasi. Permasalahan ditemukan pada kapasitas SDM, tata kelola UMKM, promosi digital, dan pengemasan potensi budaya. Secara ringkas, kondisi awal dan intervensi program dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. Kondisi Awal dan Intervensi Program.

Aspek	Kondisi Awal	Intervensi
Pelayanan budaya	Belum terdapat SOP pelayanan berbasis unggah-ungguh yang diterapkan secara sistematis	Penyusunan SOP, pelatihan, dan simulasi pelayanan
SDM wisata	Literasi budaya dan storytelling belum terinternalisasi secara sistematis	Pelatihan literasi budaya dan storytelling
Manajemen UMKM	Pencatatan usaha dan rumah tangga belum terpisah; analisis biaya belum sistematis	Pembukuan digital, analisis HPP, dan business plan
Pemasaran	Media sosial dan website belum dikelola secara terintegrasi	Branding, content strategy, storytelling, dan analitik
Edukasi budaya	Belum tersedia media interaktif berbasis AR	Pengembangan AR kuliner lokal berbasis QR Code
Reservasi	Sistem informasi dan reservasi belum terintegrasi	Optimalisasi website dan sistem reservasi daring

Pemetaan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan mitra bukan hanya berupa tambahan media promosi, tetapi transformasi pengelolaan secara lebih menyeluruh.

Peningkatan Kapasitas Pelayanan Berbasis Budaya

Salah satu hasil yang dapat diukur secara kuantitatif adalah perubahan kemampuan peserta dalam aspek pelayanan berbasis budaya. Evaluasi dilakukan terhadap sembilan indikator yang dikelompokkan dalam ILAT, ULAH, dan ULAT. Hasil pengolahan data dari tiga kelompok menunjukkan adanya peningkatan skor pada seluruh dimensi.

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data.

Dimensi	Pra-pelatihan	Pasca-pelatihan	Peningkatan
ILAT	75,14	86,56	11,42
ULAH	75,14	87,28	12,14
ULAT	75,00	86,81	11,81
Keseluruhan	75,09	86,88	11,79

Secara keseluruhan, rerata skor meningkat dari 75,09 menjadi 86,88. Dengan demikian, terdapat peningkatan sebesar 11,79 poin atau 15,70% dibandingkan kondisi awal.

Peningkatan tersebut terlihat pada ketiga kelompok. Kelompok 1 mengalami peningkatan rerata dari 71,92 menjadi 86,33 atau sebesar 14,42 poin. Kelompok 2 meningkat dari 78,69 menjadi 87,22 atau sebesar 8,53 poin. Sementara itu, Kelompok 3 meningkat dari 74,67 menjadi 87,08 atau sebesar 12,42 poin. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan memberikan perubahan positif pada kapasitas pelayanan berbasis budaya. Meskipun tingkat awal masing-masing kelompok berbeda, seluruh kelompok menunjukkan peningkatan setelah

intervensi. Perubahan skor juga relatif konsisten pada sembilan indikator. Hal ini penting karena peningkatan tidak hanya terjadi pada satu indikator tertentu, tetapi mencakup aspek tutur, perilaku pelayanan, dan ekspresi interpersonal sebagaimana tercermin dalam instrumen ILAT, ULAH, dan ULAT. Hasil ini memberikan bukti bahwa pendekatan pelatihan yang dipadukan dengan simulasi pelayanan dapat membantu menerjemahkan nilai budaya yang bersifat konseptual menjadi perilaku pelayanan yang lebih konkret.



Gambar 3. Pelatihan Literasi Budaya.

Penguatan SOP dan Literasi Budaya

Program menghasilkan proses penyusunan SOP pelayanan wisata yang mengintegrasikan prinsip unggah-ungguh Jawa. SOP dirancang untuk mencakup penerimaan tamu, komunikasi verbal dan nonverbal, tata busana, penyampaian narasi budaya, serta etika pelayanan kuliner. Penyusunan SOP memiliki arti penting karena budaya tidak cukup hanya diperkenalkan melalui pelatihan. Agar dapat menjadi identitas destinasi, nilai budaya perlu diterjemahkan menjadi standar perilaku yang dapat dipraktikkan secara konsisten oleh pengelola. Pelatihan kemudian dilengkapi dengan simulasi pelayanan. Peserta mempraktikkan cara menyambut wisatawan, memberikan informasi, merespons kebutuhan wisatawan, dan menyampaikan narasi budaya. Pendekatan praktik ini membantu menghubungkan pengetahuan budaya dengan pengalaman wisatawan. Hasil evaluasi pra dan pasca pelatihan memperlihatkan bahwa proses tersebut diikuti oleh peningkatan skor pada keseluruhan dimensi penilaian. Dengan demikian, literasi budaya tidak berhenti pada pemahaman materi, tetapi mulai diarahkan pada penerapan dalam konteks pelayanan wisata.

