



PERAN WISATA AIR PANAS CISOLONG PANDEGLANG TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATN UMKM DAN KESEJAHTERAAN WARGA SEKITAR

Suhertin Pratiwi^{1*}, Siska amelia², Alysa Nuralifa³, Ade Fauji⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Bina Bangsa

E-mail: suhertinpratiwi15@gmail.com¹, siskaamelia130104@gmail.com², alysatugas23@gmail.com³,
adefauji1@gmail.com⁴

Abstract

Community service activities were carried out to analyze and strengthen the role of Cisolong Hot Spring Tourism in Pandeglang as a driver of local economic growth through increasing the income of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and community welfare. This activity was motivated by the potential of natural tourism resources that have not been fully optimized by local communities due to limited business management skills, marketing strategies, and digital technology utilization. The implementation method used a participatory community empowerment approach through observation, identification of community needs, education, training, mentoring, and evaluation. The activities were conducted in January 2026 involving MSME actors and residents around the tourism area. The results showed that the program improved community understanding of tourism-based business development, product innovation, service quality improvement, and digital marketing strategies. The existence of Cisolong Hot Spring Tourism provides economic opportunities through culinary businesses, local product sales, parking services, and other supporting tourism activities. This community service activity indicates that strengthening local capacity and sustainable tourism management can encourage MSME competitiveness and contribute to improving the economic welfare of surrounding communities.

Keywords: Community Service; Cisolong Hot Spring Tourism; MSMEs; Community Empowerment; Local Economic Development

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis dan memperkuat peran Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang sebagai penggerak ekonomi lokal melalui peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi wisata alam yang belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan kemampuan masyarakat dalam pengelolaan usaha, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat secara partisipatif melalui tahapan observasi, identifikasi kebutuhan, edukasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada Januari 2026 dengan melibatkan pelaku UMKM dan masyarakat sekitar kawasan wisata. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pengembangan usaha berbasis wisata, inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta penerapan strategi pemasaran digital. Keberadaan Wisata Air Panas Cisolong memberikan peluang ekonomi melalui usaha kuliner, penjualan produk lokal, jasa parkir, dan berbagai aktivitas pendukung wisata lainnya. Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat dan pengelolaan wisata secara berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing UMKM serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat; Wisata Air Panas Cisolong; UMKM; Pemberdayaan Masyarakat; Pengembangan Ekonomi Lokal

LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan salah satu bentuk pelaksanaan tridarma perguruan tinggi yang memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam menyelesaikan berbagai persoalan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang berkembang di masyarakat. Kegiatan PkM tidak hanya berorientasi pada transfer ilmu pengetahuan dan teknologi, tetapi juga diarahkan pada pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas, penguatan potensi lokal, serta penciptaan

solusi yang berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian, perguruan tinggi berperan sebagai mitra strategis masyarakat dalam mengoptimalkan sumber daya yang tersedia agar mampu meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Sari et al. (2024), kegiatan pengabdian berbasis potensi lokal menjadi pendekatan efektif dalam mendorong kemandirian masyarakat karena program yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik wilayah setempat.

Salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan adalah sektor pariwisata berbasis ekonomi lokal. Pariwisata tidak hanya memberikan manfaat dari aspek rekreasi, tetapi juga mampu menjadi penggerak ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan aktivitas perdagangan, serta pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberadaan destinasi wisata dapat memberikan dampak ekonomi secara langsung melalui peningkatan jumlah pengunjung yang berpengaruh terhadap permintaan produk dan jasa masyarakat sekitar. Menurut Rahmawati dan Nugroho (2023), perkembangan destinasi wisata lokal memiliki hubungan erat dengan pertumbuhan UMKM karena aktivitas wisata menciptakan peluang usaha baru, terutama pada sektor kuliner, perdagangan, jasa, dan produk kreatif masyarakat.

Kegiatan pengabdian ini mengambil fokus pada *peningkatan pendapatan UMKM dan kesejahteraan warga sekitar melalui peran Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang*. Wisata Air Panas Cisolong merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik berupa sumber air panas alami yang dimanfaatkan sebagai tempat rekreasi dan pemandian bagi masyarakat lokal maupun wisatawan dari berbagai daerah. Keberadaan objek wisata tersebut memiliki potensi ekonomi yang besar karena mampu menarik aktivitas masyarakat sekitar untuk mengembangkan berbagai jenis usaha, seperti warung makanan, penjualan oleh-oleh, jasa parkir, penyewaan fasilitas wisata, hingga usaha kecil berbasis kebutuhan wisatawan.

