GUYUB: *Journal of Community Engagement* Vol. 7, No. 1, Januari-Maret 2026
p-ISSN: 2723-1232; e-ISSN: 2723-1224 DOI: http://doi.org/10.33650/guyub.v7i1.13711

Pengembangan Tata Kelola Objek Wisata Makam Sunan Pandanaran Berbasis Teknologi Informasi Untuk Penguatan Kawasan Wisata Budaya

Minardi[1], Agung Prayogo[2], Hery Purnomo[3], Nurhadi[4]

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta, Indonesia[1,3]
Universitas Proklasi 45 Yogyakarta, Indonesia[2,4]
{minardi@apmd.ac.id[1], herypurnomo@apmd.ac.id[2], agung.p@up45.ac.id[3], nurhadi@up45.ac.id[4]}

Submission: 2025-12-16 *Received*: 2025-03-25 *Published*: 2026-03-30

Keywords: *Tourism Digitalization; Participatory Action Research (PAR); Web-Based Information System; Religious Tourism.*

Abstract. *The religious tourism area of the Sunan Pandanaran Tomb in Paseban Village, Klaten, represents a significant cultural and local economic asset, with an average of approximately 10,000 pilgrims visiting each month based on management data. However, the operation of the Klaten–Semarang Toll Road has led to a decrease in the duration of visits and tourism-related economic activities. The main issue lies in the low level of digitalization in tourism information services, resulting in limited promotional reach, suboptimal visitor experiences, and underutilized economic benefits for the local community. This community service program employs a Participatory Action Research (PAR) approach, actively involving stakeholders through stages of problem identification, planning, implementation, and evaluation. The interventions include the development of a website-based information system, digital marketing training, and capacity building for tourism management human resources.*

Impact measurement was conducted using a pre-test and post-test design, with instruments consisting of structured questionnaires, participatory observation, and program performance indicators. Data analysis was carried out using descriptive quantitative methods to assess changes in participants' knowledge and skills. The results indicate a significant improvement in information technology literacy, increasing from 60% to 95%, as well as an enhancement in operational digital system skills from 20% to 90%. Furthermore, user response evaluations show improvements in the quality of information services, the effectiveness of digital promotion, and the strengthening of destination branding. This program has contributed to improving the quality of tourism services, expanding promotional reach, and strengthening creative economic opportunities for the local community. It also supports the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly Goal 8 (Decent Work and Economic Growth) and Goal 11 (Sustainable Cities and Communities), through the development of inclusive and sustainable digital-based tourism.

Katakunci:
Digitalisasi Pariwisata; Participatory Action Research (PAR); Sistem Informasi Berbasis Website; Wisata Religi.

Abstrak. Kawasan wisata religi Makam Sunan Pandanaran di Desa Paseban, Klaten merupakan aset budaya dan ekonomi lokal yang signifikan dengan rata-rata kunjungan sekitar 10.000 penziarah per bulan berdasarkan data pengelola. Namun, beroperasinya Jalan Tol Klaten–Semarang berdampak pada penurunan durasi kunjungan dan aktivitas ekonomi wisata. Permasalahan utama terletak pada rendahnya digitalisasi layanan informasi wisata yang menyebabkan terbatasnya jangkauan promosi, kurang optimalnya pengalaman pengunjung, serta belum maksimalnya manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan pemangku kepentingan secara partisipatif melalui tahapan identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Intervensi yang dilakukan meliputi pengembangan sistem informasi berbasis website, pelatihan digital marketing, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia pengelola wisata.
Pengukuran dampak dilakukan menggunakan desain pre-test dan post-test, dengan instrumen berupa kuesioner terstruktur, observasi partisipatif, serta indikator kinerja program. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pada literasi teknologi informasi, yaitu dari 60% menjadi 95%, serta peningkatan kemampuan operasional sistem digital dari 20% menjadi 90%. Selain itu, evaluasi respons pengguna menunjukkan peningkatan kualitas layanan informasi, efektivitas promosi digital, serta penguatan branding destinasi. Program ini memberikan dampak pada peningkatan kualitas layanan wisata, perluasan jangkauan promosi, serta penguatan peluang ekonomi kreatif masyarakat. Kegiatan ini berkontribusi terhadap pencapaian SDGs, khususnya tujuan 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan tujuan 11 (kota dan komunitas berkelanjutan), melalui pengembangan wisata berbasis digital yang inklusif dan berkelanjutan.