Pengembangan Media Edukasi Berbasis Augmented Reality

Inovasi teknologi yang dikembangkan dalam program adalah media edukasi kuliner lokal berbasis *Augmented Reality*. Media menggunakan QR Code yang dapat dipindai melalui telepon pintar (Rahayu *et al.*, 2016). Konten AR diarahkan untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan produk kuliner lokal, termasuk sejarah, bahan baku, proses pembuatan, serta nilai filosofis. Dengan pendekatan tersebut, kuliner tidak diposisikan hanya sebagai produk konsumsi, tetapi sebagai bagian dari narasi budaya desa. Teknologi ini memiliki dua fungsi. Pertama, sebagai media edukasi yang membantu wisatawan memahami konteks budaya dari produk yang mereka temui. Kedua, sebagai instrumen promosi kreatif yang dapat menjadi pembeda destinasi. Integrasi AR dengan pengalaman wisata juga sejalan dengan karakter Desa Margodadi sebagai destinasi berbasis pengalaman. Wisatawan tidak hanya memperoleh informasi melalui teks atau penjelasan pemandu, tetapi dapat mengakses konten digital secara interaktif.

Penguatan Manajemen Keuangan UMKM

Program juga diarahkan pada peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola aspek keuangan usaha. Intervensi dilakukan karena pemetaan awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga dan belum melakukan pencatatan biaya secara sistematis. Tim mengembangkan template pembukuan digital sederhana yang mencakup pencatatan transaksi, laporan laba-rugi, arus kas, dan pemisahan keuangan usaha dengan rumah tangga. Selain pencatatan, peserta diberikan pemahaman mengenai struktur biaya, biaya tetap, biaya variabel, HPP, margin keuntungan, dan BEP. Pengetahuan tersebut diperlukan agar harga produk dan paket wisata dapat ditentukan berdasarkan struktur biaya yang lebih rasional. Program juga mendorong penyusunan business plan sederhana. Rencana tersebut diarahkan untuk menghubungkan pencatatan aktual dengan proyeksi pendapatan, strategi pemasaran, dan rencana pengembangan usaha. Dengan demikian, transformasi digital dalam program tidak hanya diarahkan pada sisi eksternal berupa promosi, tetapi juga pada sisi internal berupa tata kelola usaha.

Penguatan Branding dan Pemasaran Digital

Pada aspek pemasaran, program melakukan penguatan identitas digital Desa Margodadi sebagai destinasi ekowisata berbasis budaya dan kuliner lokal. Strategi yang dikembangkan mencakup penyusunan identitas dan narasi destinasi, storytelling budaya, strategi konten, pengelolaan media sosial, serta optimalisasi website. Website diarahkan untuk menjadi pusat informasi yang menghubungkan informasi destinasi, paket wisata, kuliner, dan reservasi.

Perubahan pendekatan pemasaran ini penting karena karakter wisata Desa Margodadi membutuhkan narasi yang mampu menjelaskan pengalaman yang ditawarkan. Promosi tidak cukup hanya menyampaikan “apa yang tersedia”, tetapi perlu menjelaskan “pengalaman apa yang diperoleh wisatawan” dan “nilai budaya apa yang terkandung di dalam pengalaman tersebut”. Storytelling menjadi instrumen penting dalam konteks ini karena dapat menghubungkan produk wisata dengan identitas masyarakat. Kuliner, pertanian, wayang suket, dan aktivitas wisata sungai dapat diposisikan sebagai bagian dari cerita yang lebih besar mengenai kehidupan dan kearifan lokal Desa Margodadi.

