



Original article

Penerapan Teknologi Digital sebagai Upaya Penguatan Sinergi Pelaku Usaha dalam Mewujudkan Ekonomi Sirkular pada Desa Wisata Kemutug Lor Baturaden

Paradise¹, Chusnul Maulidina Hidayat^{2*}, Maliana Puspa Arum³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Purwokerto, Indonesia

INFO ARTIKEL

Article history:

Received 10 November 2025

Received in revised form 20 Januari 2026

Accepted 23 Januari 2026

Published online 23 Januari 2026

Kata kunci:

Kata kunci Digitalisasi

Kata kunci Desa Wisata

Kata kunci Digital Marketing

Kata kunci Website

Kata kunci Pengabdian Kepada Masyarakat

Keyword:

Keyword Digitalization

Keyword Tourism Village

Keyword Digital Marketing

Keyword Website

Keyword Community Service

Publisher's note:

Penerbit tetap netral mengenai klaim yurisdiksi dalam peta yang diterbitkan dan afiliasi institusional, sementara penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan konten dan implikasi hukum apa pun.

Copyright@author

ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital para pelaku usaha di Desa Wisata Kemutug Lor Baturaden melalui penerapan teknologi digital berupa pengelolaan website dan strategi digital marketing sebagai upaya memperkuat sinergi dalam mewujudkan ekonomi sirkular. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi dan identifikasi masalah, sosialisasi konsep digitalisasi desa wisata, pelatihan hospitality dan layanan wisata, pelatihan serta pendampingan pembuatan konten digital, pelatihan pengelolaan website, dan evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan mitra dalam mengelola informasi digital, memproduksi konten promosi, memperbarui website, dan menerapkan teknik pemasaran digital secara mandiri. Selain itu, sinergi antarpelaku usaha semakin kuat melalui penggunaan platform digital bersama dan sistem promosi terpadu yang mendukung alur ekonomi sirkular. Program PKM ini memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan kompetensi digital dan pengembangan model kolaborasi berkelanjutan bagi Desa Wisata Kemutug Lor.

ABSTRACT

This Community Service Program (PKM) aims to improve the digital capacity of business actors in the Kemutug Lor Baturaden Tourism Village through the application of digital technology in the form of website management and digital marketing strategies as an effort to strengthen synergy in realizing a circular economy. The activities were carried out through several stages, namely observation and problem identification, socialization of the concept of digitalization of tourism villages, hospitality and tourism service training, training and mentoring in digital content creation, website management training, and program evaluation. The results of the activities showed a significant increase in the ability of partners to manage digital information, produce promotional content, update websites, and implement digital marketing techniques independently. In addition, synergy between business actors was strengthened through the use of a shared digital platform and an integrated promotion system that supports the circular economy flow. This PKM program makes a real contribution to strengthening digital competence and developing a sustainable collaboration model for the Kemutug Lor Tourism Village.

*Corresponding author
Email: chusnulh@telkomuniversity.ac.id

<https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i3.10115>



1. PENDAHULUAN

Era digital yang terus berkembang, pemanfaatan teknologi menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi. Salah satu pilar penting dalam pengembangan ekonomi lokal adalah optimalisasi desa wisata yang menekankan kesejahteraan masyarakat, pelestarian budaya, dan lingkungan (Wibawa 2025)(Setianingsih and Abduh 2025). Dengan mengangkat potensi alam, budaya, dan produk lokal, desa wisata mampu menarik wisatawan dan memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat (Osin et al. 2020; Studi et al. 2023). Namun, di era digital, keberhasilan desa wisata tidak hanya bergantung pada keunikan budaya dan alam, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif (Noorlitaria and Za 2025; Prasetyo et al. 2025). Pemasaran digital menjadi instrumen penting untuk memperluas jangkauan promosi dan menciptakan pengalaman wisata yang terintegrasi, sekaligus memperkuat sinergi antar pelaku usaha dalam ekosistem ekonomi sirkular (Hermawan et al. 2024; Juli 2025; Letunaung et al. 2025).

