JOURNAL OF HUMAN AND EDUCATION

E-ISSN: 2776-5857 | P-ISSN: 2776-7876
Website: https://jahe.or.id/index.php/jahe
Vol. 6, No. 6 (2026)

Rumah Inovasi Wisata Pesisir: Penguatan SDM Lokal Melalui Ekonomi Biru dan *Digital Tourism* Di Desa Sumlili, Kabupaten Kupang

Coastal Tourism Innovation House: Strengthening Local Human Resources through the Blue Economy and Digital Tourism in Sumlili Village

Winster Larwuy[1*], Rifka Liling Palinggi[1], Desy Amalia Hidayati[1], Ahazia Imanuel Tampa[1], Yudishinta Missa[1]

[1]Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana, Kupang, Indonesia
**Email korespondensi: winster_larwuy@staf.undana.ac.id*

ABSTRAK

Pengembangan wisata pesisir di Desa Sumlili, Kabupaten Kupang, belum disertai kesiapan sumber daya manusia (SDM) lokal dalam pelayanan wisata, promosi digital, pengembangan produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis hasil laut, serta literasi ekonomi biru. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat empat aspek tersebut melalui model "Rumah Inovasi Wisata Pesisir". Kegiatan inti dilaksanakan pada 31 Agustus 2026 bersama Pemerintah Desa Sumlili dan Kelompok Tani Muda Batulesa dengan 30 peserta dari unsur pemuda, perempuan, pelaku UMKM, perangkat desa, dan tokoh masyarakat. Pendekatan partisipatif diterapkan melalui ceramah interaktif, simulasi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Efektivitas kegiatan dievaluasi dengan survei pra- dan pascakegiatan (11 butir, skala Likert 1–5) yang dianalisis secara deskriptif dan menggunakan *Normalized Gain* (*N-Gain*). Proporsi peserta pada kategori paham dan sangat paham meningkat dari 19,3% menjadi 81,3% (*N-Gain* 0,77; kategori tinggi), dan seluruh 14 indikator keberhasilan terpenuhi. Luaran berupa 24 suvenir berbahan cangkang kerang/siput berlabel "Wisata Pesisir Desa Sumlili," tiga akun media sosial, dan 11 konten promosi. Kegiatan berkontribusi pada SDG 1, 4, 14, dan 17, serta pendampingan lanjutan difokuskan pada desain konten digital dan diversifikasi produk.

Kata Kunci: wisata pesisir, ekonomi biru, *digital tourism*, UMKM kreatif, Desa Sumlili

ABSTRACT

Coastal tourism development in Sumlili Village, Kupang Regency, has not been matched by adequate local human-resource capacity in tourism services, digital promotion, sea-based micro, small, and medium enterprise (MSME) products, and blue economy literacy. This community service program aimed to strengthen these four aspects through the "Coastal Tourism Innovation House" model. The core activity took place on 31 August 2026 in partnership with the Sumlili Village Government and the Batulesa Young Farmers Group, involving 30 participants from youth, women, MSME actors, village officials, and community leaders. A participatory approach combined interactive lectures, simulations, demonstrations, hands-on practice, and mentoring. Effectiveness was evaluated using

pre- and post-activity surveys (11 items, 1–5 Likert scale) analyzed descriptively and with Normalized Gain (N-Gain). The proportion of participants in the "understand" and "strongly understand" categories increased from 19.3% to 81.3% (N-Gain 0.77, high category), and all 14 success indicators were met. Outputs comprised 24 souvenirs made from shells under a shared label, three village tourism social media accounts, and 11 promotional contents. The program contributes to SDGs 1, 4, 14, and 17; follow-up mentoring will focus on digital content design and product diversification.
Keywords: *coastal tourism, blue economy, digital tourism, creative MSMEs, Sumlili Village*

PENDAHULUAN

Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur, memiliki lanskap pesisir yang berpotensi besar sebagai basis pariwisata bahari sekaligus penggerak ekonomi masyarakat lokal (Bala dkk., 2024; Nisnoni dkk., 2023). Nilai tambah kawasan ini tidak hanya bersumber dari kekayaan sumber daya laut dan keindahan pantainya, tetapi juga dari komunitas pesisir yang masih memelihara budaya lokal, praktik perikanan tradisional, dan kuliner berbahan hasil laut yang dapat dikemas sebagai atraksi wisata. Desa Sumlili di Kecamatan Kupang Barat merupakan desa yang memiliki potensi tersebut, salah satunya adalah Pantai Alamanda yang mulai dikenal sebagai destinasi baru di Kabupaten Kupang. Sodakain dkk. (2023) mengidentifikasi daya tarik pantai tersebut berupa panorama pantai, suasana perdesaan, pegunungan, persawahan, dan lanskap laut, tetapi menilai pengelolaannya belum optimal.

Persoalan utama yang dihadapi masyarakat Desa Sumlili adalah terbatasnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola wisata pesisir. Perkembangan pariwisata belum diikuti peningkatan kemampuan warga, sehingga keterlibatan masyarakat lokal dalam usaha pariwisata belum maksimal. Gambaran serupa ditemukan di Pantai Tablolong yang berada di desa tetangga yang memiliki kemiripan karakteristik geografis dan sosial-ekonomi. Menurut hasil penelitian sebelumnya, hanya 38% pengunjung yang menyatakan puas terhadap mutu layanan, terutama pada aspek pelayanan, interaksi personal, keamanan, dan penanganan keluhan di Pantai Tablolong (Dafa dkk., 2025). Jika mengacu pada penelitian Javada dkk. (2025), kelengkapan dan fasilitas wisata terbukti mempengaruhi kepuasan pengunjung. Di Desa Sumlili, masyarakat belum memiliki kemampuan *hospitality* yang memadai, seperti menyambut wisatawan, menjaga kebersihan kawasan, dan memberikan pelayanan sederhana yang ramah wisatawan.

