


Pengembangan Agrowisata Dan UMKM Dalam Mendorong Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Timpag

I Dewa Made Arik Permana Putra^{1*}, Komang Dean Ananda², I Made Bayu Wisnawa³

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Jl. Kamboja No.11A, Daging Puri Kangin, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

³Universitas Triatma Mulya, Jl. Kubu Gn., Dalung, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali, 80361, Indonesia
E-mail: dewaarik@unmas.ac.id

*Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2996>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 September 2025

Revised: 26 September 2025

Accepted: 18 October 2025

Kata Kunci:

Desa Timpag, Kesadaran Masyarakat, Agrowisata, UMKM, Pariwisata Berkelanjutan

Keywords:

Timpag Village, Community Awareness, Agro-Tourism, Msmes, Sustainable Tourism



ABSTRACT

Desa Timpag di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, budaya, dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata berkelanjutan. Namun, keterbatasan kapasitas masyarakat, rendahnya kesadaran kolektif terhadap pentingnya pariwisata, serta belum optimalnya pengembangan UMKM dan strategi pemasaran menjadi tantangan utama. Artikel ini membahas program pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) melalui sosialisasi, pelatihan, workshop, pendampingan, dan pembentukan kelembagaan Pokdarwis. Fokus kegiatan meliputi peningkatan kesadaran masyarakat, pengembangan agrowisata berbasis pertanian organik, penguatan UMKM lokal dengan inovasi produk dan kemasan, serta penerapan digital marketing untuk memperluas akses pasar. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas masyarakat, terbentuknya Pokdarwis sebagai penggerak utama pariwisata desa, berkembangnya UMKM dengan produk inovatif, serta lahirnya paket wisata terpadu berbasis pertanian, budaya, dan kuliner lokal. Dengan demikian, kesadaran kolektif masyarakat dan sinergi antara agrowisata serta UMKM menjadi kunci dalam mewujudkan Desa Timpag sebagai destinasi pariwisata berdaya saing dan berkelanjutan.

Timpag Village, located in Kerambitan District, Tabanan Regency, Bali, possesses rich agricultural, cultural, and natural resources that have great potential to be developed into a sustainable tourism destination. However, limited community capacity, low collective awareness of the importance of tourism, and the underdeveloped role of local MSMEs along with marketing strategies remain major challenges. This article discusses a community service program implemented using the Participatory Action Research (PAR) approach through socialization, training, workshops, mentoring, and the establishment of a tourism awareness group (Pokdarwis). The activities focused on raising community awareness, developing agro-tourism based on organic farming, strengthening local MSMEs through product innovation and packaging improvement, and applying digital marketing to expand market access. The results indicate increased community capacity, the establishment of Pokdarwis as the driving force of village tourism, the growth of MSMEs with more innovative products, and the creation of integrated tourism packages combining agriculture, culture, and local culinary experiences. Therefore, community collective awareness and synergy between agro-tourism and MSME development are the key to positioning Timpag Village as a competitive and sustainable tourism destination



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: I Dewa Made Arik Permana Putra, et al (2025). Pengembangan Agrowisata Dan UMKM Dalam Mendorong Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Timpag ,4(2) 8113-8118 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2996>

PENDAHULUAN

Pariwisata pedesaan telah berkembang menjadi salah satu pendekatan strategis dalam mendorong pembangunan berkelanjutan, terutama di negara-negara yang memiliki potensi agraris dan budaya yang kuat. Menurut Lane (1994), pariwisata pedesaan merupakan bentuk pariwisata yang menekankan pengalaman autentik dengan memanfaatkan potensi lokal, baik berupa alam, budaya, maupun aktivitas masyarakat. Di Indonesia, desa wisata menjadi bagian penting dalam diversifikasi destinasi pariwisata Bali, yang selama ini lebih dikenal melalui pariwisata massal berbasis pantai dan hiburan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *community based tourism* yang menekankan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam merencanakan, mengelola, dan mendapatkan manfaat dari kegiatan pariwisata (Suansri, 2003).

Desa Timpag, yang berlokasi di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali, memiliki karakteristik agraris dengan sistem subak, hamparan sawah berundak, sungai alami, serta tradisi budaya dan kesenian lokal yang masih lestari. Potensi ini sesuai dengan tren global pariwisata yang kini mengutamakan pengalaman edukatif, otentik, dan ramah lingkungan (*sustainable tourism*) (Butler, 1999). Selain itu, desa ini juga memiliki UMKM yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan pengolahan hasil pertanian, yang berpotensi besar untuk menjadi bagian integral dari ekosistem pariwisata. Namun, hingga saat ini, pemanfaatan potensi tersebut masih terbatas karena dominannya orientasi masyarakat pada pertanian subsisten dan minimnya strategi pemasaran yang modern (Wijaya & Putra, 2020).

