

---

**BATUKARAS MENUJU DESA MENDUNIA:  
PENGEMBANGAN PRODUK UMKM DALAM PERSPEKTIF DIPLOMATIK DAERAH**

**Windy Dermawan<sup>1</sup>, Gilang Nur Alam<sup>2</sup>, Fuad Azmi<sup>3</sup>, Kiagus Zaenal Mubarak<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Departemen Hubungan Internasional, Universitas Padjadjaran

[<sup>1</sup>Windy.dermawan@unpad.ac.id](mailto:Windy.dermawan@unpad.ac.id)

---

**Abstract**

*Indonesia has various tourist attractions which are often visited by local and foreign tourists. One area in Indonesia that is a tourist destination is Pangandaran Regency. This district, especially Batukaras Village, has become a global tourism destination from a diplomatic perspective with its natural, economic and cultural potential. Even though it has great potential, increasing and developing tourism and the local creative economy still faces a number of challenges. Based on this, community service activities were carried out which aimed to provide knowledge and skills to Batukaras Village MSMEs so they could promote their products at national and international levels from a diplomatic perspective. This activity involves stakeholders in the village through collaboration. The method of this activity is community education and training. This activity provides insight into economic development to the global market from a diplomatic perspective and community education activities regarding the importance of business development nationally and internationally through digital promotion and training on the use of online media platforms for developing MSME products in Batukaras Village to the global market. This activity resulted in the importance of commitment from stakeholders in Batukaras Village to collaborate in building a conducive climate for developing the potential of MSMEs in Batukaras Village so that this area is known to the global public with regional diplomatic activities.*

**Keywords:** *Batukaras, creative economy, diplomatic, MSMEs, tourist village*

---

**Abstrak**

Indonesia memiliki beragam objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal dan asing. Salah satu daerah di Indonesia yang menjadi destinasi wisata yaitu Kabupaten Pangandaran. Pada kabupaten ini, terutama Desa Batukaras, menjadi destinasi pariwisata mendunia dalam perspektif diplomatik dengan potensi alam, ekonomi dan budayanya. Meskipun memiliki potensi besar, peningkatan dan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif lokal masih menghadapi sejumlah tantangan. Berdasarkan hal tersebut, dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM Desa Batukaras agar dapat mempromosikan produknya di level nasional dan internasional dalam perspektif diplomatik. Kegiatan ini melibatkan para pemangku kepentingan di desa melalui kolaborasi. Metode kegiatan ini adalah pendidikan masyarakat dan pelatihan. Kegiatan ini memberikan wawasan pengembangan ekonomi ke pasar global dalam perspektif diplomatik dan kegiatan pendidikan masyarakat mengenai pentingnya pengembangan usaha secara nasional dan internasional melalui promosi digital dan pelatihan pemanfaatan platform media online bagi pengembangan produk UMKM di Desa Batukaras ke pasar global. Dalam kegiatan ini, dihasilkan pentingnya komitmen dari para pemangku kepentingan di Desa Batukaras untuk berkolaborasi dalam membangun iklim yang kondusif bagi pengembangan potensi UMKM di Desa Batukaras agar daerah ini dikenal publik global dengan aktivitas diplomatik daerah.

**Kata Kunci:** Batukaras, Desa wisata, Diplomatik, Ekonomi Kreatif, UMKM

Submitted: 2024-06-10	Revised: 2024-06-17	Accepted: 2024-06-26
-----------------------	---------------------	----------------------

**Pendahuluan**

Daerah di Indonesia memiliki berbagai jenis objek wisata yang sering dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Pariwisata telah menjadi sektor ekonomi yang diunggulkan oleh berbagai negara karena sifatnya yang mampu bertahan dari perkembangan dan tantangan dunia (Dwyer, 2015). Kabupaten Pangandaran menjadi salah satu kabupaten pariwisata dengan banyaknya destinasi wisata yang digemari oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Beragam potensi alam dari Kabupaten Pangandaran, seperti keragaman karakteristik pantainya, keanekaragaman hayati, dan potensi menjadi geopark kelas dunia karena *geodiversity* nya yang