Promosi wisata di Desa Sumlili juga menjadi aspek penting yang memerlukan perhatian dalam tujuan pengembangan wisata desa. Pemuda dan pelaku UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara memadai, padahal digitalisasi dipandang sebagai faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata (Chen dkk., 2024; Jiang & Phoong, 2023; Zhang dkk., 2025). Pada aspek ekonomi kreatif, produk berbasis hasil laut umumnya masih dijual dalam bentuk sederhana tanpa pengemasan dan *branding* yang menarik sehingga berdaya saing rendah (Mutiara & Safitri, 2024). Pemahaman masyarakat tentang ekonomi biru, yakni pendekatan pemanfaatan sumber daya laut dan pesisir yang menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan kelestarian ekosistem (Gerou & Pantouvakis, 2025; Yuan & Failler, 2025), serta tentang wisata berkelanjutan juga masih terbatas. Ekonomi biru turut berkaitan dengan ketahanan pangan dan kesejahteraan masyarakat pesisir (Lefilef dkk., 2025), sedangkan pertumbuhan pariwisata yang tidak disertai kesadaran konservasi berpotensi menambah tekanan pada lingkungan pesisir (Cai dkk., 2026; Wang dkk., 2025).

Kajian terdahulu di Kabupaten Kupang umumnya bersifat diagnostik, yaitu memetakan status pengelolaan, minat kunjungan, strategi pengembangan, dan persepsi pengunjung (Bala dkk., 2024; Dafa dkk., 2025; Nisnoni dkk., 2023; Sodakain dkk., 2023). Literatur tentang digitalisasi, ekonomi biru, dan pariwisata berbasis masyarakat banyak membahas kerangka konseptual serta analisis berskala luas (Cordova-Buiza dkk., 2025; Gerou & Pantouvakis, 2025; Jiang & Phoong, 2023; Yuan & Failler, 2025), sementara strategi penguatan UMKM pesisir telah dikaji di wilayah lain (Mutiara & Safitri, 2024). Di sisi lain, intervensi penguatan kapasitas terpadu di tingkat desa yang mengaitkan keempat aspek tersebut sekaligus mengukur perubahannya secara kuantitatif masih terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim dosen Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan Universitas Nusa Cendana menyelenggarakan program pengabdian masyarakat "Rumah Inovasi Wisata Pesisir Desa Sumlili." Program ini dirancang sebagai wadah edukasi dan penguatan kapasitas yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama pengembangan destinasi, sejalan dengan arah pariwisata global menuju *community-based tourism*, *sustainable tourism*, dan *digital tourism* (Cordova-Buiza dkk., 2025; Jiang & Phoong, 2023). Urgensi kegiatan ini berdasar pada pertimbangan pengembangan destinasi tanpa penguatan SDM lokal berisiko menjadikan masyarakat sebagai penonton sekaligus memperbesar tekanan terhadap lingkungan pesisir. Tujuan kegiatan adalah: (1) Meningkatkan kapasitas SDM dalam pengelolaan wisata pesisir dan pelayanan wisata dasar; (2) Meningkatkan kemampuan pemuda dan pelaku UMKM memanfaatkan *digital tourism* sebagai media promosi; (3) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengembangan UMKM berbasis hasil laut melalui pembuatan suvenir, pengemasan, dan *branding*; serta (4) Meningkatkan pemahaman tentang ekonomi biru dan wisata pesisir berkelanjutan.

Kebaruan kegiatan terletak pada tiga hal: (i) empat komponen (*hospitality*, UMKM berbasis hasil laut, *digital tourism*, dan ekonomi biru) diintegrasikan dalam satu paket pendampingan; (ii) cangkang kerang/siput yang selama ini dipandang sebagai limbah dimanfaatkan sebagai basis produk ekonomi kreatif dengan identitas bersama "Wisata Pesisir Desa Sumlili"; (iii) perubahan pemahaman diukur per aspek melalui survei pra-pascakegiatan yang dipadukan dengan capaian 14 indikator keberhasilan. Kegiatan ini diarahkan untuk mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) (United Nations, 2015), khususnya SDG 1, 4, 14, dan 17.

METODE

1. Lokasi dan Waktu

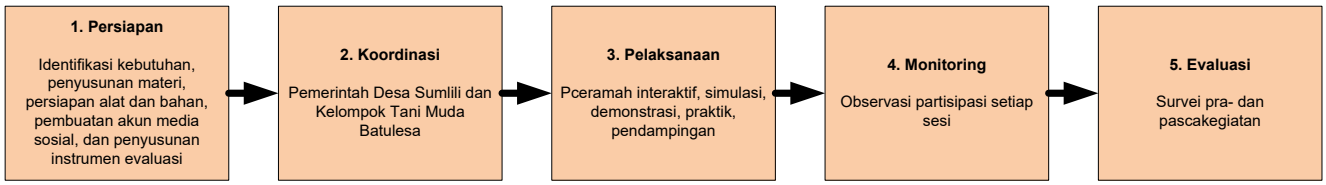
Tahap persiapan berlangsung pada Juli hingga pertengahan Agustus 2026. Kegiatan inti dilaksanakan pada Senin, 31 Agustus 2026, pukul 08.30–13.30 WITA, di halaman rumah Bapak Okto Herman Nggonggoek, Ketua Kelompok Tani Muda Batulesa, Dusun Batulesa, Desa Sumlili, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang. Lokasi dipilih karena mudah dijangkau peserta, menyediakan ruang terbuka yang teduh untuk pelatihan dan demonstrasi, serta berdekatan dengan kawasan wisata pesisir desa.

2. Sasaran dan Mitra

Mitra kegiatan adalah Pemerintah Desa Sumlili dan Kelompok Tani Muda Batulesa. Sasaran kegiatan adalah masyarakat lokal yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam aktivitas wisata pesisir. Kegiatan inti diikuti oleh 30 peserta yang mewakili kelompok pemuda (Kelompok Tani Muda Batulesa), kelompok perempuan, pelaku UMKM lokal, perangkat desa, dan tokoh masyarakat.