Partisipasi dan Keterlibatan Mitra

Pelaksanaan program menunjukkan keterlibatan aktif Pemerintah Desa, Pokdarwis, dan pelaku UMKM. Mitra berpartisipasi dalam koordinasi, identifikasi permasalahan, penyediaan lokasi kegiatan, penyediaan data dan informasi, pelaksanaan pelatihan, serta penerapan hasil program. Pada tahap penerapan teknologi, mitra terlibat dalam implementasi pembukuan digital, pengembangan media promosi website dan AR, serta penerapan hasil pelatihan dalam pengelolaan ekowisata dan UMKM. Keterlibatan tersebut merupakan salah satu aspek penting dalam pendekatan PAR karena keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh kualitas intervensi dari tim pengabdian, tetapi juga oleh tingkat kepemilikan dan keterlibatan masyarakat terhadap solusi yang dikembangkan.

4. DISKUSI

Transformasi Digital sebagai Instrumen Pemberdayaan, Bukan Sekadar Promosi

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa transformasi digital dalam konteks desa wisata perlu dipahami secara lebih luas. Digitalisasi tidak cukup diwujudkan melalui keberadaan website atau akun media sosial. Transformasi digital perlu menyentuh proses internal pengelolaan usaha, kualitas pelayanan, penyampaian informasi budaya, serta hubungan destinasi dengan pasar. Dalam konteks Desa Margodadi, pendekatan tersebut diwujudkan melalui integrasi tiga komponen. Pertama, digitalisasi pengetahuan dan pengalaman budaya melalui AR. Kedua, digitalisasi tata kelola usaha melalui pembukuan. Ketiga, digitalisasi komunikasi pasar melalui website, media sosial, branding, dan storytelling. Integrasi tersebut menghasilkan hubungan antara sisi internal dan eksternal destinasi. Pengelolaan keuangan yang lebih baik memperkuat kemampuan usaha, pelayanan berbasis budaya memperkuat pengalaman wisata, sedangkan pemasaran digital memperluas akses pasar. Ketiganya kemudian diperkuat oleh teknologi AR sebagai media yang menghubungkan pengalaman wisatawan dengan informasi budaya.

Penguatan Unggah-Ungguh sebagai Diferensiasi Pelayanan Wisata

Salah satu temuan penting dari kegiatan adalah peningkatan skor pada aspek pelayanan berbasis budaya. Rerata keseluruhan meningkat dari 75,09 menjadi 86,88. Peningkatan sebesar 15,70% memberikan indikasi bahwa pelatihan dan simulasi mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam aspek yang diukur. Namun, hasil tersebut perlu dipahami sebagai bukti perubahan kapasitas jangka pendek, bukan sebagai bukti final bahwa standar pelayanan telah sepenuhnya terinternalisasi dalam jangka panjang. Hal tersebut menunjukkan pentingnya pendampingan lanjutan. Nilai budaya seperti unggah-ungguh memiliki dimensi perilaku yang membutuhkan pembiasaan. Oleh karena itu, SOP dan pelatihan perlu dilanjutkan dengan monitoring penerapan dalam situasi pelayanan yang sebenarnya. Dalam perspektif pengembangan destinasi, unggah-ungguh dapat menjadi bagian dari *service identity*. Wisatawan tidak hanya menerima produk berupa paket wisata, tetapi juga memperoleh pengalaman interaksi dengan masyarakat lokal. Kualitas interaksi tersebut dapat memperkuat karakter autentik destinasi. Dengan demikian, pelestarian budaya tidak ditempatkan sebagai aktivitas yang terpisah dari pengembangan ekonomi, melainkan menjadi bagian dari nilai yang ditawarkan kepada wisatawan.

Integrasi Kuliner, Budaya, dan Teknologi AR

Kuliner lokal memiliki posisi strategis dalam pengembangan destinasi karena dapat menjadi penghubung antara ekonomi kreatif dan identitas budaya. Pengembangan AR pada kuliner Desa Margodadi memperluas fungsi kuliner dari sekadar produk menjadi media interpretasi budaya. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan bahwa pengalaman gastronomi dapat berfungsi sebagai bagian dari identitas destinasi. Produk kuliner dapat menceritakan asal-usul bahan, proses pengolahan, kebiasaan masyarakat, serta nilai filosofis yang melekat di dalamnya. Penggunaan AR memberikan dimensi baru karena informasi tersebut dapat disampaikan secara interaktif. Pengunjung tidak harus memperoleh seluruh informasi melalui penjelasan verbal pemandu. QR Code memungkinkan informasi digital diakses sesuai kebutuhan wisatawan. Namun, keberhasilan AR tidak semata-mata ditentukan oleh teknologi. Kualitas konten budaya merupakan faktor penting. Oleh sebab itu, pengembangan berikutnya perlu memastikan akurasi narasi, kualitas visual, kemudahan akses, dan relevansi konten dengan pengalaman wisatawan.