menarik. Bahkan, kawasan Pangandaran memiliki nilai ekonomi tertinggi dari Kawasan Ekowisata Mangrove Batu Karas dengan nilai ekonomi sebesar Rp 2.566.110.000 per tahun (Herawati et al., 2023). Potensi alam tersebut membawa pengembangan pada potensi lainnya seperti aktivitas berkemah, berkuda, *sand boarding* karena aktivitas tersebut dinilai oleh wisatawan sebagai aktivitas wisata pantai yang menarik untuk dikembangkan (Kustiawan & Raharjo, 2013). Selain itu, destinasi wisata pesisir Pantai Batukaras telah menunjukkan atraksi wisata dengan daya tarik luar biasa sebagai spot wisatawan untuk *surfing*, berenang dan aktivitas menikmati keindahan alam pesisir pantai. Selain itu, wisata budaya melalui festival upacara syukuran nelayan (hajatan laut), situs makam Sembah Agung dan kuliner khas pesisir Batukaras seperti Pindang Gunung dan aneka olahan Seafood. Pengembangan jenis wisata alternatif yaitu melalui wisata edukasi konservasi mangrove, terumbu karang, pasar dan tambak ikan (Millah & Fadlina, 2023). Salah satu daerah di Desa Batukaras terletak di Kecamatan Cijulang, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat, dan memiliki topografi yang sebagian besar berupa dataran rendah pesisir pantai dan perbukitan. Potensi ini dapat dikembangkan menjadi wisata yang menarik, seperti wisata alam, wisata budaya, dan wisata ekowisata ([jadesta.kememparekraf.go.id](http://jadesta.kememparekraf.go.id)). Desa Batukaras memiliki beberapa tempat wisata yaitu Pantai Batukaras, Situ Cisamping, Situs Sembah Agung, Hutan Mangrove Nusawiru, wisata Sungai dan lagoon. Tempat- tempat wisata tersebut menjadi daya tarik Desa Batukaras, terkhususnya Pantai Batukaras yang memiliki ombak dan digemari para peselancar baik itu lokal sampai mancanegara.

Tantangan dari pengembangan potensi wisata di Kabupaten Pangandaran tersebut diantaranya akses yang terbatas, promosi yang minim, anggaran daerah yang terbatas dan kualitas pelayanan wisata yang belum optimal (Fauzan et al., 2023; Putra et al., 2020). Selain itu, ditemukan pula tantangan lain dari terbatasnya kreativitas masyarakat untuk pengembangan potensi wisata, dukungan modal dan kompleksnya prosedur kerjasama dengan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata (Hastuti, 2017). Pada aspek lain, objek wisata di wilayah Pangandaran belum ditata dengan baik (Hanapia et al., 2020). Tentunya perlu diantisipasi bahwa destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran masuk pada tahap *decline*. Sehingga perlu peningkatan dari aspek komponen aspek daya tarik wisata, mudah diakses oleh wisatawan, kenyamanan dan layanan tambahan perlu terus ditingkatkan sehingga destinasi wisata dapat berkembang (Juhara & Marsoyo, 2023a; Millah & Fadlina, 2023).

Objek Wisata Batukaras dari tahun 2016 sampai 2018 mengalami peningkatan kunjungan baik itu lokal maupun mancanegara. Pada tahun 2020 terjadi penurunan yang signifikan, hal ini disebabkan oleh adanya Covid-19. Bahkan pada tahun 2021 tidak ada satupun wisatawan dari mancanegara. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya untuk dapat meningkatkan daya tarik Desa Batukaras agar lebih dikenal baik itu lokal maupun mancanegara. Pengembangan desa wisata menuju tingkat global dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat promosi yang efektif dan keberlanjutan ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Promosi yang kuat dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik desa wisata di mata wisatawan internasional, sementara ekonomi kreatif yang berkembang dapat menciptakan pengalaman yang unik dan memikat bagi para pengunjung.