Namun demikian, potensi ekonomi yang dimiliki oleh kawasan wisata belum sepenuhnya memberikan manfaat optimal bagi masyarakat sekitar. Beberapa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan strategi pemasaran, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, kurangnya inovasi produk, serta keterbatasan pemahaman mengenai pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian masyarakat belum mampu meningkatkan pendapatan secara maksimal meskipun berada di kawasan yang memiliki potensi wisata tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Hidayat et al. (2025) yang menyatakan bahwa penguatan kapasitas pelaku UMKM di kawasan wisata perlu dilakukan melalui pendampingan manajemen usaha, digitalisasi pemasaran, dan peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing dalam perkembangan ekonomi wisata.

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa keberadaan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang telah memberikan perubahan terhadap aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan memberikan peluang bagi masyarakat untuk memperoleh tambahan pendapatan, tetapi manfaat ekonomi tersebut masih belum merata. Sebagian pelaku usaha telah

mampu memanfaatkan peluang wisata dengan baik, sementara sebagian lainnya masih menjalankan usaha secara sederhana tanpa strategi pengembangan yang jelas. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan yang mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola potensi wisata sebagai sumber penguatan ekonomi lokal.

Implementasi kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi awal terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar kawasan wisata, identifikasi permasalahan UMKM, penyusunan program pendampingan, pelaksanaan edukasi dan pelatihan, serta evaluasi hasil kegiatan. Program yang diberikan mencakup peningkatan pemahaman mengenai strategi pemasaran produk, pengembangan inovasi usaha, pemanfaatan media digital untuk promosi, serta penguatan kapasitas masyarakat dalam mengelola peluang ekonomi dari sektor pariwisata. Melalui kegiatan tersebut, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha, memperluas pasar, dan memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar dari keberadaan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan sektor pariwisata memiliki kontribusi besar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Program pendampingan UMKM di kawasan wisata yang dilakukan oleh Pratiwi et al. (2023) membuktikan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Selain itu, Wahyuni et al. (2024) menjelaskan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui pengelolaan desa wisata dapat meningkatkan partisipasi ekonomi warga. Kegiatan serupa oleh Nugraha et al. (2023) menunjukkan bahwa optimalisasi potensi wisata alam mampu membuka peluang usaha baru bagi masyarakat lokal. Menurut Ramadhan et al. (2025), inovasi produk dan strategi promosi menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM wisata. Selanjutnya, Fitriani et al. (2024) menegaskan bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat melalui kegiatan pengabdian mampu memperkuat keberlanjutan pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian memberikan berbagai implikasi positif bagi masyarakat, pemerintah daerah, maupun pengelola kawasan wisata. Bagi masyarakat sekitar, kegiatan ini mendorong peningkatan kesadaran bahwa potensi wisata dapat menjadi sumber ekonomi produktif melalui pengembangan UMKM, diversifikasi produk, serta peningkatan kualitas layanan kepada wisatawan. Bagi pelaku usaha, pendampingan yang diberikan dapat memperkuat kemampuan dalam mengelola usaha, melakukan promosi, dan memanfaatkan peluang pasar yang muncul dari aktivitas pariwisata. Selain itu, kegiatan ini juga berimplikasi terhadap penguatan ekonomi lokal karena meningkatnya aktivitas perdagangan dan jasa di sekitar kawasan wisata. Bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata, hasil kegiatan ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyusun strategi pengembangan destinasi yang lebih inklusif dengan melibatkan masyarakat sebagai bagian utama dari ekosistem pariwisata. Dengan demikian, optimalisasi Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang tidak

hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada terciptanya kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan melalui pemanfaatan potensi daerah berbasis ekonomi kerakyatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan yang menempatkan warga lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pemanfaatan potensi wisata. Konsep ini menekankan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan wisata sehingga manfaat ekonomi dapat dirasakan secara langsung. Dalam konteks Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang, pendekatan ini menjadi dasar dalam meningkatkan peran warga sekitar melalui pengembangan usaha pendukung wisata seperti UMKM, jasa pelayanan, dan produk lokal. Menurut Anindita dan Prabowo (2024), pengelolaan wisata berbasis masyarakat mampu meningkatkan kemandirian ekonomi lokal melalui partisipasi aktif masyarakat dalam rantai nilai pariwisata.

