GUYUB: *Journal of Community Engagement* Vol. 7, No. 3, Juli-September 2026
p-ISSN: 2723-1232; e-ISSN: 2723-1224 DOI: http://doi.org/10.33650/guyub.v7i3.14475

Mengintegrasikan Potensi Desa, Menguatkan Ekonomi Lokal: Program *Rama Sinta* sebagai Model Wisata Terintegrasi

Moh. Khoirul Fatih[1], Ramanda Zakki Saputra[2], Fuad Nur Kholish[3]

Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia[1,2,3]
{Khoirulfatih12@gmail.com[1], Ramazakki111@gmail.com[2], fuadnur20@gmail.com[3]}

Submission: 2026-02-11 *Received*: 2026-09-29 *Published*: 2026-09-30

Keywords: *Community Assistance; Integrated Tourism; Paciran; Rama Sinta; Rural Economic Self-Reliance.*

Abstract. *Rural economic development in Paciran District, Lamongan Regency, faces an urgent challenge in integrating diverse tourism assets with local productive economic activities. Tourism potential, cultural and religious resources, and community-based businesses remain fragmented, limiting their contribution to sustainable local economic development. This community service program aimed to strengthen community capacity and integrate local assets through the Rama Sinta Program (Integrated Tourism Package). The program was implemented in six villages: Sendangduwur, Sendang Agung, Kranji, Drajat, Kemantren, and Sidokelar. The program employed an Asset-Based Community Development (ABCD) approach combined with Community-Based Tourism (CBT), implemented through asset mapping, capacity assessment, training and mentoring, integrated tourism package development, digital promotion, field trials, and monitoring and evaluation. The results showed an increase in community management capacity from an average score of 48 to 89, representing an 85.42% increase. Weekly tourist visits increased from 100 to 260, or 160%. The program also produced nine digital promotional contents, mapped approximately 60 MSMEs across the six villages, and established one integrated tourism package connecting the six villages. These outcomes demonstrate that Rama Sinta strengthens community capacity, expands tourism promotion, connects local MSMEs with tourism activities, and creates an integrated cross-village economic ecosystem. The model provides a practical framework for transforming dispersed local assets into value-added and sustainable economic activities and has potential for replication in areas with similar characteristics.*

Katakunci:
Pendampingan Masyarakat, Kemandirian Ekonomi Desa, Pariwisata Terintegrasi, Rama Sinta, Paciran

Abstrak. Pengembangan ekonomi desa di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, menghadapi urgensi dalam mengintegrasikan beragam potensi wisata dengan aktivitas ekonomi produktif masyarakat. Potensi wisata religi, budaya, alam, serta produk UMKM masih cenderung dikelola secara parsial sehingga belum optimal dalam menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas masyarakat sekaligus mengintegrasikan aset lokal melalui Program *Rama Sinta* (Paket

Wisata Rama Terintegrasi). Kegiatan dilaksanakan di enam desa, yaitu Sendangduwur, Sendang Agung, Kranji, Drajat, Kemantren, dan Sidokelar. Metode yang digunakan adalah Asset-Based Community Development (ABCD) yang dipadukan dengan Community-Based Tourism (CBT) melalui pemetaan aset, asesmen kapasitas, pelatihan dan pendampingan, penyusunan paket wisata terintegrasi, penguatan promosi digital, uji coba, serta monitoring dan evaluasi. Hasil menunjukkan peningkatan kapasitas pengelolaan dari nilai rata-rata 48 menjadi 89 atau meningkat 85,42%. Rata-rata kunjungan wisata meningkat dari 100 menjadi 260 wisatawan per minggu atau sebesar 160%. Program juga menghasilkan 9 konten promosi digital, memetakan sekitar 60 UMKM dari enam desa, dan membentuk satu paket wisata terintegrasi yang menghubungkan keenam desa. Dampaknya terlihat pada meningkatnya kapasitas masyarakat, penguatan promosi wisata, keterhubungan UMKM dengan aktivitas pariwisata, serta terbentuknya ekosistem ekonomi lintas desa. Program *Rama Sinta* menunjukkan bahwa integrasi aset lokal berbasis kolaborasi dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi desa yang berkelanjutan dan berpotensi direplikasi pada wilayah dengan karakteristik serupa.

1 Pendahuluan

Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, merupakan salah satu wilayah yang memiliki keragaman potensi ekonomi berbasis pariwisata, budaya, dan aktivitas ekonomi masyarakat, meliputi wisata religi, wisata pantai, warisan sejarah dan budaya, produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), kuliner lokal, kerajinan, serta berbagai aktivitas ekonomi masyarakat di sekitar kawasan wisata. Keberagaman potensi tersebut memberikan peluang untuk dikembangkan sebagai bagian dari rantai ekonomi pariwisata, tetapi keberadaan berbagai potensi lokal belum secara otomatis menghasilkan keterhubungan antarsektor yang mampu memperluas manfaat ekonomi bagi masyarakat (Febrianto et al., 2022). Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang tidak hanya berorientasi pada pengembangan destinasi wisata, tetapi juga pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi lokal menjadi produk dan aktivitas ekonomi yang memiliki nilai tambah (Vasileiadou, 2024).

