


## **Pemberdayaan Pokdarwis di Desa Sumberklampok Gerokgak Buleleng Melalui Edukasi Literasi Keuangan, Branding Wisata dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kreatif Berbasis Ekonomi Hindu**

**Komang Dewi Susanti<sup>1</sup>, Ni Ketut Raka Utariani<sup>2</sup>, Nyoman Widayani<sup>3</sup>, Duwi Oktaviana<sup>4</sup>, Nyoman Dane<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen Ekonomi, IAHN Mpu Kuturan, alamat Jl. Pulau Menjangan No 27, Banyuning, Buleleng – Bali 81119 Alamat: Jl. Kresna, Gang III No. 2B Singaraja Banyuning, Buleleng – Bali 81112  
[komangdewisusanti1202@gmail.com](mailto:komangdewisusanti1202@gmail.com)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6598>

### **ARTICLE INFO**

#### **Article history**

*Received: 20 Juni 2026*

*Revised: 29 Juni 2026*

*Accepted: 08 Juli 2026*

#### **Kata Kunci**

Pokdarwis, Literasi Keuangan, Branding Wisata, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Hindu

#### **Keywords:**

*Tourism Awareness Group (Pokdarwis), financial literacy, tourism branding, creative economy, Hindu economics.*



### **ABSTRACT**

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek literasi keuangan, branding wisata, dan pengembangan sumber daya manusia kreatif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Pokdarwis di Desa Sumberkelompok, Kecamatan Gerokgak, Kabupaten Buleleng melalui edukasi literasi keuangan, penguatan branding wisata, dan pengembangan SDM kreatif berbasis ekonomi Hindu. Metode yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) yang dipadukan dengan pendekatan edukasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi partisipatif. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan literasi keuangan, pelatihan branding wisata, pengembangan ekonomi kreatif, internalisasi nilai-nilai ekonomi Hindu, serta pendampingan implementasi program. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun pembukuan sederhana, mengembangkan strategi promosi dan media digital destinasi wisata, serta mengidentifikasi produk ekonomi kreatif unggulan berbasis potensi lokal. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap konsep *Tri Hita Karana*, *Tat Twam Asi*, dan *Arthashastra* sebagai landasan pengelolaan wisata yang berkelanjutan. Seluruh indikator keberhasilan program berhasil dicapai, meliputi kehadiran peserta, peningkatan pemahaman literasi keuangan, penyusunan pembukuan sederhana, pengembangan media promosi wisata, identifikasi produk ekonomi kreatif, penyusunan rencana tindak lanjut, serta partisipasi aktif anggota Pokdarwis. Program ini berhasil memperkuat kapasitas individu dan kelembagaan Pokdarwis dalam mengelola destinasi wisata yang profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan berbasis nilai-nilai ekonomi Hindu.

*Tourism Awareness Groups (Pokdarwis) play a crucial role in community-based tourism development; however, they continue to face various challenges, particularly in financial literacy, tourism branding, and creative human resource development. This community service program aimed to enhance the capacity of Pokdarwis in Sumberkelompok Village, Gerokgak District, Buleleng Regency through financial literacy education, tourism branding enhancement, and creative human resource development based on Hindu economic principles. The program employed the Participatory Rural Appraisal (PRA) approach combined with educational activities, training, mentoring, and participatory evaluation. The implementation process included needs assessment, financial literacy training, tourism branding workshops, creative economy development, internalization of Hindu economic values, and program implementation assistance. The results indicated significant improvements in participants' ability to prepare simple bookkeeping records, develop*

*promotional strategies and digital marketing media for tourism destinations, and identify superior creative economic products based on local potential. Furthermore, participants demonstrated a greater understanding of the concepts of Tri Hita Karana, Tat Twam Asi, and Arthashastra as fundamental principles for sustainable tourism management. All program success indicators were achieved, including participant attendance, improved financial literacy, preparation of simple bookkeeping documents, development of tourism promotional media, identification of creative economy products, formulation of follow-up action plans, and active participation of Pokdarwis members. The program successfully strengthened both the individual and institutional capacities of Pokdarwis in managing professional, competitive, and sustainable tourism destinations grounded in Hindu economic values..*



