

---

## Pendampingan Pengelolaan Objek Wisata Alam Sungai Batu Putih Melalui Konsep *Community Based Tourism* Di Desa Pasar Singkut, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun

Wahyu Rohayati<sup>1)</sup>, Riri Maria Fatriani<sup>2)</sup>, M Yusuf<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Jambi, Indonesia

[wahyurohayati@unja.ac.id](mailto:wahyurohayati@unja.ac.id), [ririmariafatriani@unja.ac.id](mailto:ririmariafatriani@unja.ac.id)

### Abstrak

Objek wisata alam Sungai Batu Putih yang berada di Dusun V, Desa Pasar Singkut, Kecamatan Singkut Kabupaten Sarolangun merupakan objek wisata rintisan masyarakat yang berpotensi untuk dikembangkan melalui konsep pengelolaan berbasis masyarakat karena masyarakatnya terutama kelompok pengelola memiliki minat dan etos kerja yang tinggi dalam mengelola wisata. Ikon utama objek wisata alam ini adalah wisata air atau pemandian Sungai Batu Putih Patok 41, dimana tempat ini memiliki bebatuan putih dan air yang bersih disertai alam yang masih natural dan asri. Disamping itu kawasan ini masih terjaga dari aktifitas perusakan alam seperti tambang liar dan pembalakan hutan liar. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra (kelompok pengelola wisata) adalah selama ini pengelolaan objek tersebut kurang terorganisasi karena minimnya pengetahuan dan kecakapan teknis pengelolaan wisata, disamping itu pengelolaannya dilakukan secara sukarela oleh masyarakat yang peduli atau berminat terhadap objek wisata. Kemudian, area ini belum dimanfaatkan sebagai sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat. Selama ini masyarakat lebih mengandalkan sumber penghasilan dari hasil pertanian dan hasil perkebunan karena belum mengetahui bagaimana memanfaatkan alam sebagai objek wisata yang mampu menopang perekonomian mereka selain dari hasil perkebunan dan pertanian. Kegiatan pengabdian ini akan mendampingi kelompok Wisata Sungai Batu Putih dengan menggunakan konsep *community-based tourism (CBT)* dalam mengelola objek wisata guna menjaga keberlanjutan pengelolaan objek wisata sehingga memberikan kontribusi terhadap penghasilan masyarakat yang terlibat atau bersinggungan dalam pengelolaan wisata. Konsep ini penting untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat lokal, pembentukan kelembagaan wisata, pengelolaan daya tarik wisata secara partisipatif, promosi secara masif dan terciptanya kegiatan usaha masyarakat. Kegiatan pendampingan pengelolaan daya tarik wisata ini melibatkan seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari kelompok pengelola wisata dan pemerintah desa yang memiliki peran masing-masing untuk menciptakan pengelolaan daya tarik wisata yang efektif. Kegiatan pendampingan akan dilakukan dengan pembekalan mengenai pengelolaan wisata berbasis masyarakat, pelatihan pengelolaan wisata, dan pendampingan pengelolaan secara praktis. Adapun luaran dari kegiatan pendampingan ini adalah publikasi pada prosiding pengabdian.

**Kata kunci:** CBT; Pendampingan; Pengelolaan; Wisata Alam.

### **Abstract**

*Natural tourist attraction Sungai Batu Putih, located in Dusun V, Desa Pasar Singkut, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun, is a community-based tourism initiative with potential for development through a community-based management concept because the local community, especially the management group, has a high interest and work ethic in managing tourism. The main icon of this natural tourist attraction is the water tourism or bathing area of Sungai Batu Putih Patok 41, where the place features white rocks and clean water along with a natural and pristine environment. In addition, this area is still protected from environmental destruction activities such as illegal mining and illegal logging. The main problem faced by the partners (the tourism management group) is that the management of the site has been poorly organized due to a lack of knowledge and technical skills in tourism management. Additionally, the management is carried out voluntarily by community members who are concerned about or interested in the tourist site. Then, this area has not yet been utilized as an additional source of income for the community, where so far the community has relied more on income from agriculture and plantation products because they do not yet know how to utilize nature as a tourist attraction that can support their economy besides plantation and agricultural products. This community service activity will assist the Batu Putih River Tourism group by using the CBT (community-based tourism) concept in managing the tourist attraction to ensure the sustainability of its management, thereby contributing to the income of the community involved or engaged in tourism management. This concept is important to encourage active participation from the local community, the establishment of tourism institutions, participatory management of tourist attractions, massive promotion, and the creation of community business activities. The tourism attraction management assistance activities involve all stakeholders, consisting of tourism management groups and village governments, each with their respective roles to create effective tourism attraction management. The mentoring activities will be carried out with training on community-based tourism management, tourism management training, and practical management mentoring. The output of this mentoring activity will be a publication in the service proceedings. The output of this mentoring activity is a publication in the service proceedings.*

**Keywords: CBT; Mentoring; Management; Nature Tourism.**

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan sektor yang mampu mendorong dan meningkatkan kegiatan pembangunan, membuka lapangan usaha baru, membuka lapangan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta pendapatan asli daerah, jika dikelola dan dikembangkan secara optimal. Peranan industri pariwisata harus didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional. Sarana dan prasarana dalam suatu objek wisata itu sangat diperlukan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung suatu objek wisata. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan di suatu objek wisata akan membuat wisatawan nyaman dan betah menikmati objek wisata tersebut.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Raysa Puteri Ardhiyanti and Herry Mulyono, "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo," *Jurnal Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 1 (2018): 953-72.