1 Pendahuluan

Objek wisata religi berupa kompleks pemakaman umumnya memiliki segmentasi pengunjung khusus dengan motivasi spiritual (Hassan et al., 2022). Namun, ketergantungan pada motivasi tersebut cenderung menyebabkan fluktuasi kunjungan, sehingga diperlukan transformasi menuju orientasi ekonomi berbasis pengembangan destinasi wisata terpadu (Shinde & Olsen, 2022). Dalam konteks ini, kawasan Bayat sebagai lokasi Makam Sunan Pandanaran memiliki nilai historis dan kultural yang kuat sejak era Demak, serta merepresentasikan

identitas budaya lokal yang khas (Kasnowihardjo et al., 2024). Keunikan *(distinctiveness)* kawasan ini terletak pada integrasi antara tradisi ziarah dengan potensi budaya dan ekonomi kreatif, seperti kerajinan keris, batik khas Bayat, nisan tradisional, serta kuliner lokal seperti tempe (Firdaus et al., 2023).

Selain itu, kawasan ini juga didukung oleh lanskap alam pegunungan yang asri serta keberagaman aktivitas ekonomi masyarakat, meliputi usaha kerajinan (kendi, padasan, batik, dan logam), perdagangan cinderamata, hingga layanan jasa wisata (Lubis, et al., 2024). Aksesibilitas kawasan relatif baik karena berada di jalur lintas provinsi, dengan fasilitas penunjang seperti tangga menuju lokasi utama, layanan ojek, tarif retribusi yang terjangkau, serta operasional 24 jam. Potensi tersebut menunjukkan bahwa kawasan Makam Sunan Pandanaran memiliki peluang strategis untuk dikembangkan sebagai ekosistem wisata religi berbasis ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Azhaari, 2024). Namun demikian, potensi tersebut belum diimbangi dengan tata kelola dan pemanfaatan teknologi informasi yang optimal, khususnya dalam aspek promosi, layanan informasi, dan integrasi data wisata. Kondisi ini menghambat perluasan jangkauan pasar dan optimalisasi manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal (Nandiroh & Susyanti, 2025). Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis digitalisasi untuk memperkuat tata kelola destinasi wisata secara lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan (Costantino et al., 2024).

Kondisi eksisting BPH (Badan Pengelola Hastana) menunjukkan bahwa kapasitas kelembagaan dan tata kelola masih belum optimal dalam aspek manajerial, promosi digital, maupun pengelolaan ekonomi berbasis wisata. Dari aspek digitalisasi, BPH belum memiliki sistem informasi atau media promosi digital yang representatif. Belum ada website resmi, katalog daring, maupun integrasi dengan peta wisata Kabupaten Klaten. Hal ini mengakibatkan keterbatasan eksposur terhadap calon wisatawan dari luar daerah

Sedangkan digitalisasi informasi sangat diperlukan untuk dapat menyempurnakan kawasan Makam Sunan Pandanaran menjadi *creative village* dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Creative village atau desa kreatif merupakan sebuah desa yang warganya mengembangkan produk unggulandi satu atau lebih dari 17 sub-sektor ekonomi kreatif yang memberikan nilai tambah dan manfaat. Pembangunan yang lebih optimal dari segi fasilitas dan penggunaan teknologi untuk mempermudah dalam proses pengembangan roda perekonomian masyarakat adalah dengan menata hasil desain kawasan pada titik lokasi supaya terlihat lebih rapi dan bersih serta mengoptimalkan sistem digitalisasi informasi di Kawasan Sunan Pandanaran.

Sementara dari sisi Sumber Daya Manusia, sebagian besar pengelola belum memiliki pelatihan formal terkait pengelolaan destinasi wisata, hospitality, maupun strategi promosi berbasis digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa BPH memerlukan pendampingan menyeluruh dalam hal tata kelola organisasi, pemanfaatan teknologi informasi, penguatan kapasitas SDM, serta pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Tim Pengabdi dalam posisi ini mengambil peran melakukan pendampingan terhadap pengelolaan teknologi informasi, terutama kepada promosi.