Desa Kemutug Lor di Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas, merupakan adalah desa wisata dengan potensi alam (Curug Pinang, Embung Jelita) dan budaya (Petilasan Gedang Lirip/Damar Payung, Batu Renggunuk), serta didukung UMKM (olahan susu, ecoprint & ecoponding, kerajinan). Peluang pasar besar, didorong oleh generasi milenial dan Gen Z yang aktif digital, menjadikan digitalisasi sebagai strategi inovatif promosi wisata (Amira and Ferdian 2025; Wilhelmina and Mistriani 2025). Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, desa ini masih menghadapi beberapa tantangan, data kunjungan menunjukkan fluktuasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Puncaknya pada tahun 2021, kunjungan mencapai 15.000 wisatawan, didorong oleh meningkatnya minat berwisata di ruang terbuka akibat pandemi COVID-19. Namun, pada tahun 2022, jumlah kunjungan menurun karena munculnya destinasi wisata baru di sekitar desa. Kunjungan kembali meningkat pada tahun 2023 setelah adanya penambahan fasilitas, khususnya area parkir. Hingga tahun 2024, tren pemulihan positif terlihat dengan 12.000 wisatawan yang berkunjung. Kontribusi terhadap PAD adalah Rp 30.000.000,00/tahun (2022, 2023), namun terhambat pada 2024 karena alokasi dana pemeliharaan Embung Jelita dan penguatan sumber daya manusia (SDM) serta pengembangan fasilitas pendukung lainnya.

Beberapa kendala utama lain yang dihadapi Desa Kemutug Lor meliputi; belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk informasi dan reservasi wisata, keterbatasan keterampilan digital pelaku usaha, pemasaran yang masih konvensional, serta belum terjalinnya sinergi antar pelaku usaha dalam ekosistem ekonomi sirkular. Hal ini berdampak pada penyebaran kunjungan wisata yang belum merata dan kurangnya integrasi dalam pelayanan wisata. Program pengabdian masyarakat diusulkan untuk mengatasi kendala tersebut melalui pengembangan platform digital yang mengintegrasikan informasi wisata dan pemasaran produk UMKM, peningkatan literasi digital pelaku usaha, serta penerapan strategi promosi berbasis digital. Program ini juga mendorong penerapan ekonomi sirkular yang menghubungkan pelaku usaha lokal dalam satu ekosistem terpadu, sehingga keberlanjutan ekonomi desa wisata dapat tercapai.

Program ini sejalan dengan berbagai indikator pembangunan nasional dan global. Dalam konteks Sustainable Development Goals (SDGs), program ini berkontribusi pada beberapa tujuan utama, yaitu SDGs 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) yang mendukung pengembangan ekonomi berbasis komunitas, SDGs 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) yang menekankan pentingnya inovasi digital dalam pengembangan sektor wisata, serta SDGs 11 (Kota dan Permukiman yang Berkelanjutan) yang mengarah pada pembangunan pariwisata yang ramah lingkungan dan berbasis komunitas. Selain itu, program ini juga mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) 2 yaitu Mahasiswa Mendapat Pengalaman Di Luar Kampus dan Indikator Kinerja Utama

(IKU) 5 yaitu Hasil Kerja Dosen Digunakan oleh Masyarakat atau Mendapat Rekognisi Internasional. Program ini juga sejalan dengan Asta Cita, khususnya dalam memantapkan sistem pertahanan keamanan negara dan mendorong kemandirian bangsa melalui swasembada pangan, energi, air, ekonomi kreatif, ekonomi hijau, dan ekonomi biru.