Pemberdayaan Masyarakat dan Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kemampuan individu maupun kelompok agar mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri untuk mencapai kesejahteraan. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, pemberdayaan dilakukan melalui edukasi, pelatihan, pendampingan usaha, serta penguatan kapasitas pelaku UMKM. Keberadaan destinasi wisata memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan melalui aktivitas ekonomi produktif. Menurut Khasanah et al. (2025), program pemberdayaan berbasis potensi lokal mampu meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat karena memberikan akses terhadap pengetahuan, keterampilan, dan peluang usaha baru yang sesuai dengan kebutuhan lingkungan.

Pengembangan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya di kawasan wisata yang memiliki tingkat interaksi ekonomi tinggi. Pengembangan UMKM tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi, pemasaran, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Dalam kawasan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang, penguatan UMKM dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk lokal, strategi promosi digital, dan pengelolaan usaha yang lebih profesional. Menurut Fadillah dan Setiawan (2023), digitalisasi UMKM di kawasan wisata mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas pasar konsumen, serta memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat.

METODE DAN PROSEDUR KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat sekitar kawasan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang, khususnya pelaku UMKM dan warga yang memiliki aktivitas ekonomi di sekitar lokasi wisata. Metode kegiatan dirancang untuk mengidentifikasi potensi, memberikan pendampingan, serta meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan sektor pariwisata sebagai sumber peningkatan pendapatan dan kesejahteraan secara berkelanjutan.

Pendekatan dan Rancangan Kegiatan

Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan pendekatan *community empowerment* atau pemberdayaan masyarakat yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena pengembangan ekonomi berbasis wisata tidak hanya membutuhkan pembangunan fasilitas fisik, tetapi juga peningkatan kemampuan masyarakat dalam mengelola peluang usaha. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi masyarakat, jenis usaha yang berkembang, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM di sekitar Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang. Selanjutnya dilakukan proses identifikasi kebutuhan masyarakat melalui diskusi dan wawancara dengan pelaku usaha lokal. Tahap ini bertujuan memperoleh informasi mengenai permasalahan utama, seperti keterbatasan strategi pemasaran, kurangnya inovasi produk, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan promosi.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan selama satu bulan, yaitu pada Januari 2026. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan pendampingan, serta evaluasi. Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan pengelola wisata, pemerintah setempat, dan masyarakat sekitar. Tahap pelaksanaan mencakup pemberian edukasi mengenai pengembangan UMKM berbasis wisata, strategi pemasaran produk, peningkatan kualitas layanan kepada wisatawan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi.

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan melalui pengamatan perubahan pemahaman masyarakat, respons peserta, serta kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan hasil pendampingan. Evaluasi juga digunakan sebagai dasar untuk memberikan rekomendasi pengembangan program lanjutan agar manfaat kegiatan dapat berlangsung secara berkesinambungan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian di Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang

Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Aktivitas Utama
Persiapan dan observasi	Minggu ke-1 Januari 2026	Identifikasi kondisi wisata, pemetaan UMKM, koordinasi dengan masyarakat dan pengelola wisata

Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Aktivitas Utama
Pendampingan dan pelatihan	Minggu ke-2 dan ke-3 Januari 2026	Edukasi pengembangan usaha, pemasaran digital, inovasi produk, dan peningkatan kualitas layanan
Evaluasi kegiatan	Minggu ke-4 Januari 2026	Monitoring hasil kegiatan, evaluasi pemahaman peserta, dan penyusunan rekomendasi

Sumber: Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian (2026)

Berdasarkan Tabel 1, pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan secara sistematis melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan. Tahapan persiapan menjadi dasar untuk memahami kondisi dan kebutuhan masyarakat, sedangkan tahap pendampingan berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program serta memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diberikan dapat diterapkan dalam pengembangan usaha masyarakat sekitar kawasan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang.