Pemilihan Kecamatan Paciran sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada karakteristik wilayah yang memiliki konsentrasi potensi

wisata dan aktivitas ekonomi masyarakat yang relatif beragam. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan sejumlah potensi yang dapat dikembangkan melalui integrasi antardesa, yaitu potensi wisata religi dan sejarah di Desa Sendangduwur, potensi wisata dan aktivitas ekonomi masyarakat di Desa Sendang Agung, potensi wisata religi di Desa Kranji dan Desa Drajat, potensi pengembangan ekonomi berbasis pertanian dan peternakan di Desa Kemantren, serta potensi ekonomi masyarakat di Desa Sidokelar. Keragaman tersebut menjadi dasar pemilihan enam desa sebagai lokasi mitra karena masing-masing memiliki sumber daya dan aktivitas ekonomi yang saling melengkapi apabila dikembangkan dalam suatu jaringan paket wisata terintegrasi. Kajian mengenai tourism SMEs menunjukkan bahwa adopsi pemasaran digital merupakan bagian penting dalam pengembangan kapasitas pemasaran usaha pariwisata (Sharma & Sharma, 2024).

Hasil observasi lapangan juga menunjukkan adanya sejumlah permasalahan yang dihadapi masyarakat mitra. Potensi wisata dan produk ekonomi lokal masih cenderung dikelola secara parsial pada masing-masing desa sehingga belum terhubung dalam suatu produk wisata yang terintegrasi. Pelaku ekonomi masyarakat juga masih menghadapi kebutuhan peningkatan kapasitas dalam pengemasan produk, manajemen usaha, pemasaran, dan pemanfaatan media digital (Lapuz, 2023).

Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi kreatif yang berada di sekitar destinasi wisata belum sepenuhnya terhubung dengan aktivitas kunjungan wisatawan. Permasalahan lainnya berkaitan dengan belum optimalnya koordinasi antarpelaku dan antardesa dalam mengembangkan produk wisata yang menghubungkan destinasi, produk lokal, jasa pendukung, dan aktivitas ekonomi masyarakat (Reina-Usuga et al., 2024). Konsep tersebut sejalan dengan perspektif tourism value chain yang menempatkan masyarakat lokal bukan hanya sebagai penerima manfaat, tetapi sebagai pelaku yang dapat memiliki peran dalam penyediaan barang, jasa, dan aktivitas ekonomi sepanjang rantai nilai pariwisata (Chambwe & Saayman, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, konsep kemandirian ekonomi dalam pengabdian ini tidak dimaknai secara abstrak sebagai kemampuan desa

untuk berdiri sendiri, tetapi secara operasional diarahkan pada peningkatan kemampuan masyarakat untuk mengelola potensi lokal, menghasilkan dan mengembangkan produk ekonomi, melakukan pemasaran, serta memperoleh peluang pendapatan dari keterlibatan dalam rantai aktivitas pariwisata. Dengan demikian, aspek yang ditingkatkan meliputi kapasitas pengelolaan potensi wisata, kemampuan manajemen usaha, pengembangan produk ekonomi kreatif, pemasaran, diversifikasi sumber pendapatan, dan kemampuan membangun kerja sama antarpelaku serta antardesa.

Pendekatan wisata berbasis komunitas relevan digunakan dalam konteks tersebut karena menempatkan masyarakat lokal sebagai bagian penting dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan aktivitas pariwisata. Pendekatan ini memungkinkan masyarakat tidak hanya ditempatkan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku yang terlibat dalam penyediaan produk dan jasa wisata. Dalam konteks Paciran, pendekatan tersebut diterapkan dengan menghubungkan potensi destinasi dengan pelaku UMKM, kelompok masyarakat, penyedia jasa wisata, dan kelembagaan desa sehingga aktivitas pariwisata dapat memiliki keterkaitan langsung dengan kegiatan ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan wisata berbasis komunitas dalam program ini diarahkan pada penguatan kapasitas dan partisipasi masyarakat dalam rantai nilai pariwisata, bukan semata-mata pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Program *Rama Sinta* (Paket Wisata Rama Terintegrasi) dikembangkan sebagai solusi atas permasalahan tersebut melalui integrasi potensi wisata dan ekonomi masyarakat dari enam desa mitra. Program ini tidak sekadar menyusun perjalanan wisata, tetapi mengembangkan keterhubungan antara destinasi wisata, produk ekonomi kreatif, kuliner, jasa masyarakat, dan aktivitas edukatif dalam satu rangkaian paket. Integrasi tersebut diharapkan dapat membuka ruang keterlibatan yang lebih luas bagi masyarakat dalam aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata. Pendampingan dilakukan melalui pemetaan potensi, penguatan kapasitas sumber daya manusia, pendampingan kelembagaan dan manajemen usaha, pengembangan

produk, penyusunan paket wisata, serta penguatan promosi dan jejaring kerja sama antarpemangku kepentingan.

Kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada upaya mengintegrasikan potensi ekonomi dan wisata yang tersebar di beberapa desa ke dalam satu model paket wisata lintas desa. Model ini menggeser orientasi pengembangan dari pengelolaan destinasi secara individual menuju keterhubungan antarpotensi dalam satu rantai nilai pariwisata. Dengan model tersebut, destinasi wisata tidak berdiri sendiri, tetapi dihubungkan dengan produk ekonomi kreatif dan aktivitas ekonomi masyarakat yang berada di wilayah sekitarnya. Kebaruan lainnya terletak pada penekanan terhadap peningkatan kapasitas masyarakat sebagai pelaku ekonomi, khususnya dalam pengelolaan destinasi, pengembangan produk, manajemen usaha, pemasaran, dan pembentukan jejaring kolaborasi.

Atas dasar permasalahan dan potensi tersebut, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat di Desa Sendangduwur, Sendang Agung, Kranji, Drajat, Kemantren, dan Sidokelar dalam mengelola potensi wisata dan ekonomi kreatif melalui Program Rama Sinta, dengan fokus pada pemetaan dan integrasi potensi lokal, penguatan kapasitas pengelolaan dan manajemen usaha, pengembangan produk dan paket wisata terintegrasi, peningkatan kemampuan promosi dan pemasaran, serta penguatan kolaborasi antarmasyarakat, pemerintah desa, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan terkait.

2 Metode

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang dipadukan dengan *Community-Based Tourism* (CBT) untuk mengembangkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui *Rama Sinta* di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan. Pendekatan ABCD digunakan untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan aset lokal yang telah dimiliki masyarakat, sedangkan CBT menempatkan masyarakat sebagai pelaku

utama dalam perencanaan, pengelolaan, promosi, dan pengembangan destinasi wisata.

Pelaksanaan program dilakukan secara partisipatif melalui tahapan identifikasi aset, pemetaan potensi dan kebutuhan, penguatan kapasitas, perancangan paket wisata, penguatan promosi digital, implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Tahapan tersebut diarahkan untuk menghasilkan paket wisata yang mengintegrasikan aset alam, budaya, religi, ekonomi kreatif, dan produk UMKM masyarakat.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Program Rama Sinta

Tahap	Kegiatan	Output	Indikator
Pemetaan dan Asesmen	Pemetaan potensi wisata, UMKM, serta kebutuhan dan kapasitas pengelola	Peta aset dan profil kapasitas	Data potensi dan kondisi awal tersedia
Penguatan Kapasitas	Pelatihan pengelolaan wisata, produk, usaha, dan pemasaran	Peningkatan keterampilan masyarakat	Kemampuan meningkat minimal 30%
Pengembangan Paket Wisata	Integrasi destinasi, budaya, kuliner, UMKM, dan aktivitas masyarakat	Paket Wisata Rama Sinta	Minimal 1 paket wisata terbentuk
Promosi dan Uji Coba	Promosi digital dan uji coba paket wisata	Konten promosi dan paket teruji	Minimal 3 kanal digital dan 1 kali uji coba
Monitoring dan Evaluasi	Mengukur perubahan	Data capaian dan rekomendasi	Peningkatan capaian program terukur

Pelaksanaan Program *Rama Sinta* diawali dengan pemetaan aset dan asesmen kapasitas masyarakat pada desa mitra, meliputi potensi alam, religi, budaya, UMKM, kuliner, komunitas, serta fasilitas pendukung wisata. Selanjutnya dilakukan asesmen terhadap

kemampuan pengelola dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi, pelayanan wisata, pengemasan produk, pengelolaan usaha, dan promosi digital. Hasil asesmen menjadi baseline untuk menentukan kebutuhan pendampingan. Penguatan kapasitas kemudian dilakukan melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan yang mencakup pengelolaan destinasi, penyusunan itinerary, pengemasan produk lokal, manajemen usaha, dan pemasaran digital, dengan target peningkatan kapasitas minimal 30%.

Tahap berikutnya adalah pengembangan dan implementasi Paket Wisata *Rama Sinta* Terintegrasi melalui penyusunan rute yang menghubungkan destinasi, produk lokal, kuliner, UMKM, dan aktivitas masyarakat. Paket dilengkapi dengan informasi destinasi, urutan perjalanan, durasi, aktivitas, fasilitas, harga, dan mekanisme pemesanan sehingga siap dipasarkan. Program kemudian diperkuat melalui promosi digital berupa foto, video, katalog, dan konten media sosial, dilanjutkan dengan uji coba paket untuk mengevaluasi kesiapan rute, pelayanan, koordinasi, dan respons wisatawan. Tahap akhir dilakukan melalui monitoring dan evaluasi dengan membandingkan kondisi awal dan setelah program pada aspek kapasitas pengelolaan, kunjungan wisata, promosi digital, dan keberfungsian Paket Wisata *Rama Sinta* Terintegras