Keberhasilan program jangka panjang ini diharapkan menjadi model bagi desa wisata lain dalam menerapkan digitalisasi sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal. Dengan sinergi antara pemerintah desa, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas lokal, Desa Kemutug Lor berpotensi menjadi contoh nyata bagaimana teknologi digital dapat mengoptimalkan potensi wisata dan menciptakan ekosistem ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

2. METODE

Metode kegiatan dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif yang dirancang untuk mendukung penerapan teknologi digital sebagai upaya memperkuat sinergi pelaku usaha dalam mewujudkan ekonomi sirkular di Desa Wisata Kemutug Lor Baturaden. Pendekatan partisipatif memastikan bahwa para pelaku usaha tidak hanya menjadi sasaran kegiatan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam seluruh proses, mulai dari penggalian kebutuhan, penyusunan program, hingga proses evaluasi. Keterlibatan ini mendorong tumbuhnya rasa kepemilikan terhadap hasil kegiatan dan menjadikan program lebih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan yang ada di lapangan, kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PKM

1) Observasi dan Identifikasi Permasalahan Desa

Tahap pertama dimulai dengan observasi dan identifikasi masalah, di mana tim melakukan penggalan informasi secara langsung untuk mengetahui kebutuhan, potensi, serta kendala yang

dihadapi para pelaku usaha dan pengelola desa wisata. Proses ini mencakup pemetaan alur layanan, praktik promosi yang sudah berjalan, serta kesiapan mitra dalam memanfaatkan teknologi digital. Hasil identifikasi kemudian menjadi dasar perancangan program yang relevan dan tepat sasaran.

2) Sosialisasi Pemasaran Desa Wisata

Setelah kebutuhan terpetakan, kegiatan dilanjutkan ke tahap sosialisasi konsep digitalisasi desa wisata. Pada tahap ini, mitra diperkenalkan pada pentingnya penggunaan teknologi digital, khususnya pengelolaan website dan strategi digital marketing, sebagai sarana untuk memperkuat promosi, memperluas jaringan pemasaran, dan mendukung prinsip ekonomi sirkular. Sosialisasi ini bertujuan membangun pemahaman bersama mengenai transformasi digital dan potensi manfaat yang dapat diperoleh oleh seluruh pelaku usaha.

3) Pelatihan Hospitality dan Layanan Wisata

Tahap berikutnya adalah pelatihan hospitality dan layanan wisata, yang difokuskan untuk meningkatkan kualitas layanan para pemandu wisata, pengelola destinasi, dan pelaku usaha lokal. Penguatan layanan menjadi fondasi penting sebelum teknologi digital diterapkan, agar informasi dan promosi yang disebarakan melalui platform digital selaras dengan kualitas layanan di lapangan.

4) Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Digital

Selanjutnya, program masuk pada inti penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan konten digital. Pada tahap ini, mitra dilatih membuat materi promosi yang menarik, seperti foto produk, copywriting, video pendek, dan konten informatif yang sesuai karakter desa wisata. Pendampingan dilakukan secara intensif agar peserta mampu menghasilkan konten berkualitas tinggi dan memahami alur kerja digital marketing yang efektif.

5) Pelatihan Pengelolaan Website Desa Wisata

Tahap kelima adalah pelatihan pengelolaan website desa wisata, di mana peserta dibekali keterampilan mengelola halaman informasi, memperbarui konten, menampilkan produk UMKM, hingga menyusun katalog digital yang mendukung promosi berkelanjutan. Pelatihan ini memastikan mitra dapat mengelola website secara mandiri dan konsisten sehingga platform digital desa tetap hidup dan relevan.

6) Evaluasi Kegiatan

Kegiatan kemudian ditutup dengan evaluasi program, yang dilakukan bersama mitra untuk menilai efektivitas kegiatan, tingkat penerapan teknologi yang telah dipelajari, serta peningkatan kolaborasi antarpelaku usaha. Evaluasi ini juga menjadi bahan untuk menentukan langkah perbaikan dan keberlanjutan program ke depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Penerapan Teknologi Digital sebagai Upaya Penguatan Sinergi Pelaku Usaha dalam Mewujudkan Ekonomi Sirkular pada Desa Wisata. Kemutug Lor Baturaden” menghasilkan sejumlah capaian yang dirasakan langsung oleh para pelaku usaha dan pengelola desa wisata. Pada tahap observasi menghasilkan pemetaan kondisi awal Desa Wisata Kemutug Lor terkait pengelolaan informasi, layanan wisata, dan kemampuan digital pelaku usaha. Dari hasil wawancara dan kunjungan lapangan, ditemukan bahwa promosi masih bergantung pada metode konvensional seperti poster fisik dan pesan berantai, sehingga penyebaran informasi belum merata. Website desa wisata belum dikelola secara