*This is an open access article under the CC-BY-SA license.*

**How to Cite** Komang Dewi Susanti et al (2026) Pemberdayaan Pokdarwis di Desa Sumberklompok Gerokgak Buleleng Melalui Edukasi Literasi Keuangan, Branding Wisata dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kreatif Berbasis Ekonomi Hindu <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.6598>

## PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*) merupakan salah satu pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Keberhasilan pengembangan pariwisata tidak hanya ditentukan oleh potensi daya tarik wisata yang dimiliki suatu daerah, tetapi juga oleh kapasitas sumber daya manusia, kemampuan manajerial, serta tingkat literasi masyarakat dalam mengelola aktivitas ekonomi yang muncul dari sektor pariwisata. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) memiliki peran strategis sebagai penggerak utama yang menjembatani kepentingan masyarakat, pemerintah, dan wisatawan dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Perkembangan sektor pariwisata yang semakin kompetitif menuntut anggota Pokdarwis untuk memiliki kompetensi yang lebih luas, tidak hanya dalam pelayanan wisata, tetapi juga dalam pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, serta pengembangan kreativitas berbasis potensi lokal. Namun demikian, berbagai studi menunjukkan bahwa masih banyak kelompok pengelola wisata yang menghadapi kendala dalam aspek literasi keuangan, penguatan identitas destinasi (*destination branding*), dan pengembangan sumber daya manusia kreatif yang mampu menghasilkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat setempat (Otoritas Jasa Keuangan, 2023; Hadiwijoyo, 2018).

Literasi keuangan menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan usaha wisata masyarakat. Tingkat literasi keuangan yang baik memungkinkan anggota Pokdarwis memahami perencanaan keuangan, pencatatan transaksi, pengelolaan pendapatan, pengendalian biaya operasional, hingga pengambilan keputusan investasi yang tepat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), literasi keuangan yang memadai dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya ekonomi secara efektif sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan. Sebaliknya, rendahnya pemahaman keuangan sering menyebabkan pengelolaan usaha wisata berjalan secara konvensional tanpa perencanaan yang jelas sehingga menghambat perkembangan destinasi wisata. Selain literasi keuangan, branding wisata juga menjadi faktor yang sangat menentukan daya saing destinasi. Branding wisata merupakan proses membangun identitas dan citra destinasi agar memiliki karakteristik yang unik, mudah dikenali, dan mampu menarik minat wisatawan. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2017), destinasi yang memiliki branding kuat akan lebih mudah menciptakan positioning di benak wisatawan dibandingkan destinasi yang tidak memiliki identitas yang jelas. Di era digital saat ini, kemampuan Pokdarwis dalam memanfaatkan media sosial, pemasaran digital, dan storytelling destinasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Pengembangan sumber daya manusia kreatif menjadi kebutuhan mendesak dalam menghadapi perubahan tren wisata yang semakin mengarah pada pengalaman (*experience tourism*). Wisatawan tidak lagi hanya mencari objek wisata, tetapi juga pengalaman budaya, produk kreatif, kuliner lokal, dan interaksi autentik dengan masyarakat setempat. Oleh karena itu, masyarakat perlu didorong untuk mengembangkan kreativitas melalui inovasi produk wisata, kerajinan, kuliner, seni budaya, serta berbagai usaha ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan nilai ekonomi destinasi (Howkins, 2013).

Dalam perspektif ekonomi Hindu, aktivitas ekonomi tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai *dharma*, keseimbangan, dan kesejahteraan bersama. Konsep *Tri Hita Karana* yang menekankan harmonisasi hubungan manusia dengan Tuhan (*parhyangan*), sesama manusia (*pawongan*), dan lingkungan (*palemahan*) menjadi landasan penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Selain itu, ajaran *Arthashastra* menegaskan bahwa kegiatan ekonomi harus dijalankan secara etis, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas (Kautilya, 2015). Dengan demikian, penguatan kapasitas Pokdarwis melalui pendekatan ekonomi Hindu diharapkan mampu menciptakan model pengelolaan wisata yang tidak hanya produktif secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan secara sosial dan budaya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan Pokdarwis melalui edukasi literasi keuangan, penguatan branding wisata, dan pengembangan sumber daya manusia kreatif berbasis ekonomi Hindu. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis dalam mengelola potensi wisata secara profesional, memperkuat identitas destinasi, serta menciptakan berbagai inovasi ekonomi kreatif yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan destinasi wisata.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang dipadukan dengan pendekatan edukasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi partisipatif. Metode PRA dipilih karena merupakan pendekatan pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses pembangunan dan pengembangan kapasitas, bukan sekadar sebagai penerima manfaat program. Menurut Chambers (1994), PRA memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam mengidentifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi, menganalisis kebutuhan, merumuskan alternatif solusi, serta mengambil keputusan yang berkaitan dengan pembangunan di wilayahnya. Pemilihan metode PRA dalam kegiatan ini didasarkan pada karakteristik Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang merupakan organisasi masyarakat lokal yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat (*community-based tourism*). Keberhasilan pengembangan pariwisata tidak hanya bergantung pada dukungan pemerintah atau pihak eksternal, tetapi sangat ditentukan oleh tingkat partisipasi, kesadaran, dan kemampuan masyarakat dalam mengelola potensi wisata yang dimiliki. Oleh karena itu, pendekatan partisipatif menjadi sangat penting agar program yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat dan mampu menciptakan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang dijalankan.