Digitalisasi UMKM dan Penguatan Keberlanjutan Ekonomi

Permasalahan pencatatan keuangan yang ditemukan pada pelaku UMKM menunjukkan bahwa keberlanjutan ekowisata tidak hanya berkaitan dengan aspek lingkungan dan budaya, tetapi juga dengan kemampuan ekonomi masyarakat. Tanpa pencatatan keuangan, pelaku usaha akan mengalami kesulitan dalam mengetahui biaya sebenarnya, keuntungan, kebutuhan modal, dan kemampuan melakukan reinvestasi. Oleh karena itu, pembukuan digital sederhana menjadi fondasi penting dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan usaha. Penggunaan teknologi yang sederhana juga lebih sesuai dengan konteks pemberdayaan masyarakat. Tujuan utama bukan menciptakan sistem yang kompleks, melainkan menghasilkan sistem yang dapat digunakan secara mandiri oleh pelaku UMKM. Integrasi pembukuan, HPP, arus kas, dan business plan memungkinkan pelaku usaha bergerak dari pola pengelolaan berdasarkan perkiraan menuju pengambilan keputusan yang lebih berbasis data.

Branding Digital dan Ekowisata Berbasis Identitas Lokal

Promosi destinasi berbasis budaya membutuhkan identitas yang konsisten. Tanpa identitas yang jelas, media sosial dan website hanya menjadi kanal penyebaran informasi, bukan instrumen pembentukan citra destinasi. Penguatan branding Desa Margodadi diarahkan pada narasi ekowisata berbasis budaya dan kuliner lokal. Pendekatan tersebut penting karena keunggulan destinasi bukan hanya pada keberadaan fasilitas, tetapi pada pengalaman autentik yang ditawarkan. Storytelling dapat membantu mengubah informasi sederhana menjadi narasi yang lebih bermakna. Misalnya, aktivitas menanam padi dapat dikomunikasikan bukan hanya sebagai aktivitas wisata, tetapi sebagai pengalaman memahami kehidupan agraris masyarakat. Demikian pula wayang suket dan kuliner lokal dapat diposisikan sebagai bagian dari warisan pengetahuan masyarakat. Dengan demikian, branding digital berfungsi sebagai jembatan antara identitas lokal dan pasar eksternal.

Model Pemberdayaan Kolaboratif

Salah satu kekuatan program adalah integrasi berbagai intervensi dalam satu model pemberdayaan. Program tidak memisahkan antara budaya, teknologi, UMKM, dan pemasaran. Keempatnya ditempatkan dalam satu rantai nilai. Secara konseptual, model yang terbentuk dapat digambarkan sebagai:

Potensi lokal → Penguatan kapasitas masyarakat → Standardisasi layanan → Digitalisasi usaha dan promosi → Pengalaman wisata berbasis budaya → Peningkatan nilai tambah → Keberlanjutan ekowisata

Model tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital berfungsi sebagai penguat, bukan pengganti, kapasitas masyarakat. Pendekatan PAR juga memperkuat keberlanjutan karena masyarakat dilibatkan sejak tahap identifikasi masalah hingga evaluasi. Dalam praktiknya, tim menemukan bahwa variasi literasi digital peserta menyebabkan kebutuhan pendampingan berbeda-beda. Hal tersebut memperlihatkan bahwa program pemberdayaan berbasis teknologi perlu menggunakan pendekatan yang adaptif.