3. Tahapan dan Metode Kegiatan

Kegiatan menerapkan pendekatan partisipatif, edukatif, dan berbasis praktik langsung yang tersusun dalam lima tahap (Gambar 1). Pada tahap persiapan, tim mengidentifikasi kebutuhan dan calon peserta, menyusun materi yang sederhana dan aplikatif, merancang instrumen evaluasi berbasis *Google Form*, menyiapkan alat dan bahan pelatihan pembuatan suvenir (gantungan kunci dan hiasan kulkas), menyiapkan perangkat digital serta akun media sosial (Facebook, Instagram, dan Tiktok), dan membagi tugas anggota tim. Tahap koordinasi dilakukan bersama Pemerintah Desa Sumlili dan Kelompok Tani Muda Batulesa untuk menetapkan lokasi dan memobilisasi peserta. Tahap pelaksanaan berupa pelatihan dan edukasi satu hari yang terdiri atas lima sesi dengan metode penyuluhan (ceramah interaktif), simulasi dan diskusi kelompok, demonstrasi, praktik, serta pendampingan (Tabel 1). Tahap monitoring dilakukan melalui observasi keaktifan peserta pada setiap sesi, sedangkan tahap evaluasi memadukan diskusi, observasi praktik, penilaian produk, dokumentasi, dan survei digital.



Gambar 1. Diagram alur tahapan pelaksanaan kegiatan

Tabel 1. Rancangan sesi dan metode kegiatan

Waktu (WITA)	Sesi	Metode
08.30–09.00	Registrasi dan survei pra-kegiatan (*Google Form*)	Pengisian instrumen digital
09.00–09.30	Pembukaan dan sosialisasi program	Penyuluhan
09.30–10.00	*Hospitality*, desa wisata, dan pelayanan wisata dasar	Ceramah interaktif, diskusi kelompok, simulasi
10.30–11.30	Suvenir gantungan kunci dan hiasan kulkas berbahan cangkang kerang/siput, pengemasan, dan *branding*	Demonstrasi, praktik berkelompok, pendampingan
11.30–12.00	*Digital tourism*: akun media sosial (Facebook, Instagram, dan Tiktok), fotografi sederhana, penggunaan AI untuk editing	Ceramah, praktik, pendampingan
12.00–12.30	Ekonomi biru dan wisata pesisir berkelanjutan	Ceramah interaktif dan diskusi
12.30–13.00	Survei pasca-kegiatan dan penutupan	Pengisian instrumen digital

4. Instrumen dan Analisis Data

Instrumen evaluasi berupa kuesioner digital yang memuat 11 butir pertanyaan/pernyataan untuk mengukur pemahaman pada empat bidang, yaitu pengelolaan wisata pesisir dan *hospitality* (butir 1–3), *digital tourism* (butir 4–7), UMKM wisata berbasis hasil laut (butir 8–9), serta ekonomi biru dan wisata berkelanjutan (butir 10–11). Setiap butir dinilai menggunakan skala Likert melalui skor 1 (sangat tidak paham), skor 2 (tidak paham), skor 3 (cukup paham), skor 4 (paham), dan skor 5 (sangat paham). Kuesioner diisi seluruh peserta (n = 30) sebelum dan sesudah kegiatan. Data dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase dan skor rata-rata. Besarnya peningkatan pemahaman dihitung dengan *Normalized Gain* (*N-Gain*) menurut Hake (1998), yaitu *N-Gain* = (pasca − pra)/(maksimum − pra). Kriteria *N-Gain* adalah rendah (< 0,30), sedang (0,30–0,69), dan tinggi (≥ 0,70). Catatan observasi, tanggapan diskusi, dan dokumentasi produk digunakan sebagai data kualitatif pelengkap.

5. Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam kegiatan ini mencakup 14 indikator, yang terdiri dari partisipasi (jumlah peserta ≥ 30 orang, kehadiran ≥ 85%, dan keaktifan ≥ 85%), pemahaman (≥ 70% peserta pada materi utama dan ≥ 50% pada desain promosi dengan menggunakan AI), luaran (tiga akun media sosial, ≥ 10 konten promosi, ≥ 20 produk suvenir, dan satu paket dokumentasi), serta kepuasan (≥ 80% peserta).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kondisi Awal Mitra

Permasalahan prioritas. Identifikasi bersama mitra menghasilkan empat masalah prioritas: (1) rendahnya kapasitas SDM dalam pengelolaan wisata pesisir dan pelayanan wisata dasar, mencakup pemahaman tentang desa wisata, Sapta Pesona, dan etika melayani wisatawan; (2) terbatasnya kemampuan pemuda dan pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk promosi; (3) belum berkembangnya UMKM wisata berbasis hasil laut, terutama suvenir khas, disertai minimnya pengetahuan tentang pengemasan dan *branding*; dan (4) rendahnya pemahaman tentang ekonomi biru dan pengelolaan wisata berkelanjutan.

Potensi mitra. Desa Sumlili memiliki modal untuk berkembang, yaitu panorama Pantai Alamanda dan destinasi yang mulai dikenal (Sodakain dkk., 2023), dukungan penuh Pemerintah Desa dan Kelompok Tani Muda Batulesa, kelompok pemuda dan perempuan yang bersedia terlibat, serta cangkang kerang/siput yang tersedia melimpah sebagai bahan baku suvenir berbiaya rendah.

Analisis kebutuhan. Survei pra-kegiatan menunjukkan masalah tersebut dirasakan masyarakat Desa Sumlili. Rata-rata proporsi peserta pada kategori paham dan sangat paham hanya 19,3% dengan skor rata-rata 2,08 pada skala 1–5. Pemahaman terendah tercatat pada desain konten promosi dengan menggunakan AI (8,8%), pembuatan suvenir cangkang kerang/siput (11,8%), dan konsep ekonomi biru (11,8%). Aspek dengan pemahaman awal tertinggi, yakni pengelolaan sampah dan wisata berkelanjutan (32,4%) serta pemanfaatan media sosial (29,4%), namun belum mencapai sepertiga peserta. Pola ini menunjukkan bahwa kebutuhan terbesar terletak pada keterampilan praktis, yaitu pembuatan produk dan desain digital, serta pada pemahaman konseptual tentang ekonomi biru.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Seluruh tahapan yang direncanakan terlaksana sesuai jadwal. Kegiatan berlangsung di halaman terbuka rumah warga, dilengkapi kursi peserta, meja kerja, pengeras suara, dan spanduk kegiatan (Gambar 2). Suasana ruang terbuka milik warga membuat komunikasi berjalan lancar sehingga peserta lebih leluasa menyampaikan pengalaman dan kendala yang dialami dalam aktivitas wisata desa.