optimal, dan sebagian besar pelaku usaha belum memiliki kemampuan teknis untuk membuat konten digital. Selain itu, ditemukan bahwa alur kolaborasi antar pelaku usaha belum terstruktur dengan baik, sehingga potensi ekonomi sirkular belum dimanfaatkan secara maksimal.



Gambar 2. Kegiatan Observasi



Gambar 3. Sosialisasi Pemasaran Desa Wisata

Pada tahap selanjutnya Sosialisasi pemasaran desa wisata yang dilakukan berhasil membangun pemahaman dasar mengenai peran teknologi digital dalam pengembangan desa wisata. Peserta mulai memahami bagaimana digitalisasi dapat mempercepat arus informasi, memperluas promosi, dan menjadi fondasi bagi penerapan ekonomi sirkular. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan penjelasan tentang manfaat website sebagai pusat informasi, peran media sosial sebagai sarana promosi interaktif, serta pentingnya literasi digital untuk memperkuat identitas desa wisata. Mitra juga mulai melihat peluang kolaborasi digital, seperti pembuatan katalog bersama dan sistem promosi terintegrasi antar pelaku usaha. Pada tahap ini terjadi peningkatan kapasitas digital pelaku usaha, yang diukur dari persentase peserta yang mampu memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri. Sebelum program, hanya sekitar 25% pelaku usaha yang memiliki kemampuan dasar dalam pembuatan konten digital, sedangkan setelah pelatihan dan pendampingan, capaian meningkat menjadi minimal 80% peserta yang mampu menghasilkan foto produk, video promosi, dan teks pemasaran secara mandiri. Pada tahap pelatihan hospitality dan layanan wisata, kegiatan tersebut meningkatkan keterampilan mitra dalam memberikan layanan wisata yang profesional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami standar pelayanan, termasuk etika menyambut tamu, cara menjelaskan atraksi wisata, dan teknik komunikasi kepada wisatawan. Pemandu lokal menunjukkan peningkatan kepercayaan diri saat melakukan