Di tengah dinamika kemajuan ekonomi global, peran ekonomi kreatif semakin diakui sebagai salah satu elemen penting dalam membangun ekosistem ekonomi yang inklusif dan berdaya saing. Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju (Sunarta & Suyadi, 2020). Batukaras, dengan keindahan alam yang memukau dan kreativitas tinggi masyarakatnya, menawarkan potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif lokal. Namun, upaya mempromosikan pariwisata Batukaras masih menghadapi tantangan, sementara

pengembangan identitas dan branding ekonomi kreatif lokal masih memerlukan perhatian lebih. Oleh karena itu, upaya meningkatkan promosi dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif menjadi kunci dalam menjadikan desa wisata sebagai destinasi yang diminati secara global.

Beberapa kegiatan pemberdayaan di Pangandaran umumnya dan di Desa Batukaras khususnya telah dilakukan sebagai upaya baik secara langsung maupun taklangsung bagi pengembangan potensi wisata di daerah ini. Diantaranya yaitu pengembangan potensi wisata melalui media sosial desa (Kurniawati et al., 2023), optimasi pengelolaan website desa dan pemanfaatan e-commerce untuk promosi hasil UMKM desa agar dikenal publik secara luas (Awaludin, 2021; Susanto et al., 2023). Selain itu, penentuan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk yang dimiliki Kabupaten Pangandaran perlu dilakukan untuk penguatan promosi melalui media sosial (Bagaswara et al., 2019). Pada konteks pengembangan wisata di Kabupaten Pangandaran agar bertaraf internasional, dilakukan strategi pengembangan wisata berbasis *Sustainable Culture Development Tourism* yang mengedepankan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Ulfa 2019). Pada hasil kegiatan lainnya, ditemukan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata berkontribusi positif bagi pembangunan desa (Juhara & Marsoyo, 2023b). Sejalan dengan itu, edukasi dan partisipasi masyarakat menjadi salah satu solusi bagi permasalahan di Desa Batukaras (Awaluddin et al., 2024). Kegiatan lain telah menemukan pentingnya bauran pemasaran kepariwisataan yang meliputi produk, harga, distribusi, promosi, proses, karyawan, dan sarana prasarana yang belum diupayakan secara optimal (Komariyah & Sunandar, 2019). Temuan lain menunjukkan bahwa faktor sarana dan prasaran serta kelembagaan menjadi faktor yang perlu diprioritaskan pada pembangunan sektor wisata di Kabupaten Pangandaran. Kemudian aspek peraturan daerah, kualitas jalan, pengelolaan daya tarik wisata, Koordinasi dengan masyarakat, dan fasilitas kesehatan (Fauzi et al., 2019; Latif, 2019).

Berdasarkan paparan di atas, kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pendidikan masyarakat mengenai pengembangan potensi Desa Batukaras dalam perspektif diplomatik dan pelatihan pengembangan UMKM ke pasar global masih terbatas dilakukan terhadap masyarakat Desa Batukaras. Hal ini dilakukan melalui serangkaian program memperkuat promosi pariwisata dan memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM khususnya sektor ekonomi kreatif di Batukaras mengenai diplomasi. Tujuannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi pariwisata Batukaras dan pengembangannya dalam perspektif diplomatik daerah, memperluas jangkauan pemasaran produk-produk kreatif lokal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif daerah ke pasar global. Sehingga, kegiatan ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan pariwisata daerah dan menghasilkan dampak positif bagi ekonomi kreatif di Batukaras. Selain itu, pengembangan keterampilan digital melalui pelatihan digital untuk memberdayakan pelaku ekonomi kreatif Desa Batukaras melalui pemasaran dan penjualan secara online. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing mereka dalam pasar global yang semakin terhubung secara digital.