3 Hasil

Pelaksanaan Program *Rama Sinta* pada enam desa di Kecamatan Paciran menunjukkan adanya perubahan terukur pada kapasitas pengelolaan, kunjungan wisata, promosi digital, keterlibatan UMKM, dan integrasi potensi wisata antardesa. Hasil utama program menunjukkan bahwa pendekatan berbasis aset tidak hanya menghasilkan peningkatan kemampuan masyarakat, tetapi juga mendorong terbentuknya hubungan antara potensi wisata, produk ekonomi lokal, promosi, dan aktivitas kunjungan wisata. Dengan demikian, capaian program dapat dilihat sebagai perubahan dari kondisi potensi desa yang sebelumnya berjalan secara parsial menuju pemanfaatan yang lebih terintegrasi. Hasil dalam pelaksanaan kegiatan bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Perubahan Indikator Keberhasilan Program Pengembangan Wisata Terpadu

Indikator Hasil	Sebelum	Sesudah	Perubahan
Kapasitas pengelolaan masyarakat	48	89	+41 poin (85,42%)
Kunjungan wisata per minggu	100 orang	260 orang	+160 orang (160%)
Konten promosi digital	-	9 konten	9 konten dihasilkan
Potensi UMKM	±10 UMKM/desa	±10 UMKM/desa	±60 UMKM dari 6 desa terpetakan
Integrasi destinasi wisata	Berjalan secara terpisah	1 paket wisata terintegrasi	Terbentuk Paket Rama Sinta
Desa yang terintegrasi	Belum integrasi	6 desa	6 desa terhubung dalam satu paket wisata

Perubahan paling nyata terlihat pada kapasitas pengelolaan masyarakat dan pengelola wisata. Nilai rata-rata hasil asesmen meningkat dari 48 sebelum pendampingan menjadi 89 setelah pendampingan, atau bertambah 41 poin (85,42%). Peningkatan ini menunjukkan perubahan yang cukup besar pada pemahaman mitra mengenai pengelolaan potensi wisata, pengemasan produk lokal, penyusunan paket wisata, dan pengembangan wisata berbasis kolaborasi antardesa. Hasil tersebut juga memperlihatkan bahwa keberhasilan pendampingan tidak hanya ditunjukkan melalui kehadiran peserta dalam pelatihan, tetapi melalui kemampuan mereka menghasilkan dan menerapkan komponen pengelolaan wisata yang telah didampingi.

Peningkatan kapasitas tersebut menjadi penting karena pengelolaan wisata terintegrasi membutuhkan kemampuan masyarakat untuk melihat aset desa secara lebih luas. Sebelum program, berbagai aset wisata dan ekonomi masih cenderung dikelola secara terpisah. Setelah pendampingan, masyarakat mulai mampu menghubungkan destinasi dengan produk UMKM dan aktivitas ekonomi lokal. Dengan

kata lain, perubahan yang terjadi bukan hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada cara masyarakat memandang dan mengorganisasi potensi desa sebagai bagian dari pengalaman wisata yang saling terhubung.

Temuan berikutnya terlihat pada peningkatan kunjungan wisata. Rata-rata jumlah wisatawan meningkat dari 100 orang menjadi 260 orang per minggu, atau bertambah 160 wisatawan per minggu (160%). Peningkatan ini menjadi salah satu hasil kuantitatif paling jelas dari pelaksanaan program. Integrasi destinasi ke dalam satu paket wisata yang disertai dengan penguatan promosi digital memberikan saluran yang lebih terstruktur untuk memperkenalkan beberapa potensi desa dalam satu rangkaian perjalanan. Apabila pola peningkatan tersebut dapat dipertahankan, tambahan kunjungan tersebut juga membuka peluang transaksi bagi UMKM, penyedia kuliner, pemandu wisata, dan penyedia layanan pendukung lainnya.

Pada aspek promosi digital, program menghasilkan 9 konten digital yang memuat informasi mengenai destinasi, aktivitas masyarakat, dan produk ekonomi lokal. Temuan ini menunjukkan adanya perubahan pola promosi dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan media digital. Konten yang dihasilkan tidak hanya mempromosikan destinasi secara individual, tetapi mulai membangun narasi mengenai *Rama Sinta* sebagai wisata terintegrasi. Karena tidak tersedia data pembanding mengenai jumlah konten sebelum program, capaian ini secara metodologis disajikan sebagai jumlah output, bukan sebagai persentase peningkatan.

Hasil lain yang penting adalah terpetakannya sekitar 60 UMKM pada enam desa sasaran, dengan rata-rata sekitar 10 UMKM per desa. Keterlibatan UMKM diarahkan pada penyediaan kuliner, makanan khas, produk olahan, dan produk lokal yang dapat menjadi bagian dari pengalaman wisata. Temuan ini memperlihatkan bahwa manfaat program tidak diarahkan hanya kepada pengelola destinasi, tetapi juga diperluas kepada pelaku ekonomi lokal. Integrasi UMKM ke dalam paket wisata menciptakan peluang agar aktivitas kunjungan wisata memiliki keterkaitan langsung dengan transaksi dan aktivitas ekonomi masyarakat.