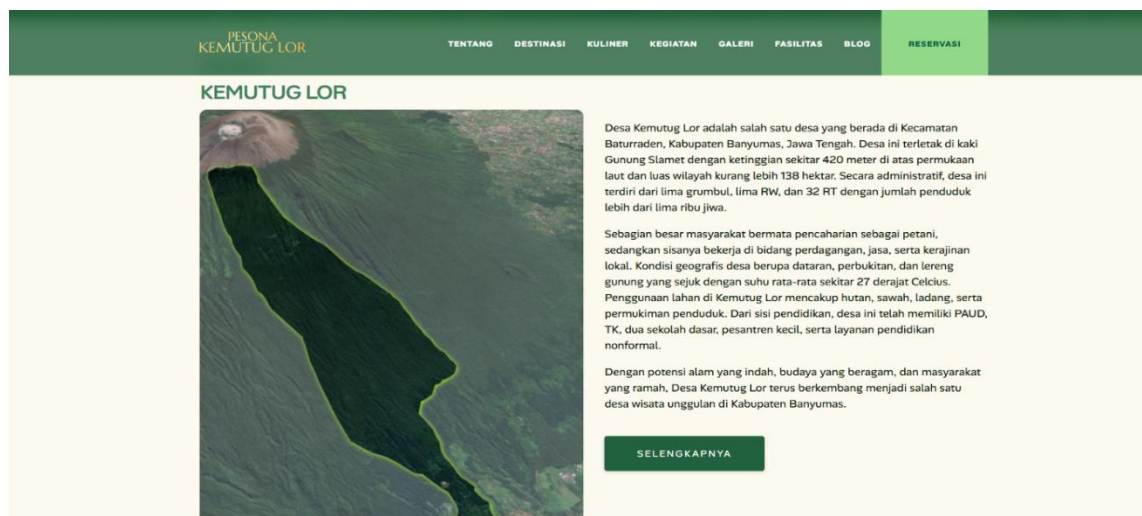


simulasi alur pelayanan wisata. Selain itu, pelaku usaha kuliner dan kerajinan juga mulai memahami pentingnya konsistensi kualitas produk agar selaras dengan citra digital desa wisata. Pelatihan ini menjadi pondasi agar promosi digital yang dilakukan dapat sejalan dengan kualitas layanan di lapangan.

Gambar 4. Pelatihan Hospitality dan Layanan Wisata

Pada tahap pelatihan dan pendampingan pembuatan konten digital ini memberikan hasil yang sangat signifikan dalam peningkatan kemampuan digital mitra. Peserta berhasil memproduksi berbagai jenis konten seperti foto produk, video pendek aktivitas wisata, desain poster digital, dan caption promosi yang informatif. Mereka juga belajar mengenai prinsip dasar digital marketing, termasuk penggunaan angle foto yang tepat, konsistensi warna dan identitas visual, serta strategi posting agar promosi lebih efektif. Selama pendampingan, tim mendampingi peserta dalam proses pengambilan foto, editing sederhana menggunakan aplikasi ponsel, hingga penyusunan kalender konten bulanan. Hasilnya, pelaku usaha dan pengelola desa wisata kini memiliki bank konten yang dapat digunakan untuk promosi berkelanjutan.

Tahap selanjutnya yaitu pelatihan pengelolaan website desa wisata, pelatihan ini menghasilkan peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola website desa wisata secara mandiri. Peserta belajar memperbarui halaman informasi, menambahkan daftar atraksi wisata, mengunggah produk UMKM, serta menyusun katalog digital yang lebih terstruktur. Dalam sesi praktik, mitra berhasil melakukan pembaruan konten secara langsung, termasuk mengunggah foto destinasi dan mengatur menu navigasi agar lebih mudah diakses pengunjung. Pelatihan ini membuat website desa wisata memainkan peran yang lebih strategis sebagai pusat informasi digital yang terintegrasi. Kini, website mulai menjadi rujukan wisatawan untuk mendapatkan informasi terkait rute wisata, paket layanan, dan produk lokal. Pada kegiatan ini menghasilkan optimalisasi pemanfaatan website desa wisata, yang diukur dari jumlah konten yang diunggah dan diperbarui. Sebelum program, website desa wisata hanya memuat kurang dari 5 konten aktif dan tidak diperbarui secara rutin. Setelah program PKM, jumlah konten meningkat menjadi minimal 10 konten aktif yang mencakup informasi destinasi, produk UMKM, dan paket wisata, dengan frekuensi pembaruan minimal dua kali per bulan.



Gambar 5. Tampilan Website Desa Wisata Kemutug Lor

Evaluasi seluruh rangkaian kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek kemampuan digital, kolaborasi, dan efektivitas promosi desa wisata. Pelaku usaha mulai rutin memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk dan telah menerapkan teknik dasar digital marketing yang dipelajari. Website desa wisata kini aktif diperbarui dan mulai menarik kunjungan dari wisatawan online. Kolaborasi antarpelaku usaha juga meningkat, terlihat dari kegiatan promosi bersama dan konsistensi dalam penggunaan identitas visual desa wisata. Peserta menyampaikan bahwa keterampilan yang diperoleh membantu meningkatkan kepercayaan diri, memperkuat jejaring usaha, dan memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi lokal. Secara umum, program PKM dinilai berhasil meningkatkan kapasitas mitra dan mendukung terbentuknya ekosistem ekonomi sirkular berbasis teknologi digital.