Gambar 2. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan: (a) dan (b) penyampaian materi; (c) dan (d) praktik pembuatan suvenir

Pembukaan dan sosialisasi. Ketua tim membuka kegiatan pukul 09.00 WITA, dilanjutkan doa oleh tokoh masyarakat. Pelibatan tokoh masyarakat merupakan wujud penghormatan terhadap tatanan sosial setempat sekaligus upaya memperkuat penerimaan program. Sosialisasi yang dilakukan menegaskan posisi masyarakat lokal sebagai pelaku utama sekaligus penerima manfaat pengembangan wisata, sejalan dengan prinsip *community-based tourism* (Cordova-Buiza dkk., 2025).

***Hospitality* dan desa wisata.** Materi mencakup konsep desa wisata, Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan), pelayanan wisata dasar, serta etika melayani wisatawan. Dalam simulasi, peserta berkelompok memerankan penerimaan tamu, mulai dari menyambut wisatawan, memberikan informasi singkat tentang daya tarik desa, hingga menanggapi keluhan pengunjung secara santun. Simulasi ini menjawab rendahnya kepuasan pengunjung pada aspek pelayanan, interaksi personal, dan penanganan keluhan di kawasan sejenis (Dafa dkk., 2025). Diskusi dilanjutkan pada

kebersihan pantai dan kesiapan fasilitas yang diakui peserta sebagai kelemahan utama wisata desa, sejalan dengan temuan bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan pengunjung (Javada dkk., 2025).

UMKM berbasis hasil laut. Demonstrasi meliputi pembersihan dan penyortiran cangkang, pengeboran serta pemasangan cincin gantungan kunci, perangkaian cangkang dengan manik-manik, dan pemasangan magnet untuk hiasan kulkas. Peserta bekerja dalam kelompok yang didampingi tim, dan menghasilkan sebanyak 24 produk (13 gantungan kunci dan 11 hiasan kulkas), melampaui target minimal 20 produk (Gambar 3). Sejumlah peserta perempuan berinisiatif merangkai gelang dari cangkang siput kecil dan manik-manik, yang menandakan bahwa keterampilan dasar mulai dikembangkan secara mandiri. Cangkang yang selama ini dipandang sebagai limbah memperoleh nilai tambah sebagai produk ekonomi kreatif, sejalan dengan strategi penguatan UMKM pesisir (Mutiara & Safitri, 2024). Seluruh produk dikemas dengan plastik bening dan diberi label "Wisata Pesisir Desa Sumlili" bergambar panorama pesisir desa sehingga terbentuk identitas produk yang konsisten dan mudah dikenali wisatawan.



Gambar 3. Produk hasil pelatihan: (a) gantungan kunci cangkang kerang/siput; (b) hiasan kulkas cangkang kerang/siput; (c) gelang rangkai cangkang kerang/siput hasil inisiatif peserta; dan (d) produk yang telah dikemas

***Digital tourism*.** Materi mencakup konsep *digital tourism*, pemanfaatan media sosial untuk promosi, fotografi sederhana dengan telepon genggam (pencahayaan alami, sudut pengambilan gambar, dan kebersihan latar), serta pembuatan konten promosi dengan menggunakan AI. Tim bersama peserta menyiapkan dan mengaktifkan tiga akun media sosial wisata Desa Sumlili (Facebook, Instagram, dan Tiktok) yang pengelolaannya diserahkan kepada perwakilan Kelompok Tani Muda Batulesa dengan pendampingan tim. Praktik menghasilkan 11 konten foto dan video pendek, yang melampaui target 10 konten. Media sosial dipilih karena murah, mudah diakses, dan berperan penting dalam meningkatkan visibilitas destinasi lokal (Chen dkk., 2024; Jiang & Phoong, 2023; Zhang dkk., 2025).

Ekonomi biru dan wisata berkelanjutan. Materi menguraikan ekonomi biru sebagai upaya menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pelestarian ekosistem (Gerou & Pantouvakis, 2025; Yuan & Failler, 2025), dalam kaitannya dengan ketahanan pangan dan kesejahteraan pesisir (Lefilef dkk., 2025), pengelolaan sampah wisata, dan praktik wisata ramah lingkungan. Diskusi difokuskan pada langkah yang dapat dilakukan, yaitu penyediaan tempat sampah terpilah di area wisata, bersih pantai berkala, dan pembatasan pengambilan biota pesisir. Peserta juga diingatkan bahwa bahan suvenir harus

berasal dari cangkang sisa konsumsi dan temuan pantai, bukan dari pengambilan biota hidup secara berlebihan. Di akhir sesi, peserta menyatakan komitmen bersama untuk melaksanakan bersih pantai secara rutin. Kesadaran semacam ini berperan penting bagi keberlanjutan wisata pesisir karena keberhasilan pengembangan destinasi dipengaruhi oleh keterlibatan masyarakat dan mutu lingkungan kawasan (Cai dkk., 2026; Cordova-Buiza dkk., 2025; Wang dkk., 2025).