Capaian strategis program ditunjukkan melalui terbentuknya satu Paket Wisata *Rama Sinta* yang menghubungkan enam desa. Paket tersebut mengintegrasikan potensi religi, sejarah, budaya, alam, kuliner, dan produk UMKM dalam satu rangkaian perjalanan. Perubahan ini penting karena kondisi awal menunjukkan bahwa destinasi antardesa masih berjalan secara terpisah, sedangkan setelah program terbentuk model perjalanan yang menghubungkan Sendangduwur, Sendang Agung, Kranji, Drajat, Kemantren, dan Sidokelar. Dengan demikian, setiap desa tidak lagi hanya diposisikan sebagai lokasi tujuan tersendiri, tetapi sebagai bagian dari satu pengalaman wisata lintas desa.

Jika seluruh hasil tersebut dilihat secara bersama, terdapat empat perubahan utama yang memperlihatkan keberhasilan implementasi Program Rama Sinta. Pertama, kapasitas pengelolaan meningkat 85,42%. Kedua, kunjungan wisata meningkat 160%, dari 100 menjadi 260 wisatawan per minggu. Ketiga, dihasilkan 9 konten promosi digital sebagai instrumen pemasaran wisata. Keempat, terbentuk 1 paket wisata terintegrasi yang menghubungkan 6 desa dan melibatkan potensi sekitar 60 UMKM. Seluruh capaian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan promosi, integrasi produk wisata, dan peningkatan kunjungan.

Dari perspektif kemandirian ekonomi desa, hasil tersebut menunjukkan bahwa Program *Rama Sinta* telah bergerak melampaui pola pendampingan yang hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan. Peningkatan kapasitas sebesar 85,42% memberikan fondasi bagi masyarakat untuk mengelola aset wisata secara lebih terstruktur, sedangkan peningkatan kunjungan sebesar 160% memperbesar peluang interaksi ekonomi antara wisatawan dan masyarakat. Pada saat yang sama, keterhubungan sekitar 60 UMKM serta terbentuknya paket wisata lintas enam desa memperluas ruang partisipasi ekonomi masyarakat dalam ekosistem pariwisata.

Dengan demikian, temuan utama Program *Rama Sinta* adalah terbentuknya keterhubungan antara aset, kapasitas, promosi, kunjungan, dan aktivitas ekonomi lokal. Program tidak hanya menghasilkan peningkatan pada masing-masing indikator, tetapi mulai membentuk mekanisme yang menghubungkan satu capaian dengan

capaian lainnya: peningkatan kapasitas memperkuat pengelolaan, promosi digital memperluas informasi, paket wisata mengintegrasikan aset antardesa, peningkatan kunjungan membuka peluang transaksi, dan keterlibatan UMKM memperluas distribusi manfaat ekonomi. Secara keseluruhan, program menghasilkan peningkatan kapasitas 85,42%, peningkatan kunjungan 160%, 9 konten digital, sekitar 60 UMKM yang terpetakan sebagai mitra ekonomi, serta 1 paket wisata terintegrasi yang menghubungkan 6 desa.

4 Pembahasan

Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Rama Sinta

Hasil pelaksanaan Program *Rama Sinta* menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis aset mampu mendorong perubahan kapasitas masyarakat dari sekadar mengenali potensi lokal menjadi mampu mengelolanya sebagai bagian dari aktivitas wisata dan ekonomi. Temuan ini terlihat dari peningkatan nilai rata-rata pengetahuan dan kapasitas mitra, yaitu dari 48 pada *pre-test* menjadi 89 pada *post-test* atau meningkat sebesar 85,42%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa proses pendampingan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi mulai menghasilkan kemampuan masyarakat untuk mengidentifikasi aset, mengemas potensi lokal, mengembangkan produk wisata, dan menghubungkan aktivitas wisata dengan kegiatan ekonomi masyarakat.

Temuan tersebut memperkuat perspektif pemberdayaan yang menempatkan peningkatan kapasitas dan kemampuan mengambil keputusan sebagai bagian penting dari proses menuju kemandirian masyarakat (Obiagu, 2025). Dalam konteks Program *Rama Sinta*, masyarakat tidak ditempatkan sebagai penerima manfaat pasif, tetapi dilibatkan dalam menentukan potensi yang dikembangkan, bentuk paket wisata, produk yang ditawarkan, serta pola kolaborasi antardesa. Dengan demikian, peningkatan kapasitas sebesar 85,42% dapat dibaca sebagai indikasi bahwa pemberdayaan telah menghasilkan perubahan pada kemampuan internal masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan pemberdayaan yang menekankan penguatan kemampuan masyarakat

agar mampu mengelola sumber daya dan menentukan arah pengembangannya sendiri (Yudarwati & Gregory, 2022).