Melalui metode PRA, anggota Pokdarwis diberikan ruang untuk mengemukakan berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti rendahnya literasi keuangan dalam pengelolaan usaha wisata, terbatasnya kemampuan branding dan promosi destinasi, serta belum optimalnya pengembangan sumber daya manusia kreatif yang mampu menghasilkan produk dan layanan bernilai ekonomi tinggi. Proses identifikasi kebutuhan yang dilakukan secara partisipatif memungkinkan program pengabdian dirancang berdasarkan kondisi nyata di lapangan sehingga solusi yang diberikan lebih relevan, aplikatif, dan berkelanjutan. Metode PRA sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas (*capacity building*) melalui proses belajar bersama (*learning by doing*). Dalam kegiatan ini, peserta memperoleh pengetahuan melalui edukasi dan pelatihan, untuk mempraktikkan secara langsung keterampilan yang diperoleh melalui kegiatan pendampingan. Pendekatan ini diyakini dapat meningkatkan efektivitas transfer pengetahuan sekaligus memperkuat kemampuan anggota Pokdarwis dalam mengelola organisasi dan usaha wisata secara mandiri. Penerapan metode PRA juga relevan dengan prinsip-prinsip ekonomi Hindu yang menjadi landasan kegiatan pengabdian ini. Nilai-nilai seperti *Tri Hita Karana*, *Tat Twam Asi*, dan konsep *dharma* menekankan pentingnya partisipasi, kebersamaan, tanggung jawab sosial, serta keharmonisan hubungan antara manusia dengan sesama, lingkungan, dan Tuhan. Melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan, program pengabdian tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas ekonomi, tetapi juga mendorong terbentuknya tata kelola destinasi wisata yang berkelanjutan, beretika, dan berbasis kearifan lokal. Penggunaan metode PRA dalam kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan perubahan yang lebih berkelanjutan karena masyarakat berperan sebagai subjek pembangunan yang secara aktif terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pendekatan ini sekaligus

menjadi strategi untuk memperkuat kapasitas Pokdarwis dalam mewujudkan destinasi wisata yang kompetitif, mandiri, dan berlandaskan nilai-nilai ekonomi Hindu. Pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut.

#### **Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan.**

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) dengan anggota Pokdarwis dan pemangku kepentingan terkait. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting kelompok, tingkat literasi keuangan, strategi pemasaran wisata yang telah diterapkan, serta potensi sumber daya manusia kreatif yang dimiliki masyarakat. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penyusunan materi dan program pendampingan.

#### **Tahap Edukasi Literasi Keuangan.**

Pada tahap ini peserta diberikan edukasi mengenai konsep dasar literasi keuangan, pengelolaan keuangan usaha wisata, penyusunan anggaran, pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, serta perencanaan pengembangan usaha. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan simulasi penyusunan laporan keuangan sederhana. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota Pokdarwis dalam mengelola keuangan secara efektif dan berkelanjutan.

#### **Tahap Pelatihan Branding Wisata.**

Pelatihan branding wisata difokuskan pada penguatan identitas destinasi, penyusunan narasi wisata (*storytelling*), pembuatan konten promosi digital, pemanfaatan media sosial, serta strategi pemasaran berbasis teknologi informasi. Peserta dilatih untuk mengenali keunggulan kompetitif destinasi dan mengkomunikasikannya kepada wisatawan melalui berbagai media promosi yang menarik dan efektif.