Salah satu kendala utama dalam pengembangan desa wisata adalah rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata berkelanjutan. Menurut Scheyvens (1999), keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat sangat ditentukan oleh tingkat kesadaran dan rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi mereka. Tanpa kesadaran kolektif, masyarakat cenderung pasif dan tidak terlibat dalam pengelolaan potensi wisata. Hal ini juga terjadi di Desa Timpag, di mana sebagian besar masyarakat belum melihat pariwisata sebagai peluang ekonomi jangka panjang. Selain itu, kapasitas sumber daya manusia dalam bidang manajemen wisata, *hospitality*, dan *digital marketing* masih terbatas (Ardika, 2018).

Penguatan UMKM desa menjadi aspek penting lainnya dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. UMKM tidak hanya menyediakan produk pendukung wisata, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pemberdayaan ekonomi lokal (Tambunan, 2019). Akan tetapi, keterbatasan inovasi produk, kemasan, branding, serta akses pasar menjadi hambatan serius yang harus diatasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran modern yang berbasis digital mampu memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar wisata yang lebih luas. Oleh karena itu, pendampingan UMKM dalam hal inovasi produk dan *digital marketing* menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing desa wisata.

Melihat tantangan dan peluang tersebut, diperlukan pendekatan pengembangan desa wisata yang holistik dan partisipatif. Pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dipandang sesuai karena menekankan keterlibatan masyarakat dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi potensi, perumusan strategi, pelaksanaan, hingga evaluasi (Kemmis & McTaggart, 2005). Dengan demikian, masyarakat Desa Timpag tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek utama dalam pengelolaan pariwisata. Penguatan kesadaran kolektif, peningkatan kapasitas SDM, pembentukan kelompok sadar wisata (*Pokdarwis*), serta integrasi UMKM dengan agrowisata merupakan langkah fundamental untuk mewujudkan Desa Timpag sebagai destinasi wisata yang berdaya dan berkelanjutan.

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses, hasil, dan dampak dari program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Timpag, dengan fokus pada penumbuhan kesadaran masyarakat, pengembangan agrowisata, dan pemberdayaan UMKM sebagai strategi menuju pariwisata berkelanjutan. Diharapkan, hasil kegiatan ini dapat menjadi model pemberdayaan desa wisata di wilayah lain yang memiliki karakteristik serupa.

METODE

Penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini dipilih karena menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek sekaligus pelaku utama dalam setiap tahapan. Menurut Kemmis & McTaggart (2005), PAR adalah suatu pendekatan penelitian yang menggabungkan proses aksi (*tindakan nyata*) dengan

refleksi partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek tetapi juga turut menentukan arah kegiatan. Dengan metode ini, masyarakat Desa Timpag diharapkan mampu membangun kesadaran kolektif, meningkatkan kapasitas, dan mengembangkan potensi lokal untuk mewujudkan pariwisata desa berkelanjutan.

1. Sosialisasi dan Identifikasi Potensi

Tahap awal dilakukan melalui sosialisasi dan diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion/FGD) bersama tokoh masyarakat, perangkat desa, pelaku UMKM, dan kelompok pemuda. Pada tahap ini, masyarakat diberikan pemahaman mengenai konsep pariwisata berkelanjutan, agrowisata, serta pentingnya integrasi antara sektor pertanian, budaya, dan usaha mikro. Selain itu, dilakukan pula pemetaan potensi desa, seperti area persawahan subak, atraksi budaya, serta produk unggulan UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan awareness awal masyarakat terhadap peluang pariwisata serta membangun rasa memiliki (sense of belonging) terhadap program yang dirancang.

2. Pelatihan dan Workshop

Tahap berikutnya adalah pelatihan intensif dan workshop yang terbagi ke dalam beberapa materi utama:

- a. Manajemen pariwisata desa dan hospitality, mencakup pelayanan wisata, penyusunan paket wisata, manajemen atraksi, dan etika dalam berinteraksi dengan wisatawan.
- b. Pengembangan UMKM dan inovasi produk, di mana pelaku usaha lokal didorong untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah, memperbaiki desain kemasan, serta meningkatkan kualitas branding.
- c. Pemasaran digital (digital marketing), dengan materi pembuatan konten foto/video, penggunaan media sosial, hingga strategi pemasaran melalui marketplace dan website desa wisata.