Dari perspektif *Asset-Based Community Development* (ABCD), perubahan tersebut menunjukkan bahwa aset yang sebelumnya tersebar mulai dimobilisasi menjadi sumber daya produktif. Enam desa sasaran memiliki karakteristik dan aset yang berbeda, meliputi wisata religi, sejarah, budaya, pesisir, serta produk ekonomi masyarakat. Program *Rama Sinta* menghubungkan aset tersebut sehingga nilai ekonomi tidak hanya bertumpu pada satu destinasi. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa kekuatan pemberdayaan tidak selalu berasal dari pemberian sumber daya baru dari luar masyarakat, tetapi dapat dibangun melalui identifikasi, penguatan, dan integrasi aset yang telah tersedia di dalam komunitas (Carmen et al., 2023).

Integrasi Wisata dan Penguatan Ekonomi Lokal

Salah satu temuan penting dari program adalah terbentuknya Paket Wisata *Rama Sinta* yang mengintegrasikan destinasi pada enam desa sasaran. Sebelum pendampingan, potensi wisata cenderung dikembangkan dan dipromosikan secara terpisah. Setelah program, potensi tersebut dirangkai menjadi satu sistem paket perjalanan yang menghubungkan wisata religi, budaya, sejarah, pesisir, dan produk ekonomi masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi antar desa dapat menciptakan nilai tambah karena wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih beragam dalam satu rangkaian perjalanan, sementara masyarakat memperoleh peluang untuk terlibat pada berbagai titik aktivitas wisata (Carmen et al., 2023).

Kondisi tersebut relevan dengan prinsip *Community-Based Tourism* (CBT) yang menempatkan masyarakat sebagai bagian penting dalam pengelolaan dan distribusi manfaat pariwisata. Dalam Program Rama Sinta, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penyedia atraksi, tetapi juga terlibat melalui UMKM, kuliner, jasa pemandu, dan layanan pendukung lainnya. Dengan rata-rata 10 UMKM pada setiap desa, terdapat sekitar 60 UMKM dari enam desa yang menjadi bagian dari potensi ekonomi yang dapat dihubungkan dengan aktivitas wisata. Integrasi tersebut memperluas ruang partisipasi ekonomi masyarakat sehingga manfaat wisata berpotensi tidak hanya terkonsentrasi pada

pengelola destinasi, tetapi juga menyebar kepada pelaku usaha lokal (Bakalo et al., 2025).

Temuan ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan melalui wisata dapat berfungsi sebagai mekanisme penghubung antara aset lokal, aktivitas wisata, dan peluang ekonomi (Turčinović et al., 2025). Artinya, keberhasilan program tidak cukup dilihat dari terbentuknya destinasi atau paket perjalanan, tetapi dari sejauh mana wisata mampu menciptakan ruang bagi masyarakat untuk menghasilkan dan memasarkan produk maupun jasa. Dalam konteks ini, UMKM menjadi salah satu instrumen penting untuk mengubah peningkatan arus wisatawan menjadi aktivitas ekonomi yang lebih nyata (Purnomo & Purwandari, 2025).

Peningkatan Kunjungan sebagai Dampak Program

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa rata-rata kunjungan wisata meningkat dari 100 wisatawan per minggu menjadi 260 wisatawan per minggu, atau mengalami peningkatan sebesar 160%. Kenaikan tersebut menjadi indikator penting karena menunjukkan bahwa pengembangan paket wisata dan penguatan promosi memberikan respons positif terhadap daya tarik wisata yang dikembangkan. Secara absolut, terdapat tambahan sekitar 160 kunjungan per minggu dibandingkan kondisi awal.

Jika dikaitkan dengan perspektif pemberdayaan ekonomi peningkatan kunjungan tersebut memiliki arti lebih luas daripada sekadar pertumbuhan jumlah wisatawan (Gautam & Bhalla, 2024). Bertambahnya wisatawan menciptakan peluang terjadinya transaksi terhadap produk dan jasa masyarakat, seperti kuliner, produk UMKM, jasa pemandu, serta layanan pendukung wisata. Dengan demikian, peningkatan kunjungan dapat menjadi jalur awal terbentuknya *multiplier effect* ekonomi lokal. Namun, dampak terhadap pendapatan masyarakat perlu terus dipantau melalui indikator transaksi dan pendapatan UMKM agar hubungan antara peningkatan kunjungan dan peningkatan kesejahteraan dapat dibuktikan secara lebih kuat.

Temuan ini juga memperlihatkan pentingnya integrasi dalam pengembangan wisata desa. Apabila destinasi dikembangkan secara sendiri-sendiri, wisatawan cenderung memiliki pilihan kunjungan yang

terbatas (Sengoz et al., 2025). Sebaliknya, paket *Rama Sinta* menawarkan rangkaian destinasi dari beberapa desa sehingga memperpanjang kemungkinan aktivitas wisata dan memperbesar ruang interaksi ekonomi antara wisatawan dengan masyarakat lokal. Dengan demikian, integrasi antardesa menjadi strategi untuk meningkatkan nilai ekonomi dari aset yang sebelumnya tersebar.