Upaya kemajuan sektor pariwisata ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap misi Asta Cita Presiden Prabowo Subianto. Khusunya Misi Asta Cita keenam: pembangunan dari desa untuk pemerataan ekonomi. Daya tarik wisata yang kuat pada obyek kawasan wisata budaya religi Sunan Pandanaran serta beragamnya destinasi wisata pendukung seperti kuliner, kerajinan, akomodasi, wisata agro, wisata pendidikan dan lain sebagainya menuntut pengembangan tata kelola khususnya layanan informasi berbasis teknologi informasi (digitalisasi). Namun, saat ini BPH belum memiliki sistem informasi atau media promosi digital yang representatif. Belum ada website resmi, katalog daring, maupun integrasi dengan peta wisata Kabupaten Klaten. Hal ini mengakibatkan keterbatasan eksposur terhadap calon wisatawan dari luar daerah. Saat ini, informasi promosi dan penanganan keluhan pengunjung belum tertangani dengan baik. Kelemahan ini disebabkan karena BPH di samping secara umur rata-rata sudah lanjut. BPH tidak memiliki sumber daya manusia dari kalangan remaja/pemuda yang lebih menguasai pengelolaan media sosial

Di samping kurangnya pengetahuan dan sumber daya manusia, penyebab lain adalah belum memadainya anggaran yang dimiliki BPH maupun Pemerintah Desa. Karcis yang dibuka di loket depan pintu masuk bukan masuk ke BPH maupun Pemerintah Desa tetapi langsung ke Pemerintah Kabupaten Klaten.

Fokus permasalahan dalam pengabdian ini terletak pada rendahnya kapasitas teknologi informasi dan belum optimalnya strategi promosi digital yang dimiliki oleh Badan Pengelola Hastana (BPH) dalam mengelola layanan wisata religi Makam Sunan Pandanaran. Pemilihan kawasan ini sebagai lokus pengabdian didasarkan pada karakteristiknya yang unik dan strategis, yaitu sebagai destinasi wisata religi bersejarah dengan jumlah kunjungan yang relatif tinggi serta memiliki ekosistem ekonomi kreatif yang berkembang di sekitarnya. Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat aktivitas spiritual, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi lokal melalui sektor kerajinan, kuliner, dan jasa wisata, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis digital yang berkelanjutan.

Potensi tersebut belum didukung oleh tata kelola informasi yang memadai. Ketiadaan sistem informasi berbasis website menyebabkan terbatasnya akses informasi, rendahnya jangkauan promosi, serta belum optimalnya penanganan kebutuhan dan keluhan pengunjung. Selain itu, kemampuan sumber daya manusia dalam bidang teknologi informasi dan digital marketing masih terbatas, sehingga strategi promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional dan kurang kompetitif di era digital. Kondisi ini berdampak pada belum optimalnya pengembangan produk layanan wisata dan rendahnya daya saing destinasi di pasar yang lebih luas.

Kebaruan dalam pengabdian ini terletak pada pendekatan integratif yang menggabungkan pengembangan sistem informasi berbasis website dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan digital marketing dan pengelolaan konten wisata. Berbeda dengan program sebelumnya yang cenderung parsial, kegiatan ini tidak hanya menyediakan teknologi, tetapi juga memastikan keberlanjutan pemanfaatannya melalui pendampingan operasional berbasis kebutuhan mitra. Selain itu, pengabdian ini menargetkan

transformasi tata kelola wisata religi dari pola konvensional menuju ekosistem digital yang terintegrasi, sehingga mampu meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif masyarakat secara berkelanjutan.

2 Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menekankan kolaborasi aktif antara tim pengabdian dan mitra dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, implementasi tindakan, serta evaluasi secara berkelanjutan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan solusi yang kontekstual, partisipatif, dan berorientasi pada peningkatan kapasitas mitra, khususnya dalam pengelolaan wisata berbasis teknologi informasi

Kegiatan dilaksanakan di kawasan Wisata Makam Sunan Pandanaran, Desa Paseban, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, dengan melibatkan Badan Pengelola Hastana (BPH) sebagai mitra utama. Implementasi PAR dilakukan melalui tiga tahapan utama yang bersifat siklikal, yaitu: (1) perencanaan *(planning)*, (2) tindakan *(action)*, dan (3) refleksi *(reflection)*.