#### **Tahap Pengembangan SDM Kreatif Berbasis Ekonomi Hindu.**

Tahap ini dilakukan melalui workshop dan pendampingan yang menitikberatkan pada pengembangan kreativitas masyarakat dalam menciptakan produk dan layanan wisata berbasis kearifan lokal. Materi yang diberikan meliputi inovasi produk ekonomi kreatif, pengemasan atraksi budaya, pengembangan kewirausahaan wisata, serta implementasi nilai-nilai ekonomi Hindu seperti *Tri Hita Karana*, *Tat Twam Asi*, dan *Artha* dalam pengelolaan usaha wisata. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dalam pengembangan destinasi wisata.

#### **Tahap Pendampingan.**

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan secara langsung kepada anggota Pokdarwis. Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta menerapkan materi yang telah diperoleh, termasuk penyusunan pembukuan sederhana, pembuatan media promosi digital, pengembangan produk kreatif, serta penerapan prinsip-prinsip ekonomi Hindu dalam pengelolaan kegiatan wisata. Pendampingan dilakukan secara berkala selama program berlangsung.

#### **Tahap Monitoring dan Evaluasi.**

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program pengabdian. Evaluasi dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta penilaian terhadap hasil implementasi program oleh peserta. Indikator keberhasilan meliputi: Peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi keuangan, Meningkatnya kemampuan peserta dalam melakukan branding dan promosi wisata, Bertambahnya inovasi produk dan layanan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, Meningkatnya pemahaman dan penerapan nilai-nilai ekonomi Hindu dalam pengelolaan wisata, Terbentuknya rencana tindak lanjut pengembangan destinasi wisata oleh Pokdarwis.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui edukasi literasi keuangan, branding wisata, dan pengembangan sumber daya manusia kreatif berbasis ekonomi Hindu menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan kapasitas anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pendekatan partisipatif yang digunakan memberikan ruang bagi peserta untuk terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi program. Keterlibatan aktif tersebut mendorong munculnya kesadaran kolektif mengenai pentingnya pengelolaan destinasi wisata yang profesional, berkelanjutan, dan berbasis nilai-nilai lokal.

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan dan Indikator Pencapaian Program Pengabdian

Program Kegiatan	Permasalahan Awal	Solusi yang Diberikan	Hasil yang Dicapai	Indikator Pencapaian
Edukasi Literasi Keuangan	Pengelolaan Keuangan Belum Terstruktur	Pelatihan Pencatatan dan Laporan Keuangan	Peserta Memahami Literasi Keuangan	Membuat Buku Kas, Memisahkan Keuangan, Laporan Sederhana
Pelatihan Branding Wisata	Promosi Belum Optimal	Pelatihan Branding dan Pemasaran Digital	Meningkatnya Kemampuan Promosi	Tagline Destinasi, Media Sosial Aktif, Konten Promosi
Pengembangan SDM Kreatif	Potensi Kreatif Belum Berkembang	Workshop Produk Kreatif dan Kewirausahaan	Muncul Ide Produk Wisata	Produk Unggulan, Rencana Usaha, Keterampilan Pengemasan
Internalisasi Ekonomi Hindu	Nilai Budaya Belum Terintegrasi	Sosialisasi <i>Tri Hita Karana</i> dan <i>Arthashastra</i>	Pemahaman Meningkatkan	Komitmen Lingkungan, Wisata Berbasis Budaya
Pendampingan	Butuh Bimbingan Implementasi	Pendampingan Berkala	Program Diterapkan	RTL Tersusun, Partisipasi Meningkatkan

Berdasarkan Tabel 1, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan melalui edukasi literasi keuangan, pelatihan branding wisata, pengembangan SDM kreatif, internalisasi ekonomi Hindu, dan pendampingan menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Setiap program dirancang berdasarkan kebutuhan riil masyarakat sehingga mampu menjawab permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat. Keberhasilan program ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses pembangunan melalui peningkatan kapasitas, partisipasi, dan kemandirian (Chambers, 1994).