Penerapan teknologi digital melalui pengelolaan website dan strategi digital marketing berfungsi sebagai penghubung utama antar pelaku usaha dalam satu ekosistem. Website desa wisata dikembangkan sebagai pusat informasi terpadu yang menampilkan destinasi wisata, layanan pemandu, produk UMKM, kuliner lokal, serta kerajinan masyarakat. Integrasi ini mendorong wisatawan untuk mengakses dan memanfaatkan berbagai produk dan layanan lokal secara berkelanjutan, sehingga aliran ekonomi berputar di dalam desa dan tidak terputus pada satu jenis usaha saja. Selain itu, program ini mendorong terjadinya kolaborasi promosi antar pelaku usaha melalui katalog digital bersama dan kampanye promosi terpadu. Pelaku usaha saling mempromosikan produk dan layanan lainnya dalam satu paket informasi digital, seperti paket wisata yang menggabungkan atraksi alam, kuliner lokal, dan produk kerajinan. Pola ini menciptakan nilai tambah dan memperkuat keterkaitan antar sektor usaha, yang merupakan prinsip utama dalam ekonomi sirkular. Dari sisi keberlanjutan sumber daya, digitalisasi promosi juga mengurangi ketergantungan pada media cetak dan materi promosi fisik, sehingga mendukung efisiensi penggunaan sumber daya dan prinsip ramah lingkungan. Informasi dan promosi yang berbasis digital memungkinkan pembaruan konten secara berulang tanpa menghasilkan limbah tambahan. Dengan demikian, program PKM ini berperan sebagai katalisator dalam membangun ekosistem ekonomi sirkular berbasis teknologi digital, di mana pelaku usaha saling terhubung, nilai ekonomi berputar secara lokal, dan keberlanjutan ekonomi desa wisata dapat terjaga dalam jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema “Penerapan Teknologi Digital sebagai Upaya Penguatan Sinergi Pelaku Usaha dalam Mewujudkan Ekonomi Sirkular pada Desa Wisata Kemutug Lor Baturaden” telah berhasil memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas digital dan kolaborasi pelaku usaha desa wisata.

Pelaksanaan kegiatan secara bertahap, mulai dari observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi, menunjukkan bahwa mitra memiliki kemampuan adaptasi yang baik terhadap transformasi digital. Para pelaku usaha memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya digitalisasi dalam mengelola informasi, meningkatkan kualitas layanan wisata, dan memperluas jangkauan promosi. Pelatihan pembuatan konten dan pengelolaan website telah meningkatkan keterampilan teknis mitra sehingga mereka mampu mengelola platform digital secara mandiri dan berkelanjutan. Selain peningkatan kapasitas, kegiatan PKM ini juga memperkuat sinergi antarpelaku usaha melalui terciptanya sistem promosi bersama, pembagian konten digital, dan koordinasi yang lebih terstruktur. Kolaborasi ini mendukung

terbentuknya ekosistem ekonomi sirkular, di mana setiap pelaku usaha saling terhubung dan memanfaatkan sumber daya digital secara efisien.

Selain itu, tim PKM telah menyerahkan panduan teknis pengelolaan website dan pemasaran digital yang berisi alur pembaruan konten, standar visual, serta jadwal unggahan promosi. Panduan ini berfungsi sebagai acuan operasional agar aktivitas digital tetap berjalan meskipun pendampingan intensif telah berakhir. Keberlanjutan juga diperkuat melalui pembentukan bank konten digital yang dapat digunakan secara berulang untuk kebutuhan promosi wisata dan produk UMKM.