Tabel 1. Tahapan Metode *Participatory Action Research* (PAR)

Tahap	Kegiatan	Output
Perencanaan *(Planning)*	Observasi, wawancara, FGD, identifikasi masalah, perumusan solusi	Peta masalah dan rancangan sistem informasi
Tindakan *(Action)*	Pelatihan teknologi website, digital marketing, penyusunan konten promosi	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra
Refleksi *(Reflection)*	Implementasi sistem, monitoring, evaluasi program	Peningkatan kapasitas dan kualitas layanan wisata

Tahap pertama, perencanaan *(planning)*, diawali dengan kegiatan observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan diskusi kelompok

terarah *(Focus Group Discussion)* untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam tata kelola layanan informasi wisata. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa keterbatasan kapasitas teknologi informasi dan belum optimalnya promosi digital menjadi isu prioritas. Berdasarkan temuan tersebut, dilakukan perumusan solusi bersama berupa pengembangan sistem informasi berbasis website, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penguatan strategi promosi digital. Tahap kedua, tindakan *(action)*, diwujudkan melalui pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan. Kegiatan meliputi pelatihan pengoperasian website, pengelolaan konten digital, serta strategi pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan berupa workshop, praktik langsung *(hands-on training)*, dan pendampingan intensif. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam mengelola layanan informasi wisata secara efektif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Tahap ketiga, refleksi *(reflection)*, dilakukan melalui implementasi sistem informasi berbasis website, diikuti dengan monitoring, evaluasi, dan umpan balik dari mitra. Pengukuran efektivitas program dilakukan menggunakan desain pre-test dan post-test dengan instrumen kuesioner terstruktur untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Selain itu, observasi partisipatif dan dokumentasi digunakan untuk menilai perubahan perilaku dan tingkat pemanfaatan teknologi oleh mitra. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk membandingkan hasil sebelum dan sesudah intervensi, serta analisis kualitatif untuk memperkuat interpretasi hasil. Melalui pendekatan PAR yang bersifat partisipatif dan siklikal, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa sistem informasi digital, tetapi juga mendorong transformasi kapasitas kelembagaan dan peningkatan kualitas tata kelola wisata religi berbasis teknologi informasi secara berkelanjutan.

3 Hasil

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) efektif dalam meningkatkan kapasitas kelembagaan dan tata kelola wisata berbasis teknologi

informasi. Keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi, memungkinkan terjadinya proses pembelajaran kolektif yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga transformatif. Hal ini sejalan dengan (Nugroho et al., 2025) yang menekankan bahwa PAR merupakan pendekatan reflektif yang mendorong perubahan sosial melalui tindakan kolaboratif. Selain itu, partisipasi aktif dalam PAR dapat meningkatkan sense of ownership, sehingga mitra tidak hanya menjadi objek program, tetapi juga aktor utama dalam proses perubahan (Wood & McAteer, 2023). Dalam konteks pengabdian ini, keterlibatan BPH dalam setiap tahapan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran kelembagaan terhadap pentingnya inovasi dalam pengelolaan wisata.

Pengembangan sistem informasi berbasis website sebagai bentuk intervensi utama dalam program ini juga menunjukkan relevansi yang kuat dengan teori digitalisasi pariwisata. Teknologi informasi telah menjadi tulang punggung dalam transformasi industri pariwisata modern, khususnya dalam meningkatkan efisiensi operasional, aksesibilitas informasi, dan interaksi dengan wisatawan (Li et al., 2023). Implementasi website sebagai pusat layanan informasi digital dalam pengabdian ini membuktikan bahwa digitalisasi mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kualitas layanan secara signifikan. Inovasi dalam sektor pariwisata, termasuk inovasi digital, merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing destinasi (Febrianto et al., 2022). Dengan demikian, pengembangan sistem informasi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai strategi inovasi yang memperkuat posisi destinasi wisata religi dalam pasar yang semakin kompetitif.