Transformasi Promosi melalui Digitalisasi

Selain peningkatan kapasitas dan kunjungan, Program *Rama Sinta* menghasilkan 9 konten promosi digital yang digunakan untuk memperkenalkan destinasi dan potensi ekonomi masyarakat. Temuan tersebut menunjukkan adanya perubahan strategi promosi menuju pemanfaatan media digital sebagai sarana memperluas jangkauan informasi wisata. Konten digital juga berfungsi menghubungkan berbagai destinasi dalam satu identitas *Rama Sinta* sehingga promosi tidak lagi semata-mata bersifat individual berdasarkan desa atau objek wisata (Wisnawa, 2024).

Dalam perspektif pemberdayaan, digitalisasi memiliki fungsi strategis karena memberikan masyarakat kemampuan untuk mengakses dan mengelola saluran pemasaran secara lebih mandiri (Li et al., 2024). Masyarakat tidak hanya menjadi objek promosi yang dibuat oleh pihak luar, tetapi mulai memiliki kapasitas untuk memproduksi dan menyebarluaskan informasi mengenai aset dan produk mereka sendiri. Dengan demikian, sembilan konten digital yang dihasilkan merupakan output konkret peningkatan kapasitas promosi, meskipun persentase peningkatan belum dapat dihitung karena data jumlah konten sebelum program tidak tersedia.

Digitalisasi juga memperkuat keberlanjutan model *Rama Sinta* karena promosi dapat dilakukan secara berulang dengan biaya relatif lebih rendah dibandingkan promosi konvensional. Ke depan, keberhasilan aspek ini tidak hanya perlu diukur dari jumlah konten yang diproduksi, tetapi juga dari jangkauan, interaksi, pertanyaan calon wisatawan, konversi menjadi kunjungan, dan transaksi produk UMKM (Yaqin et al., 2025). Dengan indikator tersebut, efektivitas promosi digital dapat dikaitkan secara lebih langsung dengan dampak ekonomi program.

Rama Sinta sebagai Model Integrasi Pemberdayaan

Jika keseluruhan temuan tersebut dibaca secara terpadu, Program *Rama Sinta* memperlihatkan hubungan antara peningkatan kapasitas, integrasi aset, digitalisasi promosi, peningkatan kunjungan, dan keterlibatan UMKM. Peningkatan kapasitas sebesar 85,42% memberikan modal manusia bagi masyarakat untuk mengelola wisata; pembentukan paket terintegrasi menghubungkan aset enam desa; sembilan konten digital memperkuat pemasaran; sedangkan peningkatan kunjungan sebesar 160% menciptakan peluang interaksi ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat.

Dengan demikian, kontribusi utama Program *Rama Sinta* bukan hanya menghasilkan paket wisata baru, tetapi membangun mekanisme pemberdayaan yang menghubungkan aset lokal dengan pasar wisata. Hal tersebut memperkuat gagasan bahwa pemberdayaan berbasis aset akan lebih efektif apabila aset yang telah dimiliki masyarakat tidak dikembangkan secara sendiri-sendiri, tetapi diintegrasikan melalui kelembagaan, promosi, dan jaringan ekonomi (Armour et al., 2026). Dalam konteks ini, keberadaan BUMDes, Pokdarwis, pemerintah desa, dan pelaku UMKM menjadi unsur penting dalam memastikan bahwa integrasi wisata dapat diterjemahkan menjadi aktivitas ekonomi masyarakat (Saputro et al., 2026).

Temuan pengabdian ini sekaligus menunjukkan bahwa kemandirian ekonomi desa tidak terbentuk hanya melalui peningkatan pendapatan secara langsung, tetapi diawali dengan penguatan kapasitas masyarakat, kemampuan mengelola aset, akses terhadap pasar, dan terbentuknya jejaring ekonomi (Sutomo et al., 2024). Oleh karena itu, Program *Rama Sinta* dapat dipahami sebagai model pemberdayaan berbasis aset yang menggabungkan prinsip ABCD dan CBT melalui integrasi destinasi wisata dengan UMKM. Keberlanjutan model ini selanjutnya sangat bergantung pada kemampuan kelembagaan lokal dalam mempertahankan pengelolaan paket, memperbarui promosi digital, menjaga kualitas layanan, meningkatkan kunjungan, dan memastikan distribusi manfaat ekonomi secara proporsional kepada masyarakat di enam desa sasaran.

5 Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Program *Rama Sinta* di Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, menunjukkan bahwa pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) mampu mengoptimalkan aset lokal melalui wisata terintegrasi dan penguatan ekonomi masyarakat. Pendampingan meningkatkan kapasitas pengelolaan dari 48 menjadi 89 (85,42%) dan kunjungan wisata dari 100 menjadi 260 wisatawan per minggu (160%). Program juga menghasilkan 9 konten digital, menghubungkan sekitar 60 UMKM dari enam desa, serta membentuk Paket Wisata *Rama Sinta* yang mengintegrasikan berbagai potensi lokal. Capaian tersebut menunjukkan bahwa integrasi aset, kapasitas masyarakat, promosi digital, dan kolaborasi dapat mengubah pengelolaan wisata dari pola parsial menjadi lebih terintegrasi serta membuka peluang ekonomi masyarakat.