### **Metode Kegiatan**

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menggunakan metode pendidikan masyarakat dan pelatihan. Pendidikan masyarakat dalam penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya penggunaan teknologi digital dalam mempromosikan produknya secara nasional maupun internasional. Penggunaan teknologi digital, seperti media sosial dan platform online, dapat menjadi alat yang efektif dalam pelaksanaan kegiatan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti dalam promosi wisata Batukaras atau pemasaran produk kreatif lokal, kegiatan dapat mencapai jangkauan yang lebih luas dan lebih efisien. Pada konteks pelatihan, pelaku UMKM diberi pembekalan mengenai strategi promosi produk, termasuk pengemasan dan penggunaan media sosial dan platform toko online di dalam pengembangan dan penjualan produknya ke konsumen yang lebih luas. Pendekatan yang

dilakukan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam semua tahapan pembuatan keputusan dan implementasi program. Dengan melibatkan pelaku UMKM lokal secara langsung, pelaksanaan kegiatan lebih fungsional dan relevan dengan kebutuhan serta harapan masyarakat Batukaras. Selain itu, kolaborasi antar-sektor yang melibatkan kerjasama antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat lokal. Dengan menggalang kolaborasi lintas sektor, kegiatan dapat mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan menciptakan solusi yang holistik terhadap permasalahan yang dihadapi. Dalam pengumpulan data untuk pemetaan masalah, kegiatan ini melakukan survei dan wawancara terhadap masyarakat lokal, pelaku UMKM berbasis ekonomi kreatif, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi sosial, ekonomi, dan budaya di Batukaras.

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan peningkatan promosi sektor UMKM ini dibagi ke dalam beberapa program, diantaranya yaitu promosi wisata Batukaras melalui stiker dan banner yang menunjukkan berbagai bentuk wisata Desa Batukaras. Selain itu, kegiatan berikutnya dalam program talkshow mengenai promosi digital bagi pelaku UMKM ekonomi kreatif lokal. Kegiatan berikutnya yaitu program pameran dan bazar UMKM lokal di Batukaras. Berikut dijelaskan tiga kegiatan tersebut.

#### **Promosi Wisata Batukaras melalui Banner dan Stiker**

Kegiatan ini sebagai bentuk mengenalkan Desa Batukaras melalui pembuatan banner dan stiker yang didistribusikan secara luas di tempat-tempat strategis, baik di Batukaras maupun di destinasi pariwisata terkait, dengan tujuan meningkatkan kesadaran wisatawan tentang keindahan dan daya tarik Batukaras sebagai tujuan liburan yang menarik. Kegaitan awal yaitu proses identifikasi desain banner dan stiker yang dapat menarik minat dan daya tarik Desa Batukaras sebagai destinasi wisata. Pada kegiatan ini, dilakukan kolaborasi dengan pihak Karang Taruna Desa Batukaras untuk mengambil foto dan memilih desain yang menarik serta menentukan lokasi-lokasi yang strategis berdasarkan lokus destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Pembuatan stiker bertujuan untuk memenuhi pada aspek promosi dari Batukaras dan dilakukan komunikasi secara intens kepada masyarakat lokal pesisir Pantai Batukaras yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai ciri khas beserta apa saja nilai nilai budaya yang telah turun temurun untuk kita jadikan sebagai ide dalam melakukan perancangan *design sticker* yang dirancang kelak. Pada saat proses komunikasi berlangsung, digunakan berbagai cara dan salah satunya adalah melakukan wawancara terhadap masyarakat yang berada di gerbang masuk Pantai Batukaras. Selain masyarakat, dukungan secara penuh dari pemerintahan desa beserta pemangku kepentingan lainnya yang memiliki wewenang untuk pengelolaan Batukaras itu sendiri. Kami juga melibatkan pihak Dinas Pariwisata dan Dinas Promosi Kabupaten Pangandaran untuk menyampaikan ide-ide bagi kemajuan Desa Batukaras dalam aspek wisata bahari.

#### **Workshop UMKM *Go Digital***

Hasil penelusuran awal ditemukan bahwa beberapa UMKM di Desa Batukaras masih terbatas menggunakan media digital di dalam promosi produknya. Padahal, banyak sekali produk-produk UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan dan mendapatkan minat yang besar dari konsumen domestik maupun mancanegara. Terdapat beragam produk UMKM dari Desa Batukaras, diantaranya produk kuliner, seni rupa, dan kriya. Beberapa produk UMKM tersebut ada yang telah menembus pasar mancanegara namun masih terbatas. Salah satu upaya untuk mengangkat dan mendistribusikan produk UMKM ke mancanegara adalah dengan menyelenggarakan workshop produk UMKM agar dapat dikenal luas, tidak hanya pada pasar domestik tetapi juga mancanegara.