Bentuk Kegiatan Pendampingan

Bentuk kegiatan yang dilakukan meliputi edukasi, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada masyarakat. Edukasi diberikan mengenai pentingnya peran wisata dalam meningkatkan ekonomi lokal serta peluang usaha yang dapat dikembangkan oleh masyarakat sekitar. Pelatihan difokuskan pada pengelolaan UMKM, strategi pemasaran, pengemasan produk, dan pemanfaatan media digital.

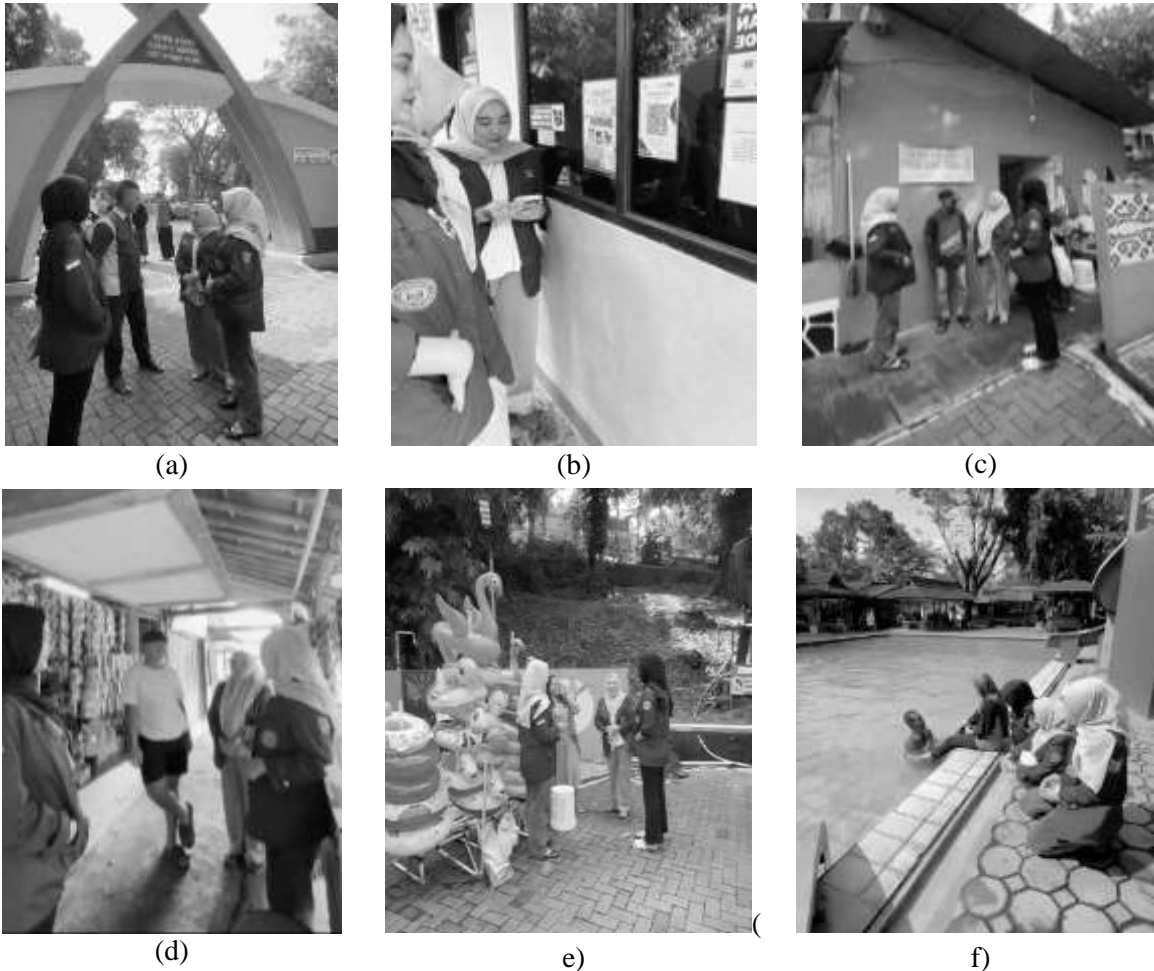
Kegiatan pendampingan dilakukan melalui diskusi langsung dengan pelaku usaha untuk memberikan solusi terhadap kendala yang dihadapi. Pendekatan langsung ini memungkinkan masyarakat memperoleh pemahaman praktis yang dapat diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Menurut Ramadhani et al. (2024), kegiatan pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal dan memperkuat keberlanjutan ekonomi kawasan wisata.

Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan umpan balik dari peserta kegiatan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai peluang ekonomi wisata, kemampuan melakukan promosi usaha, serta kesiapan pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Hasil evaluasi menjadi bahan penyusunan strategi lanjutan agar pengembangan UMKM di sekitar Wisata Air Panas Cisolong dapat terus berkembang.

Keberlanjutan program diarahkan pada pembentukan kolaborasi antara masyarakat, pengelola wisata, dan pemerintah daerah dalam menciptakan ekosistem wisata yang memberikan manfaat

ekonomi secara merata. Dengan adanya kesinambungan program, kawasan wisata tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga menjadi pusat pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.



(a) Petugas parkir (b) petugas tiket (c) penjaga toilet (d) UMKM makanan (e) Penyedia jasa balon (f) Pengunjung

Gambar 2

Dokumentasi Wawancara dan Pengelolah Peneliti Di Pemandian Air Panas Cisolong Pandeglang

HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kawasan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang menghasilkan beberapa capaian utama yang berkaitan dengan peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan UMKM, serta optimalisasi potensi wisata sebagai sumber ekonomi lokal. Kegiatan yang dilaksanakan selama Januari 2026 ini melibatkan pelaku usaha dan warga sekitar melalui pendekatan edukasi, pendampingan, serta evaluasi untuk mengetahui perubahan pemahaman dan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis pariwisata.

Identifikasi Potensi dan Kondisi Awal Masyarakat Sekitar Wisata

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan masyarakat sekitar kawasan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memanfaatkan keberadaan wisata sebagai peluang ekonomi melalui usaha makanan, minuman, jasa parkir, dan penjualan produk kebutuhan wisatawan. Namun, sebagian besar usaha masih dikelola secara sederhana, terutama dalam aspek pemasaran, inovasi produk, pencatatan usaha, dan pemanfaatan teknologi digital.

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa keberadaan wisata telah memberikan dampak ekonomi positif, tetapi peningkatan pendapatan masyarakat masih membutuhkan strategi pengelolaan usaha yang lebih baik. Masyarakat memiliki potensi produk lokal yang dapat dikembangkan, tetapi masih memerlukan pendampingan dalam aspek pengemasan, promosi, dan pengembangan pasar.

Tabel 2. Kondisi Awal Pelaku UMKM di Sekitar Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang

Aspek yang Diamati	Kondisi Sebelum Kegiatan	Permasalahan yang Ditemukan
Pengelolaan usaha	Usaha berjalan secara mandiri dan sederhana	Belum memiliki sistem pengelolaan usaha yang terstruktur
Pemasaran produk	Mengandalkan pembeli langsung di lokasi wisata	Pemanfaatan media digital masih rendah
Inovasi produk	Produk masih bersifat umum	Kurangnya variasi dan kreativitas produk
Pengetahuan usaha	Berdasarkan pengalaman pribadi	Keterbatasan pemahaman manajemen UMKM

Sumber: Hasil Observasi Kegiatan Pengabdian (2026)

Berdasarkan Tabel di atas, kondisi awal masyarakat menunjukkan bahwa pelaku UMKM di sekitar Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang telah memiliki aktivitas ekonomi yang mendukung perkembangan wisata, tetapi masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha. Permasalahan utama yang ditemukan berkaitan dengan kemampuan pemasaran, inovasi produk, dan penggunaan teknologi. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pendampingan agar masyarakat mampu meningkatkan nilai ekonomi dari aktivitas wisata yang berkembang.

Pelaksanaan Edukasi dan Pendampingan UMKM

Kegiatan utama pengabdian dilakukan melalui edukasi dan pendampingan kepada masyarakat mengenai strategi pengembangan usaha berbasis wisata. Materi yang diberikan mencakup pentingnya peningkatan kualitas produk, pelayanan kepada wisatawan, strategi promosi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Peserta diberikan pemahaman mengenai bagaimana wisata dapat menciptakan peluang ekonomi apabila dikelola secara kreatif dan inovatif. Masyarakat juga diarahkan untuk memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh lokasi yang strategis, tetapi juga kemampuan dalam menarik konsumen melalui kualitas produk dan pelayanan.