Pelatihan ini dilaksanakan secara partisipatif dengan metode ceramah interaktif, praktik langsung, hingga simulasi agar peserta dapat menguasai keterampilan secara nyata.

3. Pendampingan dan Implementasi

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif kepada masyarakat, terutama kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan pelaku UMKM. Pokdarwis didampingi dalam penyusunan struktur organisasi, pembagian tugas, hingga perencanaan program kerja jangka pendek dan jangka panjang. Sementara itu, pelaku UMKM diberikan bimbingan teknis dalam memproduksi, mengemas, dan memasarkan produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar wisatawan. Pendampingan juga mencakup integrasi UMKM dengan paket wisata, misalnya melalui kunjungan wisatawan ke rumah produksi atau lokakarya kuliner.

4. Simulasi Kegiatan Wisata

Tahap ini merupakan uji coba awal dari paket wisata desa yang sudah dirancang. Paket wisata yang dikembangkan mencakup:

- a. Wisata edukasi pertanian: wisatawan diajak untuk menanam padi, mempelajari sistem subak, hingga mengenal pertanian organik.
- b. Wisata budaya: pengenalan upacara adat, kesenian tari dan gamelan, serta aktivitas masyarakat agraris.
- c. Wisata kuliner dan UMKM: wisatawan diberi kesempatan mencicipi kuliner lokal serta membeli produk-produk UMKM desa.

Simulasi ini tidak hanya melatih masyarakat dalam praktik penyelenggaraan wisata, tetapi juga memberikan gambaran nyata mengenai minat wisatawan dan aspek yang perlu diperbaiki.

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap terakhir adalah evaluasi menyeluruh terhadap seluruh proses dan hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan bersama masyarakat untuk menilai sejauh mana peningkatan kesadaran, kapasitas, dan partisipasi telah tercapai. Beberapa indikator yang dievaluasi meliputi: terbentuknya Pokdarwis, perkembangan UMKM, peningkatan keterampilan masyarakat, dan lahirnya paket wisata desa. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar untuk menyusun rencana tindak lanjut, seperti penguatan kelembagaan Pokdarwis, kolaborasi dengan pemerintah daerah dan akademisi, serta pengembangan strategi promosi yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Timpag menunjukkan sejumlah capaian penting dalam upaya mewujudkan desa wisata yang berdaya dan berkelanjutan. Salah satu hasil utama adalah meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pariwisata berbasis potensi lokal. Melalui sosialisasi, diskusi kelompok terarah, dan pelatihan, masyarakat mulai menyadari bahwa sektor pertanian, budaya, serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat memberikan nilai tambah ekonomi apabila dikelola dengan baik sebagai bagian dari ekosistem pariwisata. Hal ini sesuai dengan pandangan Scheyvens (1999) yang menekankan bahwa keberhasilan *community based tourism* sangat ditentukan oleh kesadaran kolektif masyarakat lokal terhadap aset yang dimiliki.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Di Desa Timpag

Selain meningkatnya kesadaran, kegiatan ini juga berhasil membentuk kelembagaan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai penggerak utama pariwisata desa. Kehadiran Pokdarwis menjadi penting karena memberikan struktur organisasi yang jelas, membagi tugas antaranggota, serta menjadi wadah koordinasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan pihak eksternal. Ardika (2018) menyebutkan bahwa kelembagaan lokal merupakan fondasi penting dalam pembangunan desa wisata di Bali, karena mampu menjaga kesinambungan kegiatan pariwisata sekaligus memperkuat identitas desa.

Dampak lain yang terlihat adalah penguatan UMKM lokal. Melalui workshop dan pendampingan, pelaku UMKM di Desa Timpag mampu mengembangkan inovasi produk, memperbaiki desain kemasan, dan meningkatkan branding, sehingga produk mereka lebih layak dipasarkan. Selain itu, pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan, yang sebelumnya belum banyak dilakukan. Penerapan digital marketing terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016) bahwa strategi pemasaran berbasis digital merupakan elemen vital untuk meningkatkan daya saing produk lokal di tengah kompetisi global.

Dari sisi peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam bidang manajemen pariwisata, pelayanan wisata, inovasi produk, hingga pemasaran digital. Peningkatan ini terlihat dari keberanian masyarakat dalam mencoba praktik promosi melalui konten foto dan video, serta upaya mengintegrasikan produk UMKM dengan potensi wisata desa. Perubahan ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak lagi pasif, melainkan mulai aktif mengambil peran dalam memajukan pariwisata berbasis komunitas.