6 Pengakuan

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia melalui program Litapdimas Tahun 2025 yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) IAI Tarbiyatut Tholabah Lamongan, pemerintah desa, pemerintah kecamatan paciran kabupaten Lamongan, tokoh masyarakat, kelompok UMKM, pengelola wisata desa, serta seluruh masyarakat desa dampingan di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan yang telah berpartisipasi aktif dan mendukung keberhasilan kegiatan ini.

7 Referensi

Armour, S. J., Yarwood, G., McLaughlin, H., & Robinson, J. (2026). Empowering people and communities? The power of stories in asset-based approaches to health inequalities. SSM - Qualitative Research in Health, 9, 100720. https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2026.100720

Bakalo, N., Makhovka, V., Krekoten, I., Glebova, A., & Kulakova, S. (2025). Local tourism as financial and economic development driver of the community: Management aspect. World Development Perspectives, 38, 100693. https://doi.org/10.1016/j.wdp.2025.100693

Carmen, E., Fazey, I., Bergseng, A. M., & Om, E. S. (2023). Building policy synergies: A case of community resilience, climate change and community empowerment policies in Scotland. Environmental Science & Policy, 150, 103579. https://doi.org/10.1016/j.envsci.2023.103579

Chambwe, M., & Saayman, A. (2025). A framework for tourism value chain ownership in rural communities. Community Development Journal, 60(2), 323–340. https://doi.org/10.1093/cdj/bsae022

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

Gautam, V., & Bhalla, S. (2024). Exploring the relationships among tourism involvement, residents' empowerment, quality of life and their support for sustainable tourism development. Journal of Cleaner Production, 434, 139770. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139770

Lapuz, M. C. M. (2023). The role of local community empowerment in the digital transformation of rural tourism development in the Philippines. Technology in Society, 74, 102308. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102308

Li, B., Tao, J., Graziano, D., & Pironti, M. (2024). How the digital empowerment of mobile social platforms improves Chinese traditional retail enterprises' operational performance: From the knowledge management capabilities perspective. Journal of Knowledge Management, 28(8), 2306–2323. https://doi.org/10.1108/JKM-06-2023-0500

Obiagu, A. N. (2025). Teaching self-reliance and empowerment in civics classrooms: Towards a sociopolitical capabilities approach.

Citizenship, Social and Economics Education, 24(2–3), 256–281. https://doi.org/10.1177/14788047251327548

Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A Comprehensive Micro, Small, and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities: A Perspective. Sustainability, 17(4), 1368. https://doi.org/10.3390/su17041368

Reina-Usuga, L., Camino, F., Gomez-Casero, G., & Jara Alba, C. A. (2024). Rural tourism initiatives and their relationship to collaborative governance and perceived value: A review of recent research and trends. Journal of Destination Marketing & Management, 34, 100926. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100926

Saputro, E. A., Muhammad, A. R. N., & Purwasih, G. D. (2026). Halal Tourism Short Course-Based Mentoring to Strengthen the Capacity of Local Tourism Groups. GUYUB: Journal of Community Engagement, 7(2), 497–515. https://doi.org/10.33650/guyub.v7i2.15098

Sengoz, A., Dogru, T., Mody, M., & Isik, C. (2025). Guiding the path to sustainable tourism development: Investigating the role of tour guides within a social exchange theory paradigm. Tourism Management, 110, 105162. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105162

Sharma, A., & Sharma, S. (2024). Adoption of digital marketing in tourism SMEs: A review and research agenda. Management Research Review, 47(7), 1077–1095. https://doi.org/10.1108/MRR-08-2021-0597

Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P. M., Hoshino, S., & Onitsuka, K. (2024). Self-Reliance in Community-Based Rural Tourism: Observing Tourism Villages (Desa Wisata) in Sleman Regency, Indonesia. Tourism and Hospitality, 5(2), 448–471. https://doi.org/10.3390/tourhosp5020028

Turčinović, M., Vujko, A., & Stanišić, N. (2025). Community-Led Sustainable Tourism in Rural Areas: Enhancing Wine Tourism Destination Competitiveness and Local Empowerment. Sustainability, 17(7), 2878. https://doi.org/10.3390/su17072878

Vasileiadou, A. (2024). From Organic Wastes to Bioenergy, Biofuels, and Value-Added Products for Urban Sustainability and Circular Economy: A Review. Urban Science, 8(3), 121. https://doi.org/10.3390/urbansci8030121

Wisnawa, I. M. B. (2024). Era Baru Loyalitas Wisata: Menggabungkan Digitalisasi dan Autentisitas dalam Pemasaran Destinasi. Journal of Tourism and Interdiciplinary Studies, 4(1), 1–16. https://doi.org/10.51713/jotis.2024.411

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

Yudarwati, G. A., & Gregory, A. (2022). Improving government communication and empowering rural communities: Combining public relations and development communication approaches. Public Relations Review, 48(3), 102200. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102200