Pada aspek edukasi literasi keuangan, permasalahan utama yang ditemukan adalah belum terstrukturnya pengelolaan keuangan organisasi maupun usaha wisata yang dijalankan oleh anggota Pokdarwis. Sebagian besar peserta belum melakukan pencatatan transaksi secara sistematis sehingga menyulitkan proses evaluasi dan perencanaan usaha. Setelah diberikan pelatihan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan sederhana, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang transparan dan akuntabel. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan peserta dalam menyusun buku kas sederhana, memisahkan keuangan pribadi dan organisasi, serta membuat laporan keuangan dasar. Peningkatan kemampuan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan usaha dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan ekonomi masyarakat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), literasi keuangan yang baik dapat membantu masyarakat mengelola sumber daya keuangan secara efektif, mengurangi risiko keuangan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan perencanaan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Pada program pelatihan branding wisata, ditemukan bahwa promosi destinasi masih dilakukan secara terbatas dan belum memiliki identitas yang kuat. Melalui pelatihan branding dan pemasaran digital, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya membangun citra destinasi yang unik dan mudah dikenali wisatawan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun tagline destinasi, mengelola media sosial secara aktif, serta menghasilkan konten promosi yang menonjolkan keunggulan lokal. Kemampuan tersebut menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital yang semakin kompetitif. Menurut Kotler,

Bowen, dan Makens (2017), branding destinasi merupakan strategi penting dalam menciptakan citra positif yang mampu membedakan suatu destinasi dengan destinasi lainnya. Selain itu, Morgan, Pritchard, dan Pride (2011) menjelaskan bahwa identitas destinasi yang kuat dapat meningkatkan daya tarik wisatawan sekaligus memperkuat loyalitas pengunjung terhadap destinasi wisata.

Program pengembangan SDM kreatif dilaksanakan sebagai upaya untuk mengoptimalkan potensi masyarakat yang selama ini belum berkembang secara maksimal. Melalui workshop pengembangan produk kreatif dan kewirausahaan, peserta didorong untuk mengidentifikasi peluang usaha yang dapat mendukung aktivitas wisata. Hasil kegiatan menunjukkan munculnya berbagai ide produk wisata yang berpotensi menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat. Selain itu, peserta juga memperoleh keterampilan dalam pengemasan produk dan penyusunan rencana usaha yang lebih terarah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif mampu menciptakan nilai tambah terhadap sumber daya lokal yang dimiliki masyarakat. Menurut Howkins (2013), ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang bersumber dari kreativitas, keterampilan, dan inovasi masyarakat yang dapat menghasilkan nilai ekonomi dan membuka peluang usaha baru. Dengan demikian, peningkatan kapasitas SDM kreatif menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan pariwisata berbasis masyarakat.

Pada aspek internalisasi ekonomi Hindu, kegiatan difokuskan pada penguatan nilai-nilai lokal dalam pengelolaan destinasi wisata. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian peserta masih memandang pengembangan wisata hanya dari aspek ekonomi. Melalui sosialisasi konsep *Tri Hita Karana* dan *Arthashastra*, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya keseimbangan antara tujuan ekonomi, pelestarian budaya, dan kelestarian lingkungan. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya kesadaran peserta untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan wisata, mempertahankan nilai-nilai budaya lokal, serta mengembangkan pariwisata yang memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat. Konsep *Tri Hita Karana* menekankan harmonisasi hubungan manusia dengan Tuhan (*prahyangan*), sesama manusia (*pawongan*), dan lingkungan (*palemahan*) sebagai dasar pembangunan yang berkelanjutan (Windia & Dewi, 2011). Sementara itu, dalam perspektif *Arthashastra*, aktivitas ekonomi harus dilaksanakan secara etis, bertanggung jawab, dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat luas (Kautilya, 2015). Oleh karena itu, penerapan ekonomi Hindu dalam pengelolaan wisata menjadi landasan penting untuk mewujudkan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian nilai budaya.