Partisipasi, hambatan, dan solusi. Partisipasi peserta tergolong tinggi, dibuktikan dengan 91,2% peserta aktif dalam diskusi, tanya jawab, simulasi, atau praktik. Faktor pendukungnya meliputi dukungan Pemerintah Desa dan Kelompok Tani Muda Batulesa dalam perizinan, mobilisasi, dan penyediaan lokasi, suasana lokasi yang akrab, ketersediaan cangkang, serta pendampingan mahasiswa. Hambatan yang muncul beserta solusinya dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Hambatan pelaksanaan dan solusi yang diterapkan

Hambatan	Solusi
Sesi *digital tourism* hanya 30 menit, sedangkan kebutuhan praktik relatif lama	Praktik berpasangan dalam kelompok kecil
Jaringan internet di lokasi tidak stabil sehingga menghambat peserta menggunakan AI dan mengunggah konten promosi	Penggunaan *tethering* dari perangkat tim pelaksana

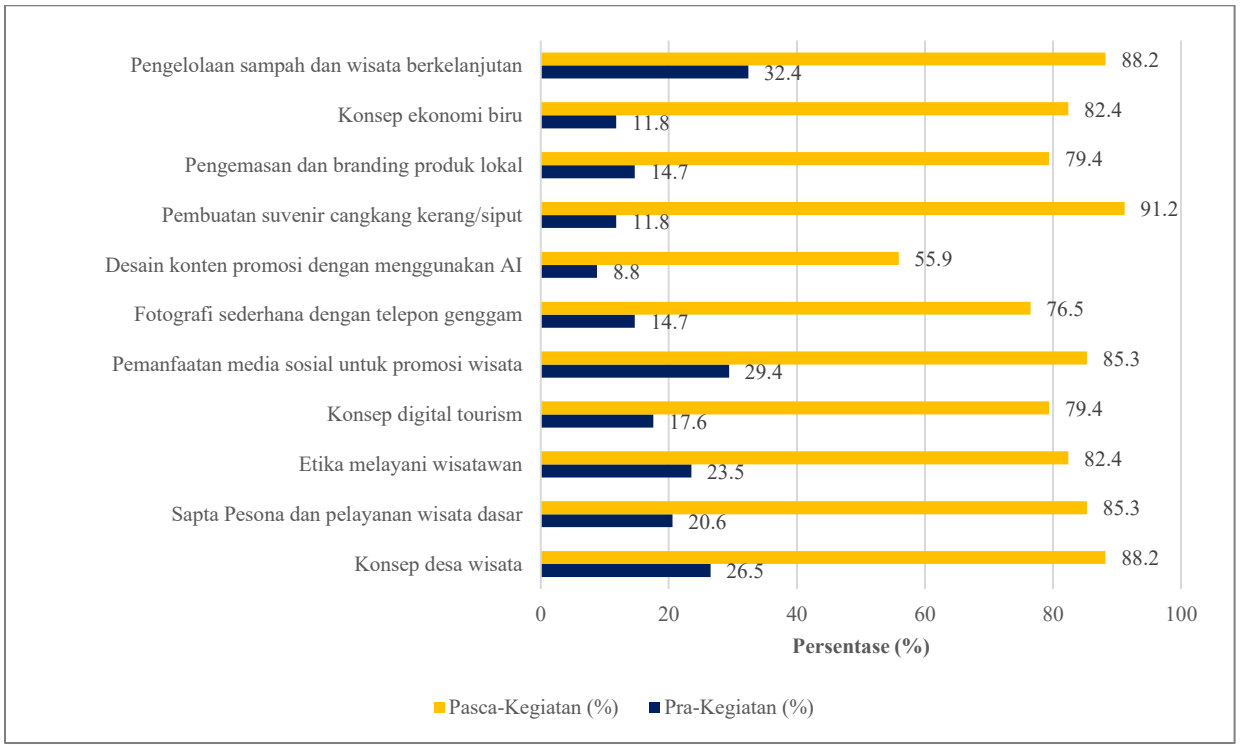
3. Capaian dan Dampak Kegiatan

Perubahan pengetahuan. Proporsi peserta yang memahami materi naik dari rata-rata 19,3% menjadi 81,3% (skor rata-rata 2,08 menjadi 4,31), atau bertambah 62,0 poin persentase dengan *N-Gain* 0,77 (kategori tinggi). Hasil per butir disajikan pada Tabel 3 dan Gambar 4, sedangkan ringkasan per bidang materi ditampilkan pada Tabel 4.

Tabel 3. Tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan (n = 30)

No.	Aspek yang Diukur	Pra (%)	Pasca (%)	Selisih (poin)	*N-Gain*
1	Konsep desa wisata	26,5	88,2	+61,7	0,84
2	Sapta Pesona dan pelayanan wisata dasar	20,6	85,3	+64,7	0,81
3	Etika melayani wisatawan	23,5	82,4	+58,9	0,77
4	Konsep *digital tourism*	17,6	79,4	+61,8	0,75
5	Pemanfaatan media sosial untuk promosi wisata	29,4	85,3	+55,9	0,79
6	Fotografi sederhana dengan telepon genggam	14,7	76,5	+61,8	0,72
7	Desain konten promosi dengan menggunakan AI	8,8	55,9	+47,1	0,52
8	Pembuatan suvenir cangkang kerang/siput	11,8	91,2	+79,4	0,90
9	Pengemasan dan *branding* produk lokal	14,7	79,4	+64,7	0,76
10	Konsep ekonomi biru	11,8	82,4	+70,6	0,80
11	Pengelolaan sampah dan wisata berkelanjutan	32,4	88,2	+55,8	0,83
Rata-rata		**19,3**	**81,3**	**+62,0**	**0,77**

Keterangan: Tingkat pemahaman yang digunakan adalah yang memiliki skor 4 (Paham) dan 5 (Sangat Paham)



Gambar 4. Proporsi peserta pada kategori paham dan sangat paham sebelum dan sesudah kegiatan

Tabel 4. Ringkasan tingkat pemahaman per bidang materi (rata-rata butir terkait pada Tabel 3)

Bidang Materi (Butir)	Pra (%)	Pasca (%)	Selisih (Poin)	*N-Gain*
Hospitality dan desa wisata (1–3)	23,5	85,3	+61,8	0,81
Digital tourism (4–7)	17,6	74,3	+56,7	0,69
UMKM berbasis hasil laut (8–9)	13,3	85,3	+72,1	0,83
Ekonomi biru dan wisata berkelanjutan (10–11)	22,1	85,3	+63,2	0,81

Keterangan: Tingkat pemahaman yang digunakan adalah yang memiliki skor 4 (Paham) dan 5 (Sangat Paham)