Kegiatan ini dilaksanakan dengan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan, baik pihak pemerintah daerah setempat, pelaku UMKM, Karang Taruna Desa Batukaras, kelompok Sadar Wisata Desa Batukaras, kelompok Pembedayaan Kesejahteraan Keluarga dan masyarakat desa. Pihak-pihak tersebut yang ikut serta dalam meramaikan kegiatan workshop. Mereka diundang untuk bersama-sama menggali potensi Desa Batukaras, mengenalkan digitalisasi pada aspek promosi produk, dan teknik pengemasan yang menarik untuk produk UMKM. Kegiatan ini juga disertai dengan bazar dan pameran produk-produk UMKM Desa Batukaras. Untuk mempersiapkan kegiatan bazar, kami melakukan observasi terhadap sejumlah UMKM Desa Batukaras yang potensial untuk dikembangkan serta wawancara terhadap sejumlah pelaku UMKM untuk menggali potensi dan masalah dari promosi usaha mereka. Hal ini sebagai langkah pendekatan partisipatif terhadap para pelaku UMKM. Setelah itu, dilakukan pendataan jenis-jenis usaha yang ada di Desa Batukaras dan mengajak mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan bazar. Kemudian, dilakukan penyusunan *layout* bazar dan alokasi tempat bagi setiap *stand* UMKM, selanjutnya persiapan promosi dan informasi mengenai produk-produk UMKM yang akan dipromosikan. Kegiatan ini dilaksanakan di Kampung Keluarga Berencana, Dusun Sanghyangkalang, Desa Batukaras. Pertimbangan kami memilih lokasi ini karena letaknya yang strategis dan menjadi jalur wisatawan yang berwisata ke pantai Batukaras. Selain itu pula, lokasinya yang berada di tepi pantai menjadi suatu hal yang menarik. Wisatawan dapat menikmati kegiatan sembari ditemani deburan ombak Pantai Batukaras. Kegiatan ini menarik minat masyarakat domestik dan turis mancanegara yang berkunjung ke Desa Batukaras, sehingga kegiatan ini memberi kesempatan untuk mengenalkan produk UMKM kepada publik.

### **Eksibisi Produk Kriya dan Seni Rupa**

Salah satu produk UMKM Desa Batukaras adalah pada sektor ekonomi kreatif kriya dan seni rupa. Untuk mengenalkan produk-produk ini, diselenggarakan eksibisi pada kedua produk tersebut. Langkah awal yang dilakukan adalah observasi dan wawancara sebagai langkah pendekatan partisipatif terhadap para pelaku usaha kriya dan seni rupa. Mereka antusias untuk mengikuti kegiatan eksibisi. Beberapa produk mereka telah menembus pasar global. Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengambil momentum kegiatan workshop Go Digital sehingga turut memeriahkan acara. Persiapan yang dilakukan diantaranya penyusunan *layout* pameran dan persiapan tempat serta peralatan yang diperlukan, lalu materi promosi dan informasi terkait dengan kerajinan kayu yang ditampilkan. Tidak semua produk ditampilkan di sini karena keterbatasan ruang, sehingga produk-produk yang representatif dan unggul yang ditampilkan dan dikenalkan terhadap masyarakat. Kegiatan eksibisi ini sebagai upaya kami untuk mengenalkan potensi Desa Batukaras yang memiliki produk kriya dan seni rupa untuk dapat dikembangkan dan menjadi daya tarik para wisatawan yang berkunjung ke Desa Batukaras. Sebagai tindak lanjut kegiatan ini, kami berkoordinasi dengan pengrajin kayu yang ada di Batukaras, yaitu *Wood Creative Professional* dengan cara menginput nama *workshop* tersebut pada Google. Cara tersebut diharapkan agar kedepannya wisatawan dapat merasakan pengalaman yang berbeda di Batukaras yang bukan hanya sekedar dapat dinikmati secara visual tetapi merasakan pengalaman dalam pembuatan suatu kerajinan yang ada di *workshop* tersebut.