Secara sosial, kegiatan ini mendorong tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap potensi desa. Warga mulai memandang lahan pertanian tidak semata sebagai sumber pangan, melainkan juga sebagai aset budaya dan daya tarik wisata yang patut dijaga. Secara ekonomi, UMKM desa mulai merasakan peningkatan permintaan produk, baik dari wisatawan maupun melalui kanal penjualan digital. Walaupun skalanya masih terbatas, perubahan ini menjadi modal awal yang berharga untuk keberlanjutan desa wisata.

Namun demikian, terdapat tantangan yang perlu dicermati untuk menjaga keberlanjutan program. Motivasi masyarakat berpotensi menurun apabila tidak ada pendampingan jangka panjang, sementara keterbatasan akses pasar dan jaringan promosi masih menjadi hambatan. Selain itu, adanya tekanan modernisasi, seperti alih fungsi lahan pertanian, dapat mengurangi daya tarik agraris desa. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi yang lebih kuat antara masyarakat, Pokdarwis, pemerintah desa, akademisi, dan sektor swasta agar capaian yang telah diraih dapat terus berkembang. Temuan ini menguatkan gagasan Suansri (2003) bahwa keberhasilan *community based tourism* memerlukan kolaborasi lintas pihak yang konsisten dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Timpag membuktikan bahwa penumbuhan kesadaran masyarakat merupakan kunci dalam pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal yang berdaya dan berkelanjutan. Melalui pendekatan Participatory Action Research (PAR), masyarakat terlibat secara aktif dalam seluruh tahapan, mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran kolektif terhadap pentingnya menjaga dan mengelola potensi agraris, budaya, serta usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai aset wisata desa. Terbentuknya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) menjadi capaian strategis karena berfungsi sebagai lembaga penggerak pariwisata desa, sementara penguatan UMKM terlihat dari adanya inovasi produk, perbaikan kemasan, serta penerapan strategi pemasaran digital. Selain itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang manajemen pariwisata dan hospitality memperkuat kesiapan masyarakat dalam menghadapi dinamika pariwisata modern. Dampak sosial berupa tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap desa dan dampak ekonomi berupa berkembangnya UMKM menjadi bukti bahwa pengabdian ini memberikan manfaat nyata. Kendati demikian, keberlanjutan program sangat bergantung pada dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, baik internal desa maupun eksternal.

Untuk menjaga dan mengembangkan capaian yang telah diraih, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, pemerintah daerah perlu memberikan dukungan regulasi, fasilitasi promosi, serta bantuan infrastruktur guna memperkuat posisi Desa Timpag sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Kedua, Pokdarwis perlu terus diperkuat kapasitas kelembagaannya melalui pelatihan rutin, penguatan jaringan kerja sama dengan stakeholder pariwisata, serta inovasi dalam merancang kegiatan wisata. Ketiga, UMKM desa disarankan untuk konsisten meningkatkan kualitas produk, memperluas variasi inovasi, dan mengoptimalkan pemasaran digital agar dapat menembus pasar yang lebih luas. Keempat, perguruan tinggi diharapkan tetap terlibat dalam pendampingan, baik melalui riset terapan maupun program pengabdian lanjutan, sehingga desa memiliki dukungan akademis yang berkesinambungan. Terakhir, masyarakat desa perlu menjaga komitmen kolektif dengan mengutamakan prinsip keberlanjutan, yaitu menjaga kelestarian alam, melestarikan budaya lokal, serta mengelola pariwisata dengan orientasi jangka panjang. Dengan sinergi yang kuat antar berbagai pihak, Desa Timpag berpotensi menjadi model desa wisata yang mampu menggabungkan pariwisata, pertanian, dan UMKM secara harmonis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Desa Timpag, Bumdes Desa Timpag, Pokdarwis Desa Timpag dan UMKM Desa Timpag, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah desa adat serta seluruh perangkat yang turut memfasilitasi kegiatan, sehingga pelatihan dan pendampingan dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, apresiasi yang mendalam diberikan kepada instansi yang telah memberikan dukungan finansial terhadap terlaksananya program ini, sehingga seluruh rangkaian kegiatan mulai dari sosialisasi, pelatihan, hingga evaluasi dapat terealisasi dengan baik.

REFERENSI

- Ardika, I. W. (2018). *Kepariwisata berkelanjutan: Refleksi dan harapan*. Denpasar: Udayana University Press.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (pp. 559–603). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 7–21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour Project (REST).

Tambunan, T. (2019). Usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting. Jakarta: LP3ES.
Wijaya, I. K., & Putra, I. G. A. N. (2020). Strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di Bali. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 5(2), 101–115. <https://doi.org/10.24843/jpb.2020.v05.i02.p03>.