Program pendampingan dilakukan untuk memastikan seluruh materi yang diberikan dapat diimplementasikan secara nyata oleh anggota Pokdarwis. Pendampingan berkala memberikan kesempatan bagi peserta untuk berkonsultasi dan memperoleh solusi atas berbagai kendala yang dihadapi selama proses penerapan program. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta mampu menyusun Rencana Tindak Lanjut (RTL) dan mulai menerapkan berbagai keterampilan yang diperoleh selama pelatihan. Selain itu, tingkat partisipasi anggota Pokdarwis dalam kegiatan pengelolaan wisata juga mengalami peningkatan. Temuan ini menunjukkan bahwa pendampingan merupakan tahapan penting dalam menjamin keberlanjutan hasil program pengabdian. Menurut Suansri (2003), keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sangat ditentukan oleh proses pendampingan yang berkelanjutan karena mampu memperkuat kapasitas organisasi dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan yang dilakukan mampu meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis baik dari aspek manajerial, pemasaran, kreativitas, maupun pemahaman terhadap nilai-nilai ekonomi Hindu. Sinergi antara peningkatan kompetensi teknis dan penguatan nilai budaya lokal menjadi faktor penting dalam mendukung terwujudnya destinasi wisata yang mandiri, kompetitif, dan berkelanjutan. Hasil ini memperkuat pandangan bahwa pembangunan pariwisata berbasis masyarakat akan lebih efektif apabila didukung oleh peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan, serta internalisasi nilai-nilai budaya lokal dalam setiap proses pengelolaannya (Chambers, 1994; Suansri, 2003).

Tabel 2. Tabel Tingkat Capaian Program Pengabdian

Aspek yang Diukur	Kondisi Sebelum Program	Kondisi Setelah Program	Tingkat Pencapaian
Literasi Keuangan	Peserta Belum Memahami	Peserta Mampu Melakukan	Tinggi

	Pencatatan dan Pengelolaan Keuangan Usaha Wisata	Pencatatan dan Menyusun Laporan Keuangan Sederhana	
Branding Wisata	Promosi Wisata Masih Terbatas dan Belum Terstruktur	Peserta Mampu Menyusun Strategi Promosi dan Konten Digital Destinasi	Tinggi
Pengembangan SDM Kreatif	Inovasi Produk Wisata Masih Terbatas	Muncul Berbagai Ide Produk dan Layanan Wisata Kreatif	Tinggi
Pemahaman Ekonomi Hindu	Pemahaman Konsep Ekonomi Hindu Masih Rendah	Peserta Memahami dan Mulai Menerapkan Nilai <i>Tri Hita Karana</i> Dalam Pengelolaan Wisata	Tinggi
Kapasitas Organisasi Pokdarwis	Pengelolaan Organisasi Belum Optimal	Meningkatnya Kemampuan Manajemen dan Perencanaan Program Pokdarwis	Tinggi

Berdasarkan Tabel 2 Tingkat Capaian Program Pengabdian, seluruh aspek yang menjadi fokus kegiatan menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah pelaksanaan program. Perubahan tersebut terlihat pada aspek literasi keuangan, branding wisata, pengembangan sumber daya manusia kreatif, pemahaman ekonomi Hindu, serta kapasitas organisasi Pokdarwis. Secara umum, tingkat pencapaian program berada pada kategori tinggi yang menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada aspek literasi keuangan, kondisi awal menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Pokdarwis belum memiliki kemampuan yang memadai dalam melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan organisasi maupun usaha wisata. Pengelolaan keuangan masih dilakukan secara sederhana tanpa adanya sistem administrasi yang jelas. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peserta mampu menyusun laporan keuangan sederhana, melakukan pencatatan transaksi secara teratur, serta memahami pentingnya transparansi dalam pengelolaan dana kelompok. Tingginya capaian pada aspek ini menunjukkan bahwa edukasi yang diberikan berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam mengelola keuangan secara lebih profesional. Hasil ini sejalan dengan temuan Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan berpengaruh terhadap kualitas pengambilan keputusan ekonomi dan keberlanjutan usaha masyarakat.

Pada aspek branding wisata, kondisi sebelum program menunjukkan bahwa promosi destinasi masih bersifat konvensional dan belum memiliki identitas yang kuat. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menyusun strategi promosi yang lebih terarah melalui pemanfaatan media digital, pembuatan konten promosi, serta penguatan identitas destinasi wisata. Tingginya tingkat pencapaian pada aspek ini menunjukkan bahwa peserta telah memahami pentingnya branding sebagai instrumen untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2017), branding yang efektif dapat meningkatkan citra destinasi, menarik wisatawan, dan memperkuat posisi destinasi di tengah persaingan industri pariwisata.