Peningkatan terbesar terjadi pada pembuatan suvenir (+79,4 poin) dan konsep ekonomi biru (+70,6 poin). Capaian pada suvenir kemungkinan berkaitan dengan metode demonstrasi dan praktik langsung yang memberikan pengalaman konkret serta menghasilkan produk nyata pada hari yang sama. Naiknya pemahaman ekonomi biru menunjukkan bahwa konsep yang semula abstrak lebih mudah dipahami ketika dijelaskan melalui contoh sederhana yang dekat dengan keseharian masyarakat. Sebaliknya, bidang *digital tourism* memiliki *N-Gain* terendah (0,69; kategori sedang), terutama karena desain konten menggunakan AI hanya mencapai 55,9% (*N-Gain* 0,52), meskipun angka ini tetap melampaui target (≥ 50%). Hasil observasi menunjukkan bahwa kendalanya bersifat teknis (jaringan yang tidak stabil), dan bukan ketidakmampuan memahami materi. Alokasi waktu 30 menit juga terlalu singkat untuk keterampilan yang menuntut latihan berulang. Temuan ini menjadi dasar perancangan pendampingan lanjutan.

Perubahan keterampilan. Perubahan keterampilan terlihat pada luaran nyata: 24 produk suvenir berlabel (target 20), tiga akun media sosial aktif, dan 11 konten promosi (target 10). Sebanyak 85,3% peserta memahami pemanfaatan media sosial untuk promosi dan 76,5% mampu mengambil foto wisata atau produk dengan baik menggunakan telepon genggam, sedangkan 55,9% mampu membuat desain promosi sederhana.

Perubahan perilaku. Perubahan yang teramati masih berupa komitmen dan inisiatif, yaitu kesepakatan bersih pantai secara rutin, inisiatif peserta perempuan mengembangkan gelang rangkai, tingkat keaktifan 91,2%, dan kesediaan seluruh peserta mengikuti pendampingan lanjutan. Sebanyak 94,1% menyatakan puas dan sangat puas, dengan penilaian tertinggi pada sesi praktik suvenir dan kesesuaian materi dengan kebutuhan masyarakat. Keberlanjutan perilaku ini belum diukur dan perlu dipantau pada pendampingan lanjutan.

Dampak ekonomi. Pendapatan belum diukur sehingga dampak ekonomi dipandang sebagai potensi awal. Modal awal yang tersedia berupa produk berkemasan dan berlabel bersama, kanal promosi digital yang dikelola secara mandiri, dan bahan baku lokal yang melimpah. Peningkatan nilai tambah cangkang yang semula dianggap limbah sejalan dengan strategi penguatan UMKM pesisir untuk ekonomi lokal (Mutiara & Safitri, 2024).

Dampak sosial. Kegiatan memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi, Pemerintah Desa, kelompok pemuda, kelompok perempuan, dan pelaku UMKM. Kelompok perempuan berperan sebagai pengembang produk turunan, dan pengelolaan akun media sosial diberikan kepada perwakilan

Kelompok Tani Muda Batulesa sehingga terbentuk pusat pengelolaan informasi wisata di tingkat komunitas.

Dampak lingkungan. Dampak lingkungan baru berada pada tingkat kesadaran dan praktik awal. Pemahaman tentang pengelolaan sampah dan wisata berkelanjutan meningkat dari 32,4% menjadi 88,2%, bahan suvenir dibatasi pada cangkang sisa konsumsi dan temuan pantai, dan peserta berkomitmen melaksanakan bersih pantai secara berkala, walaupun pengurangan sampah secara aktual sebagai dampak kegiatan ini belum terukur.

Tabel 5. Capaian indikator keberhasilan kegiatan

No.	Indikator Keberhasilan	Target	Realisasi	Status
1	Jumlah peserta	≥ 30 orang	30 orang	Tercapai
2	Tingkat kehadiran	≥ 85%	97,1%	Tercapai
3	Memahami pengelolaan wisata pesisir dan *hospitality*	≥ 70%	88,2%	Tercapai
4	Mampu menjelaskan Sapta Pesona dan pelayanan wisata	≥ 70%	85,3%	Tercapai
5	Mampu menggunakan media sosial untuk promosi	≥ 70%	85,3%	Tercapai
6	Akun media sosial wisata desa	3 akun	3 akun aktif	Tercapai
7	Konten promosi wisata sederhana	≥ 10 konten	11 konten	Tercapai
8	Mampu membuat desain promosi dengan Canva AI	≥ 50%	55,9%	Tercapai
9	Produk suvenir cangkang kerang/siput	≥ 20 produk	24 produk	Tercapai
10	Memahami pengemasan dan *branding*	≥ 70%	79,4%	Tercapai
11	Memahami ekonomi biru dan wisata berkelanjutan	≥ 70%	82,4%	Tercapai
12	Partisipasi aktif dalam diskusi dan praktik	≥ 85%	91,2%	Tercapai
13	Dokumentasi kegiatan dan produk	1 paket	1 paket	Tercapai
14	Kepuasan peserta	≥ 80%	94,1%	Tercapai

Keterbatasan. Kesimpulan tentang dampak perlu ditafsirkan secara hati-hati. Pemahaman diukur melalui persepsi peserta menggunakan skala Likert tanpa kelompok pembanding dan uji statistik. Kegiatan inti berlangsung satu hari tanpa pengukuran lanjutan, sementara dampak ekonomi, perilaku jangka panjang, dan penurunan sampah belum terukur. Hal-hal tersebut menjadi agenda evaluasi pada tahap tindak lanjut.

4. Kontribusi terhadap Pencapaian SDGs

Kontribusi kegiatan dipetakan menurut empat tujuan SDGs (United Nations, 2015) beserta target yang relevan (Tabel 6).