### **Kesimpulan**

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Batukaras, terdapat potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat sektor pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Melalui serangkaian program yang dirancang dan dilaksanakan oleh kami sebagai mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan promosi pariwisata, memberdayakan pelaku UMKM sektor

ekonomi kreatif, serta memperkuat identitas lokal Batukaras. Program-program seperti promosi wisata melalui banner dan stiker, *talkshow* promosi digital, pameran, dan bazar produk UMKM telah berhasil menciptakan dampak yang berarti bagi pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif di Desa Batukaras. Melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan masyarakat lokal, pemerintah desa, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya, kami berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan. Evaluasi menyeluruh terhadap pelaksanaan program juga membantu kami untuk terus meningkatkan efektivitas dan dampak positif dari kegiatan yang dilakukan. Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan promosi wisata, mengembangkan keterampilan digital, dan memperluas jaringan serta peluang bisnis bagi pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif di Batukaras. Dengan adanya kerjasama dan komitmen dari berbagai pihak, diharapkan program ini dapat menjadi contoh bagi upaya pengembangan ekonomi kreatif di daerah lain, serta memberikan dampak yang berkelanjutan bagi kemajuan Batukaras sebagai destinasi pariwisata yang unik dan kreatif.

Berdasarkan kegiatan ini, kami merekomendasikan untuk meningkatkan penggunaan media sosial dan konten digital dalam mempromosikan destinasi Batukaras serta produk-produk kreatif lokal. Dapat mempertimbangkan kampanye video, blog, dan konten visual menarik lainnya untuk menarik perhatian wisatawan dan pembeli potensial. Selain itu, perlu juga dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap dampak program-program yang dilaksanakan. Dengan menganalisis data dan umpan balik dari masyarakat dan pemangku kepentingan, dapat terus melakukan perbaikan dan penyesuaian agar program-program dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Para pemangku kepentingan Desa Batukaras juga perlu menyediakan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan bagi pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif lokal untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran, manajemen bisnis, dan penggunaan teknologi digital. Ini akan membantu mereka tetap kompetitif dalam pasar yang terus berubah. Selain itu, perlu secara konsisten untuk mengembangkan strategi promosi yang berkelanjutan dan berkesinambungan untuk Batukaras sebagai destinasi pariwisata. Dapat mempertimbangkan kerjasama dengan agen perjalanan, media pariwisata, dan *influencer* untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik wilayah tersebut.

### Daftar Pustaka

- Awaluddin, M. Y., Sari, Q. W., & Sunarto. (2024). Edukasi dan Partisipasi Masyarakat untuk Masalah Sampah Laut di Pantai Pangandaran Mengatasi. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(2), 432–444. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i2.1687>
- Awaludin, R. (2021). Perancangan Aplikasi Wisata Virtual Untuk Pemulihan Ekonomi Kawasan Wisata Pantai Pangandaran di Masa Pandemi Data Pengunjung Wisatawan Pantai Pangandaran. *Jurnal Sistem Cerdas*, 04(02), 95–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.37396/jsc.v4i2.133>
- Bagaswara, R., Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2019). Strategi pengembangan kawasan wisata pantai pangandaran dengan metode qspm ( quantitative strategic planning matrix ) strategy for development of tourism area pangandaran beach with qspm (quantitative strategic planning matrix) method. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 1(2), 1–8. <https://jurnal.usahid.ac.id/index.php/tekno/article/download/173/164>
- Dwyer, L. (2015). Globalization of tourism: Drivers and outcomes. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 326–339. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075723>
- Fauzan, G. A., Malik, D. T., Kini, L. D., & Ramba, D. N. (2023). Potensi pariwisata dan penanggulangan marine debris di kawasan pesisir Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmu Kelautan Kepulauan*, 6(1), 750–767.