Keberlanjutan program pasca-PKM dirancang dengan menekankan pada kemandirian mitra dan penguatan kelembagaan desa wisata dalam mengelola teknologi digital yang telah diterapkan. Setelah program selesai, pengelolaan website desa wisata dan akun media sosial secara resmi dilimpahkan kepada pengurus desa wisata dan perwakilan pelaku usaha yang telah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Penunjukan pengelola dilakukan berdasarkan tingkat partisipasi dan kompetensi digital yang telah dicapai selama program berlangsung, sehingga keberlanjutan pengelolaan platform digital dapat terjaga secara konsisten. Secara keseluruhan, PKM ini berhasil meningkatkan kemampuan teknologi digital, memperkuat jejaring kolaboratif, serta membuka peluang pengembangan desa wisata menuju arah yang lebih modern, terintegrasi, dan berkelanjutan. Program ini memberikan fondasi yang kuat bagi Desa Wisata Kemutug Lor untuk melanjutkan praktik digitalisasi sebagai strategi pengembangan wisata berbasis ekonomi sirkular di masa mendatang.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) atas dukungan pendanaan yang memungkinkan terselenggaranya kegiatan PKM ini dengan baik. Dukungan tersebut menjadi fondasi penting dalam pelaksanaan program mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi.

Tim PKM juga mengucapkan terimakasih kepada Telkom University Purwokerto yang telah memberikan dukungan administratif, fasilitas, serta lingkungan akademik yang kondusif sehingga kegiatan dapat berjalan lancar dan terarah.

Ucapan terima kasih juga kami berikan kepada mitra Desa Wisata Kemutug Lor Baturaden, khususnya para pengurus desa wisata dan pelaku usaha lokal, yang telah berpartisipasi aktif, membuka ruang kolaborasi, serta memberikan kontribusi nyata selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung. Keterlibatan dan antusiasme mitra menjadi faktor kunci keberhasilan program PKM ini. Semoga kolaborasi dan dukungan yang telah terjalin dapat terus berlanjut dalam upaya pengembangan desa wisata dan pemberdayaan masyarakat di masa yang akan datang.

6. REFERENSI

- Amira, Rafika, and Feri Ferdian. 2025. "Peran Generasi Z Dalam Promosi Wisata Lokal Melalui Media Sosial Digital." 4(6): 1482-88.
- Anggun, Febiola et al. 2025. "Peran Generasi Milenial Dan Gen Z Dalam Mendorong Pertumbuhan E-Commerce

Halal Di Indonesia." (September).

Arunik, Canggih Gumanky, and Puti Lenggo Ginny. 2023. "Tantangan Dan Peluang Bisnis Dalam Beradaptasi Dengan Pasar Generasi Z." 3(1).

Hermawan, Nazuwa Aulia et al. 2024. "PENGARUH PEMASARAN DIGITAL PADA PROMOSI DESTINASI." (4).

Juli, No. 2025. "Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi Pariwisata Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pantai Tanjung Jumalai)." 2(4): 215-26.

Letunaung, Geraldy et al. 2025. "STRATEGI PENGEMBANGAN HOMESTAY BERBASIS 9PS MARKETING MIX :"

Maudiarti, Santi, Mochammad Achmadi, and Purwanti Dyah Pramanik. 2024. "Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Peningkatan Potensi Pariwisata Desa Kaduella Kuningan-Jawa Barat." 6(1): 35-42.

Noorlitaria, Gusti, and Saida Zainurossalamia Za. 2025. "Strategi Pemasaran Berkelanjutan Untuk Komunitas Pokdarwis Dalam Mengelola Wisata Lokal Di Samarinda , Kalimantan Timur." 5(1): 650-58.

Osin, Rosvita Flaviana et al. 2020. "Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal." 5(2): 63-74.

Prasetyo, Hendi et al. 2025. "Transformasi Digital Marketing Desa Wisata Melalui Kemas Ulang Informasi." : 213-26.

Setianingsih, Desi, and Salis M Abduh. 2025. "Strategi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Lokal." 4(3): 965-74.

Wibawa, Callysta. 2025. "Strategi Optimalisasi Kuliner Lokal Dalam." 9(1): 29-43.

Wilhelmina, Nurmei, and Nina Mistriani. 2025. "Transformasi Digital Pariwisata : Efektivitas Media Sosial Strategi Promosi Menarik Generasi Milenial Ke Grand Maerakaca Semarang." : 46-60.