Tabel 6. Target SDGs yang disasar dan keterkaitannya dengan kegiatan

Tujuan SDGs	Target/Indikator yang Relevan	Keterkaitan dengan Kegiatan
SDG 1 *No Poverty*	**Target 1.4:** hak yang setara atas sumber daya ekonomi	Suvenir berbahan cangkang lokal, *branding* bersama, dan kanal promosi digital membuka akses pemuda dan pelaku UMKM pada peluang usaha wisata
SDG 4 *Quality Education*	**Target 4.4** (indikator 4.4.1, keterampilan TIK): keterampilan relevan untuk pekerjaan dan kewirausahaan; **Target 4.7:** pengetahuan dan keterampilan untuk pembangunan berkelanjutan	Pelatihan *hospitality*, *digital tourism*, dan pembuatan suvenir serta edukasi ekonomi biru dan wisata berkelanjutan
SDG 14 *Life Below Water*	**Target 14.1:** pengurangan pencemaran laut, termasuk sampah laut; **Target 14.2:** pengelolaan dan perlindungan ekosistem laut dan pesisir secara berkelanjutan	Edukasi pengelolaan sampah wisata, komitmen bersih pantai, dan pemanfaatan cangkang sisa konsumsi serta temuan pantai
SDG 17 *Partnerships for the Goals*	**Target 17.17:** kemitraan efektif antara pemerintah, masyarakat, dan pihak lain	Kolaborasi perguruan tinggi, Pemerintah Desa, dan Kelompok Tani Muda Batulesa

SDG 1 (*No Poverty*). Kontribusi terhadap target 1.4 bersifat membuka akses. Pemuda, perempuan, dan pelaku UMKM memperoleh keterampilan membuat 24 produk suvenir dari bahan lokal, menggunakan identitas bersama "Wisata Pesisir Desa Sumlili," dan kanal promosi digital. Karena pendapatan belum diukur, kontribusi ini dipandang sebagai prasyarat peningkatan pendapatan yang perlu dibuktikan pada tahap lanjutan, misalnya melalui pencatatan penjualan.

SDG 4 (*Quality Education*). Kegiatan meningkatkan kapasitas 30 orang anggota masyarakat melalui peningkatan pemahaman dari 19,3% menjadi 81,3% (*N-Gain* 0,77). Terkait target 4.4 dan indikator 4.4.1 tentang keterampilan TIK, 85,3% peserta memahami pemanfaatan media sosial untuk promosi (Facebook, Instagram, dan Tiktok), dan menghasilkan 11 konten promosi, serta 55,9% peserta mampu mendesain promosi sederhana. Terkait target 4.7, pemahaman ekonomi biru meningkat dari 11,8% menjadi 82,4% dan pemahaman pengelolaan sampah serta wisata berkelanjutan naik dari 32,4% menjadi 88,2%.

SDG 14 (*Life Below Water*). Edukasi ekonomi biru dan pengelolaan sampah wisata menyasar target 14.1 dan 14.2. Kontribusinya berupa komitmen bersih pantai secara berkala, pembatasan pengambilan biota pesisir, dan pemanfaatan cangkang sisa konsumsi serta temuan pantai. Pendekatan ini konsisten dengan kerangka ekonomi biru yang menyelaraskan pemanfaatan ekonomi dan pelestarian ekosistem (Gerou & Pantouvakis, 2025), tetapi dampak ekologis aktualnya masih harus dipantau.

SDG 17 (*Partnerships for the Goals*). Kegiatan dilaksanakan melalui kemitraan Universitas Nusa Cendana, Pemerintah Desa Sumlili, dan Kelompok Tani Muda Batulesa dengan dukungan DIPA Universitas Nusa Cendana Tahun Anggaran 2026, sesuai dengan target 17.17. Dukungan mitra dalam perizinan, mobilisasi, dan penyediaan lokasi, serta kesepakatan tindak lanjut bersama menunjukkan kemitraan yang berlanjut melampaui pelaksanaan kegiatan satu hari.

Kontribusi pendukung. Pemanfaatan cangkang untuk suvenir selaras dengan SDG 12 (target 12.5, pengurangan timbulan sampah melalui penggunaan kembali). Partisipasi perempuan dan inisiatif produk turunan mendukung SDG 5, sedangkan promosi produk dan wisata lokal berkaitan dengan SDG 8 (target 8.9, pariwisata berkelanjutan yang mempromosikan produk lokal). Kontribusi pendukung ini masih bersifat awal dan belum diukur dengan indikator tersendiri.

5. Keberlanjutan dan Rencana Tindak Lanjut

Keberlanjutan program diarahkan pada pemanfaatan hasil pelatihan secara mandiri oleh masyarakat dan Pemerintah Desa Sumlili. Rencana tindak lanjut yang disepakati bersama mitra pada akhir kegiatan beserta kaitannya dengan SDGs disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Rencana tindak lanjut dan keberlanjutan program

Rencana Tindak Lanjut	Pelaksana	Kontribusi SDGs
Pengelolaan akun Facebook, Instagram, dan Tiktok wisata desa secara berkelanjutan dengan pendampingan jarak jauh	Kelompok Tani Muda Batulesa; tim pelaksana	SDG 1 (1.4), SDG 4 (4.4)
Pengembangan suvenir cangkang sebagai produk khas desa dan penyediaan label kemasan bersama	Kelompok pemuda dan pelaku UMKM	SDG 1 (1.4)
Pelaksanaan bersih pantai berkala sebagai penerapan ekonomi biru dan wisata berkelanjutan	Masyarakat sebagai peserta kegiatan	SDG 14 (14.1, 14.2)
Koordinasi dan evaluasi berkala serta perencanaan pengabdian masyarakat lanjutan, dengan pendampingan intensif pada desain konten digital dan diversifikasi produk UMKM	Tim pelaksana; Pemerintah Desa Sumlili; Kelompok Tani Muda Batulesa	SDG 4 (4.4), SDG 17 (17.17)

Hasil evaluasi juga menghasilkan tiga rekomendasi. *Pertama*, pendampingan lanjutan difokuskan pada desain konten digital sebagai aspek dengan capaian terendah. *Kedua*, Kelompok Tani Muda Batulesa dan pelaku UMKM didorong melakukan diversifikasi produk dan membangun kemitraan pemasaran dengan pelaku usaha wisata di Kabupaten Kupang. *Ketiga*, model ini direplikasi pada desa pesisir lain di Kecamatan Kupang Barat yang berkarakter serupa agar cakupan dampak terhadap SDG 1, 4, 14, dan 17 dapat diperluas. Evaluasi berkala sebaiknya melengkapi keterbatasan yang telah diuraikan di atas, seperti pencatatan penjualan suvenir, aktivitas dan jangkauan akun media sosial, frekuensi bersih pantai, dan pengukuran ulang pemahaman peserta, sehingga kontribusi terhadap indikator SDGs dapat dibuktikan secara lebih kuat.