- <https://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/kelautan/article/view/6348>
- Fauzi, P., Bakhri, S., & Ahmad, A. A. (2019). Pembangunan Pariwisata di Kabupaten Pangandaran Pasca Pemekaran. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 77–94. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i1.4250>
- Hanapia, A. Y., Sukarso, A., & LS, C. B. (2020). Penataan Objek Wisata Jojogan Di Desa Cintaratu Kecamatan Parigi. *Jurnal Pengabdian Siliwangi*, 8(1), 29–31. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jps/article/download/1444/3398>
- Hastuti, A. S. (2017). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pariwisata dan Kebudayaan Wilayah Cijulang (Studi Analisis di Objek Wisata Batukaras Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Imu Pengetahuan*, 2(1), 67–78. <https://jurnal.unigal.ac.id/moderat/article/download/753/657>
- Herawati, H., Angellica, M. S., Apriliani, I. M., & Arief, M. C. W. (2023). Daya dukung dan nilai ekonomi kawasan ekowisata di kabupaten pangandaran. *Jurnal Akuatika Indonesia*, 8(2), 116–126. <https://jurnal.unpad.ac.id/akuatika-indonesia/article/view/44881>
- Juhara, L. N., & Marsoyo, A. (2023a). Kontribusi Komponen Destinasi Wisata dalam Mendukung Pembangunan Desa di Kabupaten Pangandaran. *CR Journal*, 9(1), 15–28. <https://crjournal.jabarprov.go.id/index.php/crj/article/view/208/10>
- Juhara, L. N., & Marsoyo, A. (2023b). Siklus Hidup Destinasi Wisata di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Kawistara*, 13(2), 278–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/kawistara.81026> ISSN
- Komariyah, I., & Sunandar, D. M. (2019). Implementasi Bauran Pemasaran Kepariwisataaan Dalam Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal ALTASIA*, 1(2), 38–46. <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/463>
- Kurniawati, L., Thirafi, L., & Sitio, N. M. (2023). Community Based Tourism And Voluntourism Enhancement For Kampung Wisata Cisangkal In Pangandaran. *Kumawula*, 8(2), 470–477. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i2.46373>
- Kustiawan, R., & Raharjo, S. Y. (2013). *Pengembangan Prioritas Potensi Aktivitas Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kawasan Pantai Madasari Kabupaten Pangandaran* (FTSP Series: Seminar Nasional Dan Diseminasi Tugas Akhir). <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/ftsp/article/view/837>
- Latif, B. S. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Pesisir : Studi Pada Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41(62), 7245–7262. <https://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya/article/view/656/540>
- Millah, R. S., & Fadlina, S. (2023). Analisis Daya Dukung ( Carrying Capacity ) Dalam Mendukung Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Batukaras Kabupaten Pangandaran. *Tourism Scientific Journal*, 8(2), 191–213. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i2.268>
- Putra, R. R., Susanto, E., Permadi, R. W. A., Maulana, M. I., Hadian, M. S. D., Rachmat, H., & Wulung, S. R. P. (2020). Aspiring Pangandaran Geopark to Promote Sustainable Tourism Development. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(2), 115–128. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31940/ijaste.v4i2.1867>
- Sunarta, & Suyadi. (2020). *Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Pangandaran Jawa Barat*. Researchgate.Net. [https://www.researchgate.net/profile/Sunarta-Narta/publication/330497637\\_PERAN\\_EKONOMI\\_KREATIF\\_DALAM\\_MENINGKATKAN\\_INDUSTRI\\_PARIWISATA\\_PANGANDARAN\\_JAWA\\_BARAT/links/5c42ddbb92851c22a37fc7ad/PERAN-EKONOMI-KREATIF-DALAM-MENINGKATKAN-INDUSTRI-PARIWISATA-PANGANDARAN-JAWA-BARAT.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Sunarta-Narta/publication/330497637_PERAN_EKONOMI_KREATIF_DALAM_MENINGKATKAN_INDUSTRI_PARIWISATA_PANGANDARAN_JAWA_BARAT/links/5c42ddbb92851c22a37fc7ad/PERAN-EKONOMI-KREATIF-DALAM-MENINGKATKAN-INDUSTRI-PARIWISATA-PANGANDARAN-JAWA-BARAT.pdf)
- Susanto, N. A. F., Dewi, I. A., & Irawan, H. (2023). Pengelolaan Konten Website untuk UMKM Hasil Pertanian di Desa Cintaratu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 3(2), 2042–2051. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/636/589>