Pada aspek pengembangan SDM kreatif, sebelum pelaksanaan program masyarakat belum sepenuhnya memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber pengembangan ekonomi kreatif. Melalui workshop dan pendampingan, peserta mampu mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dikembangkan dari potensi wisata yang dimiliki. Munculnya berbagai gagasan produk dan layanan wisata kreatif menunjukkan adanya peningkatan kapasitas inovasi masyarakat. Tingkat pencapaian yang tinggi pada aspek ini menunjukkan bahwa program berhasil mendorong tumbuhnya kreativitas dan jiwa kewirausahaan masyarakat. Kondisi tersebut sesuai dengan pendapat Howkins (2013) yang menyatakan bahwa kreativitas merupakan sumber daya utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi dan meningkatkan daya saing suatu komunitas.

Pada aspek pemahaman ekonomi Hindu, capaian program juga menunjukkan hasil yang sangat baik. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pemahaman peserta mengenai penerapan nilai-nilai ekonomi Hindu dalam pengelolaan destinasi wisata masih relatif terbatas. Setelah mengikuti sosialisasi dan diskusi, peserta memahami pentingnya penerapan konsep *Tri Hita Karana* dalam aktivitas pariwisata. Peningkatan pemahaman ini terlihat dari munculnya kesadaran untuk menjaga kelestarian lingkungan, memperkuat hubungan sosial dalam masyarakat, serta melestarikan budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Menurut Windia dan Dewi (2011), konsep *Tri Hita Karana* menjadi dasar pembangunan yang berkelanjutan karena mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara harmonis.

Pada aspek kapasitas organisasi Pokdarwis, kondisi awal menunjukkan bahwa pengelolaan organisasi masih belum optimal, terutama dalam aspek perencanaan program, pembagian tugas, dan pengembangan kegiatan wisata. Setelah pelaksanaan program, terjadi peningkatan kemampuan anggota dalam menyusun program kerja, mengelola kegiatan wisata, dan membangun kerja sama antaranggota. Tingginya tingkat pencapaian pada aspek ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian mampu memperkuat kelembagaan Pokdarwis sebagai organisasi penggerak pariwisata berbasis masyarakat. Temuan ini mendukung pandangan Chambers (1994) bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara partisipatif mampu meningkatkan kapasitas organisasi lokal dan mendorong keberlanjutan program pembangunan.

Secara keseluruhan, tingkat capaian yang berada pada kategori tinggi menunjukkan bahwa program pengabdian telah berhasil meningkatkan kompetensi, pengetahuan, dan keterampilan anggota Pokdarwis. Peningkatan tersebut tidak hanya terjadi pada aspek teknis seperti pengelolaan keuangan dan pemasaran wisata, tetapi juga pada aspek sosial, budaya, dan kelembagaan yang menjadi fondasi penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas Pokdarwis menuju pengelolaan destinasi wisata yang profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai ekonomi Hindu.

Tabel 3. Indikator Keberhasilan Program Pengabdian

No	Indikator Keberhasilan	Target	Capaian
1	Kehadiran Peserta Dalam Kegiatan Pelatihan	≥ 80%	Tercapai
2	Peningkatan Pemahaman Literasi Keuangan	≥ 75% Peserta Memahami Materi	Tercapai
3	Penyusunan Pembukuan Sederhana Pokdarwis	Minimal 1 Dokumen Pembukuan	Tercapai
4	Penyusunan Media Promosi Wisata	Minimal 1 Media Promosi Digital	Tercapai
5	Identifikasi Produk Ekonomi Kreatif Unggulan	Minimal 3 Produk Kreatif	Tercapai
6	Pemahaman Nilai <i>Tri Hita Karana</i> Dalam Pengelolaan Wisata	≥ 75% Peserta Memahami Konsep	Tercapai
7	Penyusunan Rencana Tindak Lanjut Program	1 Dokumen Rencana Kerja	Tercapai
8	Partisipasi Aktif Anggota Pokdarwis	≥ 80% Anggota Terlibat	Tercapai