Pendampingan dilakukan secara interaktif melalui diskusi mengenai kendala usaha yang dihadapi masyarakat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya pengelolaan usaha yang lebih profesional.

Tabel 3. Materi dan Hasil Pendampingan Kegiatan

Materi Pendampingan	Bentuk Kegiatan	Hasil yang Dicapai
Pengembangan UMKM wisata	Penyuluhan dan diskusi	Masyarakat memahami peluang usaha berbasis wisata
Strategi pemasaran	Pelatihan promosi produk	Peserta memahami pentingnya pemasaran yang lebih luas
Digitalisasi usaha	Edukasi penggunaan media digital	Masyarakat mulai memahami promosi melalui platform digital
Inovasi produk	Pendampingan pengembangan produk	Peserta memperoleh ide peningkatan kualitas produk

Sumber: Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian (2026)

Tabel di atas menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan perubahan positif terhadap pemahaman masyarakat mengenai pengembangan UMKM. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mendapatkan wawasan praktis yang dapat diterapkan dalam aktivitas usaha. Pendekatan pendampingan memungkinkan masyarakat memahami hubungan antara pengelolaan wisata, perilaku konsumen, dan strategi peningkatan pendapatan usaha.

Evaluasi Dampak Kegiatan terhadap Masyarakat

Evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai untuk mengetahui tingkat keberhasilan program. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, diskusi, serta pengamatan terhadap respons peserta selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa masyarakat mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan potensi wisata sebagai sumber pendapatan. Kegiatan ini mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengembangkan usaha yang mendukung aktivitas wisata. Pelaku UMKM mulai memahami pentingnya menjaga kualitas produk, meningkatkan pelayanan, dan memanfaatkan peluang kunjungan wisatawan.

Tabel 4. Perubahan Kondisi Setelah Pelaksanaan Kegiatan

Indikator Evaluasi	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Pemahaman peluang wisata	Masih terbatas	Meningkat mengenai manfaat ekonomi wisata
Strategi pemasaran	Konvensional	Mulai mengenal pemasaran digital
Pengembangan produk	Belum optimal	Mulai memiliki gagasan inovasi produk
Motivasi pengembangan usaha	Bersifat rutin	Meningkat untuk memperluas usaha

Sumber: Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian (2026)

Berdasarkan Tabel di atas, kegiatan pengabdian memberikan perubahan terhadap aspek pengetahuan, motivasi, dan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan UMKM. Walaupun perubahan peningkatan pendapatan membutuhkan waktu dan keberlanjutan program, peningkatan kapasitas masyarakat menjadi modal penting dalam menciptakan kemandirian ekonomi berbasis

wisata. Hasil ini menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan mampu menjadi langkah awal dalam memperkuat hubungan antara sektor pariwisata dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Keberadaan destinasi wisata tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga membuka peluang usaha bagi masyarakat lokal. Pembahasan berikut menguraikan keterkaitan hasil kegiatan dengan teori serta kegiatan terdahulu mengenai pengembangan wisata berbasis masyarakat, pemberdayaan UMKM, dan digitalisasi ekonomi lokal.

1. Peran Wisata dalam Meningkatkan Aktivitas Ekonomi Masyarakat Lokal

Keberadaan Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang memberikan dampak terhadap meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil kegiatan, masyarakat memanfaatkan arus kunjungan wisatawan sebagai peluang untuk menjalankan berbagai usaha pendukung, seperti kuliner, perdagangan kecil, dan jasa pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki efek pengganda ekonomi karena mampu menciptakan hubungan antara wisatawan, pelaku usaha, dan masyarakat lokal.

Hasil tersebut sejalan dengan Hanafi (2024) yang menjelaskan bahwa konsep *community based tourism* mampu meningkatkan pendapatan masyarakat karena melibatkan warga sebagai bagian penting dalam pengelolaan destinasi wisata. Pengembangan wisata berbasis masyarakat memberikan ruang bagi masyarakat untuk memperoleh manfaat ekonomi secara langsung. Handayani et al. (2024) menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat apabila dikelola dengan memperhatikan partisipasi warga lokal. Dengan demikian, penguatan peran masyarakat sekitar Wisata Air Panas Cisolong menjadi faktor penting agar manfaat ekonomi wisata dapat dirasakan secara lebih luas.

2. Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan dan Edukasi

Kegiatan pendampingan yang dilakukan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan UMKM berbasis wisata. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pola pemasaran konvensional dan belum memahami pentingnya inovasi produk. Setelah kegiatan, masyarakat mulai memahami bahwa keberhasilan usaha membutuhkan pengelolaan yang lebih terencana.

Kegiatan ini diperkuat oleh Yusuf et al. (2024) yang melakukan pendampingan UMKM pada kawasan desa wisata dan menemukan bahwa edukasi mengenai manajemen pemasaran serta digital marketing mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk wisata. Kegiatan pengabdian ini juga memiliki kesamaan dengan program Sa'adah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan branding dan digitalisasi mampu meningkatkan daya saing

UMKM di kawasan wisata. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan menjadi kebutuhan penting agar masyarakat mampu mengembangkan usaha secara mandiri.

3. Digitalisasi sebagai Strategi Penguatan Pemasaran UMKM Wisata

Salah satu hasil penting dalam kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai penggunaan teknologi digital sebagai media promosi. Sebelumnya, pemasaran produk masyarakat masih bergantung pada wisatawan yang datang langsung ke lokasi. Melalui kegiatan edukasi, masyarakat diperkenalkan dengan konsep pemasaran digital untuk memperluas jangkauan konsumen.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Rahmawati et al. (2025) yang menyatakan bahwa digitalisasi produk dan layanan UMKM dapat mendukung perkembangan destinasi wisata melalui peningkatan akses informasi dan perluasan pasar. Hanifah et al. (2025) menegaskan bahwa pengembangan desa wisata melalui digital marketing dan inovasi produk mampu meningkatkan daya saing destinasi serta kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, penerapan strategi digital menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM sekitar Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang.

4. Keberlanjutan Pengembangan Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Keberhasilan kegiatan pengabdian tidak hanya diukur dari pelaksanaan pelatihan, tetapi juga dari kemampuan masyarakat dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki motivasi untuk meningkatkan kualitas usaha dan memanfaatkan keberadaan wisata sebagai sumber pendapatan jangka panjang.

Pengembangan wisata yang berkelanjutan membutuhkan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah daerah, pengelola wisata, dan perguruan tinggi. Wijianto (2024) menjelaskan bahwa pengembangan wisata alam pada era digital membutuhkan strategi pemasaran yang efektif serta keterlibatan berbagai pihak untuk menjaga keberlanjutan destinasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa keberadaan destinasi wisata memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal. Wisata Air Panas Cisolong tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga menjadi sumber peluang ekonomi melalui berbagai aktivitas usaha masyarakat, seperti perdagangan, kuliner, jasa pelayanan, dan usaha pendukung wisata lainnya.

Pelaksanaan kegiatan selama Januari 2026 berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan UMKM berbasis potensi wisata. Melalui kegiatan observasi, edukasi, pelatihan, dan pendampingan, masyarakat memperoleh pengetahuan mengenai strategi pemasaran, inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan

motivasi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha agar lebih produktif dan berkelanjutan. Kegiatan ini memperlihatkan bahwa pengembangan wisata berbasis masyarakat membutuhkan keterlibatan aktif berbagai pihak, baik masyarakat, pengelola wisata, pemerintah daerah, maupun perguruan tinggi. Optimalisasi potensi Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang perlu terus dilakukan melalui program pendampingan lanjutan, penguatan kapasitas UMKM, dan strategi promosi yang lebih inovatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada masyarakat, pengelola Wisata Air Panas Cisolong Pandeglang, pemerintah setempat, serta seluruh pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R., & Prabowo, H. (2024). Community-based tourism development strategy to strengthen local economic resilience in rural tourism destinations. *Journal of Tourism Sustainability and Development*, 5(2), 112–123. <https://doi.org/10.7454/jtsd.v5i2.2024>
- Fadillah, M. R., & Setiawan, D. (2023). Digital transformation of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in supporting tourism-based economic growth. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 26(2), 189–200. <https://doi.org/10.14414/jebav.v26i2.2023>
- Fitriani, D., Handayani, S., & Kurniawan, R. (2024). Kolaborasi perguruan tinggi dan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 9(2), 155–164. <https://doi.org/10.32528/jpmi.v9i2.2024>
- Hanafi, M. (2024). Community based tourism dalam pengembangan desa wisata di Magelang. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, 21(1), 1–12. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i1.72745>
- Handayani, S., Saifuddin, & Damayanti, R. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata perspektif ekonomi syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 1–12. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).15987](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).15987)
- Hanifah, H. S., Harahap, E. F., Marlina, S., & Septiana, Y. (2025). Pengembangan desa wisata melalui digital marketing, inovasi produk dan tata kelola kelembagaan BUMDes di Kabupaten Garut. *Jurnal Algoritma*, 22(1), 1–12. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-1.2426>
- Hidayat, R., Prasetyo, A., & Lestari, D. (2025). Pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing dalam pengembangan ekonomi kawasan wisata lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia*, 6(1), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jpkmi.v6i1.2025>
- Khasanah, U., Maulana, A., & Fitriani, N. (2025). Community empowerment through local potential-based programs to improve economic welfare in tourism areas. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 9(1), 55–68. <https://doi.org/10.14421/jpm.2025.091-04>
- Nugraha, A., Setiawan, B., & Lestari, P. (2023). Optimalisasi potensi wisata alam sebagai penggerak ekonomi masyarakat lokal melalui program pemberdayaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 201–210. <https://doi.org/10.24198/jpkm.v7i3.2023>
- Pratiwi, N. R., Hidayat, M., & Sulastri, E. (2023). Pendampingan UMKM berbasis digital marketing dalam meningkatkan daya saing produk lokal kawasan wisata. *Jurnal Abdimas: Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 98–108. <https://doi.org/10.17977/um063v5i22023p98-108>
- Rahmawati, F., & Nugroho, S. (2023). Peran sektor pariwisata dalam meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 19(2), 115–126. <https://doi.org/10.22219/jebt.v19i2.2023>

- Rahmawati, N., Putri, N. F., & Dinanti, N. M. (2025). Digitalisasi produk dan layanan UMKM sebagai upaya pengembangan destinasi wisata Setu Babakan, Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.55606/jempper.v5i2.6601>
- Ramadhan, F., Sari, Y., & Maulana, R. (2025). Inovasi produk dan strategi promosi UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kawasan wisata. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9(1), 75–86. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i1.2025>
- Ramadhani, A., Kusuma, H., & Lestari, W. (2024). Community empowerment through sustainable tourism development to improve local economic resilience. *Journal of Community Development Research*, 17(2), 135–146. <https://doi.org/10.14456/jcdr.2024.12>
- Sa'adah, A., Permadi, D. F. H., & Zen, B. P. (2024). Penerapan digitalisasi dan teknologi branding untuk meningkatkan potensi wisata dan daya saing UMKM. *Dedikasi Sains dan Teknologi*, 4(2), 120–128. <https://doi.org/10.47709/dst.v4i2.4070>
- Sari, M., Kurniawan, A., & Putri, R. A. (2024). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal melalui program pengabdian perguruan tinggi. *Jurnal Abdimas: Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 87–98. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.2024>
- Soleh, M., Rahman, F., & Yuliani, S. (2023). Strengthening MSMEs through digital marketing assistance in tourism destination areas. *International Journal of Community Service Learning*, 7(3), 312–321. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i3.2023>
- Sutrisno, E., & Wulandari, T. (2024). Pengembangan desa wisata sebagai strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 15(1), 25–36. <https://doi.org/10.31294/jpar.v15i1.2024>
- Wahyuni, S., Arifin, Z., & Permata, D. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 45–56. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2024>
- Wijianto. (2024). Strategi pengembangan wisata alami dalam era digitalisasi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13101>
- Wulandari, T., & Nugroho, P. (2025). Participatory approaches in community-based tourism development for improving rural welfare. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 6(1), 45–57. <https://doi.org/10.35912/joste.v6i1.2025>
- Yuliana, N., Hasanah, U., & Ramadhan, F. (2025). Digitalisasi UMKM dalam mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat di kawasan destinasi wisata. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9(1), 120–132. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i1.2025>
- Yusuf, Y., Christianingrum, & Fauzi, P. (2024). Pendampingan UMKM dalam penggunaan digital marketing pengelola Desa Wisata Perlang Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 1–10. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4692>