Keterbatasan dan Implikasi Program

Meskipun menunjukkan hasil positif, kegiatan memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penyesuaian jadwal dengan aktivitas masyarakat, Pokdarwis, dan pelaku UMKM menyebabkan beberapa kegiatan memerlukan penjadwalan ulang. Kedua, tingkat literasi digital peserta yang beragam menyebabkan proses pendampingan teknologi membutuhkan waktu lebih intensif. Ketiga, beberapa luaran teknologi dan publikasi masih berada pada tahap penyelesaian berdasarkan laporan kemajuan. Oleh karena itu, evaluasi keberhasilan program sebaiknya tidak hanya dilakukan pada saat pelatihan, tetapi dilanjutkan melalui pengukuran adopsi teknologi, konsistensi penggunaan pembukuan, aktivitas website, pemanfaatan AR, dan keberlanjutan konten digital. Ke depan, evaluasi longitudinal akan memberikan gambaran yang lebih kuat mengenai apakah peningkatan kapasitas yang terlihat setelah pelatihan dapat dipertahankan dalam praktik. Selain itu, pengukuran dampak ekonomi seperti perubahan jumlah transaksi, pendapatan UMKM, jumlah kunjungan wisata, atau nilai transaksi digital dapat digunakan untuk memperkuat bukti dampak program.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Margodadi, Kabupaten Sleman, menunjukkan bahwa transformasi digital dapat diintegrasikan dengan pelestarian budaya dan penguatan ekonomi masyarakat untuk mendukung pengembangan ekowisata berbasis masyarakat. Pendekatan *Participatory Action Research* memungkinkan Pemerintah Desa, Pokdarwis, pelaku UMKM, dan tim pengabdian terlibat secara kolaboratif dalam mengidentifikasi permasalahan, merancang solusi, menerapkan inovasi, dan melakukan evaluasi. Program menghasilkan beberapa capaian utama, yaitu penguatan literasi budaya dan pelayanan berbasis unggah-ungguh Jawa, pengembangan SOP pelayanan wisata, penguatan pembukuan digital dan perencanaan usaha UMKM, pengembangan branding dan pemasaran digital, serta pengembangan media edukasi kuliner berbasis *Augmented Reality*.

Bukti kuantitatif dari evaluasi pra dan pasca pelatihan menunjukkan peningkatan rerata skor dari 75,09 menjadi 86,88. Peningkatan sebesar 11,79 poin atau 15,70% menunjukkan adanya perubahan positif pada kapasitas peserta dalam aspek pelayanan yang diukur melalui dimensi ILAT, ULAH, dan ULAT. Peningkatan terjadi pada seluruh kelompok dan seluruh dimensi penilaian. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui kombinasi pelatihan, praktik, pendampingan, dan penerapan teknologi memiliki potensi untuk memperkuat kapasitas masyarakat desa. Keberlanjutan program selanjutnya perlu difokuskan pada konsistensi penerapan SOP, keberlanjutan pembukuan digital, optimalisasi website dan sistem promosi, pemanfaatan AR dalam pengalaman wisata, serta penguatan kelembagaan Pemerintah Desa dan Pokdarwis.

Dengan demikian, model pemberdayaan yang mengintegrasikan budaya, sumber daya manusia, tata kelola UMKM, pemasaran digital, dan teknologi interaktif dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam membangun ekowisata berbasis kearifan lokal. Keberhasilan jangka panjang program tidak hanya ditentukan oleh tersedianya teknologi, tetapi oleh kemampuan masyarakat untuk mengadopsi, mengelola, dan mengembangkan teknologi tersebut sesuai dengan kebutuhan serta identitas lokal.



Gambar 4. Peserta Pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmoro, A. Y., Yusrizal, F., & Saputra, I. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Sekapuk: Sebuah Participatory Action Research. *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 30–47.
- He, L., & Timothy, D. J. (2018). Authentic or comfortable? What tourists want in the destination. *Front. Sustain. Tour.*, 3.
- Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-Based Rural Tourism in Inter-Organizational Collaboration : How Does It Work Sustainably ? Lessons Learned from Nglanggeran Tourism Village , Gunungkidul Regency , Yogyakarta , Indonesia. *Sustainability*, 10. <https://doi.org/10.3390/su10072142>

- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42(October 2021), 100964. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100964>
- Rahayu, S., Dewi, U., & Fitriana, K. N. (2016). Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(3), 1–13.
- Rukmiyati, N. M. S., Suastini, N. M., & Safitri, N. W. N. (2023). The Influence of Financial Literacy on the Business Sustainability of SMEs in the Tourism Sector in Kintamani : Financial Inclusion as a Mediator. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 8(1), 87–95.
- Sasongko, N., Setiawati, E., Hardina, L., & S, N. A. (2025). Accounting Education for MSMEs : Enhancing Financial Literacy in the Menari Tourism Village , Semarang Regency. *Abdi Psikonomi*, 6(5), 252–258.
- Soedarwo, V. S. D., Fuadiputra, I. R., Bustami, M. R., & Jha, G. K. (2022). Participatory Action Research (PAR) Model for Developing A Tourism Village in Indonesia. *Journal of Local Government Issues (LOGOS)*, 5(2), 193–206.