SIMPULAN

Program "Rumah Inovasi Wisata Pesisir Desa Sumlili" terlaksana pada 31 Agustus 2026 dengan 30 peserta dan memenuhi seluruh 14 indikator keberhasilan. Proporsi peserta yang memahami materi meningkat dari 19,3% menjadi 81,3% (*N-Gain* 0,77; kategori tinggi), dengan peningkatan terbesar pada pembuatan suvenir dan ekonomi biru, sedangkan desain konten dengan menggunakan AI menjadi aspek terlemah (55,9%; *N-Gain* 0,52) akibat kendala perangkat dan jaringan.

Luaran berupa 24 suvenir berlabel, tiga akun media sosial wisata desa, 11 konten promosi, inisiatif produk turunan, dan komitmen bersih pantai berkontribusi pada pencapaian SDG 4, SDG 1, SDG 14, dan SDG 17, meskipun dampak ekonomi, perilaku jangka panjang, dan dampak lingkungan masih berupa potensi yang belum terukur. Pendampingan digital, pengembangan produk, kegiatan bersih pantai secara berkala, evaluasi lanjutan berbasis data penjualan dan jangkauan media sosial, serta replikasi pada desa pesisir lain diperlukan agar kontribusi tersebut menjadi nyata dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Nusa Cendana atas pendanaan melalui DIPA Tahun Anggaran 2026, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Nusa Cendana, Pemerintah Desa Sumlili, dan Kelompok Tani Muda Batulesa atas dukungan lokasi dan mobilisasi peserta, seluruh peserta kegiatan, serta mahasiswa pendamping.

DAFTAR PUSTAKA

Bala, M. N. L., Fernandez, D. M. P., Lamen, J. Y., Ola, F. J. K., & Dawu, L. M. T. (2024). Status hak pengelolaan destinasi pariwisata Pantai Tablolong sebagai aset dalam meningkatkan sumber pendapatan asli desa. *Jurnal Keuangan, Manajemen dan Akuntansi, 6*(3), 67–71.

Cai, C., He, X., & Chen, W. (2026). Exploring the co-evolution and obstacles between tourism development and environmental sustainability: A synergistic perspective. *Humanities and Social Sciences Communications, 13*, Article 73. https://doi.org/10.1057/s41599-025-06369-4

Chen, Y., Wu, F., Zhang, D., & Ji, Q. (2024). Tourism in pandemic: The role of digital travel vouchers in China. *Humanities and Social Sciences Communications, 11*, Article 717. https://doi.org/10.1057/s41599-024-03231-x

Cordova-Buiza, F., Medina-Viruel, M. J., & Pérez-Gálvez, J. C. (2025). Community-based rural tourism: A mapping technique analysis study from 2005 to 2023. *Humanities and Social Sciences Communications, 12*, Article 527. https://doi.org/10.1057/s41599-025-04746-7

Dafa, M., Hikmah, & Asrial. (2025). Persepsi pengunjung terhadap fasilitas dan pelayanan pramuwisata di Pantai Tablolong Kabupaten Kupang. *Jurnal Batakarang, 6*(2), 15–22.

Gerou, A., & Pantouvakis, A. (2025). The transition to a sustainable blue economy explored through frameworks and SDG alignment. *Discover Sustainability, 6*, Article 1039. https://doi.org/10.1007/s43621-025-01953-9

Hake, R. R. (1998). Interactive-engagement versus traditional methods: A six-thousand-student survey of mechanics test data for introductory physics courses. *American Journal of Physics, 66*(1), 64–74. https://doi.org/10.1119/1.18809

Javada, A., Anasi, P. T., Harjanti, D. T., & Wiyono, H. (2025). Pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pengunjung di Taman Wisata Alam Gunung Kelam Kabupaten Sintang. *Kepariwisataan, 19*(1), 131–140.

Jiang, C., & Phoong, S. W. (2023). A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022). *Humanities and Social Sciences Communications, 10*, Article 665. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02150-7

Lefilef, A., Roucham, B., Kerrouche, N., & Belghaouti, N. T. B. (2025). Navigating the nexus between blue economy and food security through bibliometric analysis. *Discover Food, 5*, Article 39. https://doi.org/10.1007/s44187-025-00305-w

Mutiara, T., & Safitri, R. M. (2024). Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah pesisir pantai untuk meningkatkan ekonomi lokal masyarakat di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan, 19*(2), 213–233. https://doi.org/10.15578/jsekp.v19i2.15011

Nisnoni, K. A. G., Fanggidae, R. P. C., Dhae, Y. K. I. D. D., & Bunga, M. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan di objek wisata Pantai Tablolong Kecamatan Kupang Barat. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 679–685.

Sodakain, J. N., Fanggidae, R. E., Neno, M. S., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Strategi pengembangan objek wisata Pantai Alamanda Desa Sumlili Kabupaten Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial, 4*(1), 69–77. https://doi.org/10.35508/glory.v4i1.10226

United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (A/RES/70/1). https://sdgs.un.org/2030agenda

Wang, C., Zheng, Q., Wu, F., & Jiang, J. (2025). Measurement of tourism eco-efficiency, spatial distribution, and influencing factors in China. *Humanities and Social Sciences Communications, 12*, Article 1084. https://doi.org/10.1057/s41599-025-04914-9

Yuan, H., & Failler, P. (2025). Defining the blue economy – in a language functional approach. *Maritime Studies, 24*, Article 14. https://doi.org/10.1007/s40152-025-00403-6

Zhang, Y., Su, Y., & Wang, S. (2025). Digital economy and entrepreneurial vitality: Unveiling the impact and mechanisms through the lens of smart cities. *Scientific Reports, 15*, Article 14228. https://doi.org/10.1038/s41598-025-98014-y