Tabel 2. Peningkatan Kapasitas dan Dampak Program Pengabdian

Aspek	Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Peningkatan
Pengetahuan TI	Pemahaman teknologi informasi	60%	95%	+35%
Keterampilan Operasional	Kemampuan mengoperasikan website	20%	90%	+70%

Pengelolaan Konten	Kemampuan membuat & mengelola konten digital	Rendah	Tinggi	Meningkat
Promosi Digital	Penggunaan media digital untuk promosi	Terbatas (banner/ leaflet)	Website & media online	Lebih luas & efektif
Kualitas Layanan	Akses dan penyampaian informasi wisata	Manual & terbatas	Digital & terintegrasi	Lebih cepat & responsif
Branding Destinasi	Visibilitas dan citra wisata	Lokal	Lebih luas (online)	Meningkat
Ekonomi Kreatif	Peluang usaha masyarakat	Terbatas	Lebih terbuka	Meningkat
Tata Kelola	Sistem pengelolaan informasi	Konvensional	Berbasis sistem digital	Lebih efisien

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang diukur melalui pre-test dan post-test menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik *(hands-on training)* memiliki efektivitas yang tinggi dalam transfer pengetahuan dan keterampilan. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran pengalaman *(experiential learning)*, yang menyatakan bahwa pembelajaran akan lebih efektif peserta terlibat langsung dalam praktik dan refleksi pengalaman (Motta & Galina, 2023). Dalam konsep pemberdayaan masyarakat menekankan bahwa peningkatan kapasitas individu merupakan kunci dalam menciptakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Tong et al., 2024). Dalam konteks ini, peningkatan kemampuan pengelola dalam mengoperasikan sistem digital menunjukkan bahwa program pengabdian tidak hanya menghasilkan luaran teknologi, tetapi juga memperkuat kapasitas manusia sebagai penggerak utama pengelolaan wisata (Yaqin et al., 2025).

Dari aspek pemasaran, transformasi promosi dari media konvensional ke media digital menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam strategi komunikasi pemasaran destinasi wisata. Pemasaran digital memungkinkan penyampaian informasi yang lebih luas, interaktif, dan terukur dibandingkan dengan metode konvensional

(Call & Herber, 2022). Platform digital, termasuk website dan media sosial, memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi (Kefalis et al., 2025). Dalam pengabdian ini, penggunaan website sebagai media promosi utama tidak hanya meningkatkan visibilitas destinasi, tetapi juga memperkuat citra profesional dan kredibilitas layanan wisata religi. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi promosi tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung, tetapi juga pada peningkatan kualitas pengalaman wisatawan.

Lebih lanjut, hasil pengabdian ini menunjukkan adanya keterkaitan yang erat antara digitalisasi wisata dan pengembangan ekonomi kreatif masyarakat lokal. Integrasi antara pariwisata dan ekonomi kreatif mampu menciptakan nilai tambah melalui diversifikasi produk dan pengalaman wisata (Meyer et al., 2022). Dalam konteks kawasan Makam Sunan Pandanaran, peningkatan kualitas layanan dan promosi digital membuka peluang bagi pelaku usaha lokal, seperti pengrajin, pedagang, dan penyedia jasa wisata, untuk lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat bahwa pendekatan PAR yang dikombinasikan dengan inovasi digital mampu menjadi strategi efektif dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat. Integrasi antara peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan sistem informasi, dan transformasi promosi digital menghasilkan dampak yang holistik terhadap tata kelola wisata. Oleh karena itu, model pengabdian ini berpotensi untuk direplikasi pada destinasi wisata lainnya yang memiliki karakteristik serupa, khususnya dalam konteks pengembangan wisata berbasis komunitas dan digitalisasi layanan.