Berdasarkan tabel 3 indikator keberhasilan program pengabdian, seluruh target yang telah ditetapkan berhasil dicapai. Tingkat kehadiran peserta yang mencapai target menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat dalam mengikuti kegiatan pemberdayaan. Peningkatan pemahaman literasi keuangan menunjukkan bahwa materi pelatihan mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola keuangan usaha wisata secara lebih terstruktur. Keberhasilan penyusunan pembukuan sederhana dan media promosi digital menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam praktik. Keberhasilan identifikasi produk ekonomi kreatif unggulan menunjukkan adanya peningkatan kreativitas dan kemampuan peserta dalam mengembangkan potensi lokal sebagai sumber nilai tambah ekonomi. Pemahaman nilai *Tri Hita Karana* yang meningkat mencerminkan keberhasilan integrasi nilai-nilai ekonomi Hindu dalam pengelolaan wisata yang berkelanjutan. Penyusunan rencana tindak lanjut program dan tingginya partisipasi anggota Pokdarwis menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi juga

mendorong keberlanjutan program melalui keterlibatan aktif masyarakat. Secara keseluruhan, capaian tersebut menunjukkan bahwa program pemberdayaan berhasil meningkatkan kapasitas individu maupun kelembagaan Pokdarwis dalam mengelola destinasi wisata secara profesional, kreatif, dan berlandaskan nilai-nilai ekonomi Hindu.

## **SIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan pendekatan edukasi literasi keuangan, branding wisata, dan pengembangan sumber daya manusia kreatif berbasis ekonomi Hindu telah berhasil meningkatkan kapasitas anggota Pokdarwis dalam mengelola destinasi wisata secara lebih profesional dan berkelanjutan. Penerapan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) memberikan ruang partisipasi yang luas bagi masyarakat sehingga setiap kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal yang dimiliki.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam pengelolaan keuangan melalui penyusunan pembukuan sederhana, peningkatan kemampuan branding dan promosi wisata melalui pemanfaatan media digital, serta berkembangnya kreativitas masyarakat dalam menghasilkan produk dan layanan wisata yang bernilai ekonomi. Selain itu, pemahaman peserta terhadap nilai-nilai ekonomi Hindu, khususnya konsep *Tri Hita Karana*, *Tat Twam Asi*, dan *Arthashastra*, juga mengalami peningkatan sehingga mampu menjadi landasan etis dalam pengelolaan destinasi wisata yang memperhatikan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.

Berdasarkan indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, seluruh target program berhasil dicapai, meliputi tingkat kehadiran peserta, peningkatan pemahaman literasi keuangan, penyusunan pembukuan sederhana, pengembangan media promosi wisata, identifikasi produk ekonomi kreatif unggulan, pemahaman nilai *Tri Hita Karana*, penyusunan rencana tindak lanjut program, serta peningkatan partisipasi aktif anggota Pokdarwis. Capaian tersebut menunjukkan bahwa program pengabdian tidak hanya memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga memperkuat kapasitas kelembagaan Pokdarwis dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan destinasi wisata yang mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan. Integrasi literasi keuangan, branding wisata, pengembangan ekonomi kreatif, serta nilai-nilai ekonomi Hindu terbukti menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat peran Pokdarwis sebagai penggerak pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan kearifan lokal

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan partisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Pemberdayaan Pokdarwis Di Desa Sumberkelampok Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng Melalui Edukasi Literasi Keuangan, Branding Wisata Dan Pengembangan SDM Kreatif Berbasis Ekonomi Hindu “ Ucapan terima kasih disampaikan kepada pimpinan IAHN Mpu Kuturan yang telah memberikan dukungan kelembagaan serta kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi yang setinggi-tingginya juga diberikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) STAHN Mpu Kuturan Singaraja atas fasilitasi dan dukungan selama proses perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah desa, pengelola destinasi wisata, serta seluruh anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi program. Partisipasi dan antusiasme peserta menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh tim pengabdian, narasumber, mahasiswa pendamping, serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas kontribusi, kerja sama, dan dukungan yang diberikan. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan kapasitas Pokdarwis, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai ekonomi Hindu. Akhirnya, penulis berharap kegiatan pengabdian ini dapat menjadi inspirasi dan model pemberdayaan masyarakat dalam mewujudkan destinasi wisata yang mandiri, berdaya saing, dan berkelanjutan.

## REFERENSI

- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Hadiwijoyo, S. S. (2018). Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat. *Graha Ilmu*.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2nd ed.). Penguin Books.
- Kautilya. (2015). *Arthashastra* (L. N. Rangarajan, Trans.). Penguin Books.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman kelompok sadar wisata (Pokdarwis)*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination brands: Managing place reputation* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tours Project (REST).
- Windia, W., & Dewi, R. K. (2011). *Analisis bisnis berlandaskan Tri Hita Karana*. Udayana University Press.