Tahap refleksi menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan tidak hanya menghasilkan luaran berupa sistem informasi digital, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dan pola pikir mitra dalam pengelolaan wisata. Mitra yang sebelumnya bergantung pada pola konvensional mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi informasi secara aktif dalam layanan dan promosi wisata. Proses refleksi bersama antara tim pengabdi dan mitra mengidentifikasi bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia dan dukungan kelembagaan. Hal ini menegaskan

bahwa transformasi digital dalam pengelolaan wisata memerlukan pendekatan yang holistik dan partisipatif agar dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, refleksi juga menunjukkan bahwa keberlanjutan program sangat dipengaruhi oleh tingkat kemandirian mitra dalam mengelola dan mengembangkan sistem yang telah dibangun. Pembentukan Tim Media BPH, dukungan pemerintah desa melalui penyusunan SOP dan alokasi anggaran, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan program. Temuan ini sejalan dengan prinsip PAR yang menekankan pentingnya keberlanjutan melalui pembelajaran kolektif dan penguatan kapasitas lokal. Dengan demikian, refleksi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai evaluasi, tetapi juga sebagai dasar untuk pengembangan program lanjutan yang lebih adaptif, inovatif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

4 Pembahasan

Pengabdian ini menunjukkan bahwa integrasi antara digitalisasi pariwisata dan penguatan ekonomi kreatif mampu menciptakan nilai tambah melalui diversifikasi produk dan pengalaman wisata. Dalam konteks kawasan Makam Sunan Pandanaran, peningkatan kualitas layanan informasi dan promosi digital melalui website memberikan peluang yang lebih luas bagi pelaku usaha lokal, seperti pengrajin, pedagang, dan penyedia jasa wisata, untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Integrasi pariwisata dan ekonomi kreatif mampu meningkatkan daya saing destinasi melalui penciptaan pengalaman wisata yang lebih beragam dan bernilai tambah.

Gambar 1. Pendampingan Pelaksanaan Kegiatan

Secara kelembagaan, hasil pengabdian menunjukkan adanya penguatan tata kelola melalui pembentukan Tim Media BPH yang didukung oleh Pemerintah Desa. Pembentukan struktur, penyusunan standar operasional prosedur (SOP), serta alokasi anggaran menunjukkan adanya institusionalisasi fungsi digital dalam pengelolaan wisata. Hal ini menandakan bahwa transformasi digital tidak hanya berhenti pada aspek teknologi, tetapi juga telah terintegrasi dalam sistem kelembagaan. Penguatan kelembagaan merupakan indikator penting dalam pemberdayaan masyarakat, karena menentukan keberlanjutan program dalam jangka Panjang (Khusaini et al., 2024). Dengan demikian, keberadaan Tim Media menjadi bukti bahwa hasil pengabdian telah mendorong perubahan struktural dalam tata kelola wisata.

Gambar 2. Pelatihan Pendampingan Mengembangan Website

Dari aspek kapasitas sumber daya manusia, hasil pengabdian menunjukkan peningkatan yang signifikan berdasarkan pengukuran pre-test dan post-test. Peningkatan pemahaman teknologi informasi dari 60% menjadi 95%, serta peningkatan kemampuan operasional dari 20% menjadi 90%, menunjukkan efektivitas pendekatan pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*). Temuan ini sejalan dengan teori *experiential learning* yang menekankan bahwa pembelajaran melalui pengalaman langsung lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi. Selain itu, peningkatan kapasitas ini menunjukkan bahwa pendekatan PAR mampu mendorong proses pembelajaran yang partisipatif dan berkelanjutan, di mana mitra tidak hanya menerima pengetahuan, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara mandiri.

Gambar 3. Suasana Pendampingan Pengembangan Digital Marketing

Pengembangan sistem informasi berbasis website sebagai luaran utama program juga menunjukkan dampak yang signifikan dalam peningkatan kualitas layanan dan promosi wisata. Website yang dikembangkan berfungsi sebagai pusat informasi digital yang mampu meningkatkan aksesibilitas informasi, memperluas jangkauan promosi, serta memperkuat branding destinasi. Teknologi informasi merupakan elemen kunci dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital. Selain itu, Xiang dan Gretzel (2010) menegaskan bahwa platform digital memiliki peran penting dalam membentuk persepsi wisatawan

terhadap suatu destinasi. Dalam konteks ini, peningkatan jumlah kunjungan website sebesar 80–120 kunjungan per hari menunjukkan adanya peningkatan visibilitas destinasi secara nyata.

Lebih lanjut, penguatan promosi digital juga berdampak pada peningkatan keterlibatan masyarakat dalam ekosistem wisata. Konten digital yang disajikan secara menarik dan informatif tidak hanya meningkatkan minat kunjungan, tetapi juga memperkuat citra destinasi secara profesional. Transformasi dari promosi konvensional ke digital ini mencerminkan perubahan paradigma dalam pemasaran wisata (Jan et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi promosi tidak hanya meningkatkan jangkauan pemasaran, tetapi juga meningkatkan kualitas interaksi antara pengelola dan wisatawan.

Dalam konteks pembangunan desa, hasil pengabdian ini juga relevan dengan kerangka Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menekankan pentingnya kemandirian desa melalui pengelolaan potensi lokal. Pengembangan wisata religi sebagai sumber Pendapatan Asli Desa (PADes) menunjukkan bahwa sektor pariwisata dapat menjadi alternatif strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan yang menempatkan desa sebagai subjek utama dalam pembangunan. Digitalisasi tata kelola wisata dalam pengabdian ini memperkuat kapasitas desa dalam mengelola potensi secara mandiri dan berkelanjutan (Ma'rifah & Nuphanudin, 2025).

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat bahwa pendekatan PAR yang dikombinasikan dengan inovasi digital merupakan strategi yang efektif dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat. Integrasi antara penguatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan sistem informasi, serta transformasi promosi digital menghasilkan dampak yang holistik terhadap tata kelola wisata. Oleh karena itu, model pengabdian ini memiliki potensi untuk direplikasi pada destinasi wisata lain dengan karakteristik serupa, khususnya dalam konteks pengembangan wisata berbasis komunitas dan digitalisasi layanan sebagai upaya mencapai pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

5 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) menunjukkan hasil yang signifikan dalam penguatan tata kelola wisata berbasis teknologi informasi di kawasan Makam Sunan Pandanaran. Program yang meliputi tahap sosialisasi, pelatihan, implementasi teknologi, serta evaluasi dan pendampingan berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam pengelolaan sistem informasi berbasis website, yang ditunjukkan melalui peningkatan kemampuan operasional dan pemanfaatan teknologi digital. Implementasi sistem informasi wisata serta dukungan infrastruktur jaringan internet turut meningkatkan kualitas layanan informasi, efektivitas promosi, dan pengelolaan wisata secara lebih terintegrasi. Selain itu, program ini juga mendorong keberlanjutan melalui diseminasi dan pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan wisata berbasis digital perlu terus didukung oleh kebijakan pemerintah, khususnya dalam optimalisasi pemanfaatan aset desa sebagai sumber pendapatan baru guna mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

6 Referensi

Azhaari, H. (2024). PARIWISATA RELIGI SEBAGAI PARIWISATA BERKELANJUTAN: PREFERENSI PENUNJANG EKONOMI KERAKYATAN DI KOTA SEMARANG. *JURNAL MANAJEMEN DAKWAH*, *10*(1), 1–26. https://doi.org/10.14421/jmd.2024.101.01

Call, D. R., & Herber, D. R. (2022). Applicability of the diffusion of innovation theory to accelerate model-based systems engineering adoption. *Systems Engineering*, *25*(6), 574–583. https://doi.org/10.1002/sys.21638

Costantino, C., Calleo, A., Benedetti, A. C., Bartolomei, C., & Predari, G. (2024). Fostering Resilient and Sustainable Rural Development through Nature-Based Tourism, Digital Technologies, and Built Heritage Preservation: The Experience of San Giovanni Lipioni, Italy. *Sustainability*, *16*(13). https://doi.org/10.3390/su16135588

Febrianto, A., Robiyono, R., Zainullah, Z., Wafi, A., & Firmansyah, F. (2022). PKM Pengembangan Wisata Edukasi Pedesaan Berbasis Budaya Berkelanjutan di Desa Kedung Caluk Krejengan Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *3*(3), 383–396. https://doi.org/10.33650/guyub.v3i3.4797

Firdaus, M., Winarti, S. E., & Minardi, M. (2023). PENDAMPINGAN KALURAHAN GARI MENUJU DESA BUDAYA DI KALURAHAN GARI KAPANEWON WONOSARI KABUPATEN GUNUNGKIDUL DIY. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, *4*(3), 120–136. https://doi.org/10.55314/jcoment.v4i3.511

Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, W., & Carvache-Franco, O. (2022). Segmentation of Religious Tourism by Motivations: A Study of the Pilgrimage to the City of Mecca. *Sustainability*, *14*(13). https://doi.org/10.3390/su14137861

Jan, A., Khan, M., Ajmal, M. M., & Patwary, A. K. (2023). From traditional advertising to digital marketing: Exploring electronic word of mouth through a theoretical lens in the hospitality and tourism industry. *Global Knowledge, Memory and Communication*, *74*(5–6), 1973–1999. https://doi.org/10.1108/GKMC-08-2022-0199

Kasnowihardjo, G., Murtono, T., Rostiyanti, A., Masyhudi, M., & Sukari, S. (2024). *An Effort of Archaeological Research to Support Sustainable Development Programs on the Sunan Pandanaran Sites, Klaten District, Central Java Province, Indonesia*. 209–216. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-251-4_30

Kefalis, C., Skordoulis, C., & Drigas, A. (2025). Digital Simulations in STEM Education: Insights from Recent Empirical Studies, a Systematic Review. *Encyclopedia*, *5*(1). https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010010

Khusaini, M., Finuliyah, F., Lestari, A. M., & Yulianti, N. (2024). Stakeholders Collaboration in Optimizing Tourism and Creative Economy Integration. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, *7*(2), 179–190. https://doi.org/10.17509/jithor.v7i2.75234

Li, P., Zhou, Y., & Huang, S. (2023). Role of information technology in the development of e-tourism marketing: A contextual suggestion. *Economic Analysis and Policy*, *78*, 307–318. https://doi.org/10.1016/j.eap.2023.03.010

Lubis, D. T. A. L., SE, Firmansyah, D. F., & Ningsih, D. I. M., SE ,. M. M. ,. Novita Sari S. E. ,. M

Ma'rifah, A., & Nuphanudin, N. (2025). Empowering rural communities through asset-based community development: Evidence from east java's desa berdaya program. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, *13*(4), 354–366. https://doi.org/10.29210/1196000

Meyer, C., Gerlitz, L., & Klein, M. (2022). Creativity as a Key Constituent for Smart Specialization Strategies (S3), What Is in It for Peripheral Regions? Co-creating Sustainable and Resilient Tourism with Cultural and Creative Industries. *Sustainability*, *14*(6). https://doi.org/10.3390/su14063469

Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, *121*, 103919. https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919

Nandiroh, U., & Susyanti, J. (2025). Peningkatan Literasi Pembukuan dan Kepatuhan Pajak UMKM Kuliner. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *6*(4), 1091–1109. https://10.33650/guyub.v6i4.12520

Nugroho, F., Mardhiyana, D., Wahyu Wijayati, I., Septiani, S., Purwanto, E., Suci, H., Hidayati, W., Hadikusumo, R., Talindong, A., Mahardiyanti, T., Nurdini, Siregar, R., Muliawan, P., Thamrin Tahir, M. I., & Pustaka, S. (2025). *PENELITIAN TINDAKAN KELAS: Konsep, Strategi, dan Transformasi*.

Shinde, K. A., & Olsen, D. H. (2022). Reframing the Intersections of Pilgrimage, Religious Tourism, and Sustainability. *Sustainability*, *15*(1). https://doi.org/10.3390/su15010461

Tong, J., Li, Y., & Yang, Y. (2024). System Construction, Tourism Empowerment, and Community Participation: The Sustainable Way of

Rural Tourism Development. *Sustainability*, *16*(1). https://doi.org/10.3390/su16010422

Wood, L., & McAteer, M. (2023). The affordances of PAR for a school-community partnership to enhance learner support in socio-economically challenged communities. *Action Research*, *21*(1), 62–80. https://doi.org/10.1177/14767503211023133

Yaqin, M. A., Khairi, M., & Pradani, R. F. E. (2025). Optimalisasi Digital Marketing dan E-Commerce Berbasis Notifikasi untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kampoenk Snack Probolinggo. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, *6*(4), 1153–1172. https://doi.org/10.33650/guyub.v6i4.12576