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor unggulan yang menopang perekonomian Indonesia. Pesona alam dan kekayaan budaya menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang semakin dikenal secara global. Namun, kemajuan pariwisata belum sepenuhnya memberikan manfaat nyata bagi masyarakat lokal, terutama di daerah-daerah yang menjadi primadona wisata. Banyak kawasan wisata masih menghadapi masalah kemiskinan karena dominasi investor dan rendahnya kapasitas masyarakat dalam mengelola sektor pariwisata secara mandiri.<sup>2</sup>

*Community Based Tourism* (CBT) hadir sebagai solusi untuk mengatasi ketimpangan pengelolaan pariwisata. CBT menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengembangan destinasi wisata, mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga pengambilan keputusan. Tujuannya adalah agar manfaat ekonomi dari sektor pariwisata dirasakan langsung oleh warga lokal. Salah satu bentuk konkret dari CBT adalah pengembangan desa wisata yang berbasis kearifan lokal seperti tradisi, sistem sosial, pertanian, hingga kuliner khas.<sup>3</sup>

Desa Pasar Singkut, khususnya Dusun V Karang Sari (Patok 41), memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata berbasis CBT. Dengan jumlah penduduk yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani, masyarakat di Dusun V telah diberdayakan untuk mengelola objek wisata air Sungai Batu Putih secara partisipatif. Sungai ini dikenal memiliki daya tarik unik berupa dasar batu kerikil putih dan dipercaya memiliki manfaat relaksasi dan terapi. Antusiasme pengunjung, terutama di akhir pekan dan hari libur nasional, menunjukkan bahwa tempat ini memiliki daya saing yang tinggi. Desa Pasar Singkut tidak hanya menawarkan wisata alam, tetapi juga kaya akan adat istiadat seperti Sedekah Bumi, Rasulan, serta kesenian tradisional seperti campursari dan rebana. Potensi kulinernya pun beragam, dari makanan tradisional seperti sego tiwul hingga kuliner kekinian. Kekayaan budaya dan kuliner ini merupakan aset penting yang dapat menarik wisatawan, namun hingga kini belum dikelola dan dipromosikan secara optimal karena keterbatasan akses dan informasi.<sup>4</sup>

Pembangunan desa wisata membutuhkan pengelolaan yang sistematis dan

---

<sup>2</sup> Agung Teguh Wibowo Almais et al., "Media Promosi Desa Wisata Menggunakan Desa.Id Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang," *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6, no. 2 (2021): 219–25, <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v6i2.2692>.

<sup>3</sup> Fildzah A'inun N, Hetty Krisnani dkk. *Pengembangan Desa Wisata Melalui Konsep Community Based Touris*. Diakses, 03 Maret 2022.

<sup>4</sup> Rekapitulasi Data KK dan Jiwa SDGS Desa Pasar Singkut.2020

promosi yang tepat sasaran. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 dan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 menegaskan pentingnya peran desa dalam mengelola potensi lokalnya. Melalui promosi digital dan pelibatan masyarakat dalam pengembangan wisata, diharapkan desa dapat meningkatkan pendapatan asli desa dan membuka lapangan kerja baru. Pendampingan berbasis konsep CBT akan memastikan bahwa pengembangan desa wisata di Desa Pasar Singkut berlangsung berkelanjutan dan memberikan dampak langsung pada kesejahteraan masyarakatnya.<sup>5</sup>

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam pelaksanaan kegiatan ini menggunakan Sosialisasi dan Diskusi. Dimana Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra, sedangkan Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

Dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh mitra dan khalayak sasaran ada beberapa aspek yang menjadi pertimbangan yakni:

1. Sumber Daya Manusia (khalayak sasaran /Mitra)
2. Tim pelaksana dan pihak terkait
3. Pimpinan Perguruan Tinggi
4. Peraturan Perundang-undangan
5. Nilai-nilai budaya dalam masyarakat
6. Sarana dan prasarana

Keenam aspek tersebut merupakan faktor yang saling terkait dan mendukung dalam pembentukan kesadaran hukum dalam masyarakat, Langkah-langkah dan tahapan pemecahan masalah yang akan diterapkan dalam kegiatan ini mencakup :

1. Persiapan
2. Materi Kegiatan
3. Kegiatan Pokok
4. Evaluasi.
5. Penyusunan Laporan

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pendampingan pengelolaan Wisata Melalui Konsep *Community Based Tourism* Di

---

<sup>5</sup> Wibowo Almais et al., "Media Promosi Desa Wisata Menggunakan Desa.Id Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang."

Desa Pasar Singkut, Kecamatan Singkut, Kabupaten Sarolangun ini adalah dengan upaya menumbuhkan kekuasaan dan wewenang yang lebih besar terhadap masyarakat (pengelola desa wisata). Upaya ini dilakukan dengan menciptakan masyarakat yang memiliki pengaruh, mampu mengelola sumber daya yang ada, adanya partisipasi yang kuat dari masyarakat itu sendiri. Tujuan utamanya adalah membantu masyarakat memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan dapat dilakukan, yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Kegiatan pengabdian ini akan melakukan 3 kegiatan utama yakni: 1). Penyediaan akses yang lebih terbuka, luas dan lebar terhadap sumber-sumber daya seperti modal, informasi/Publikasi, kesempatan berusaha dan memperoleh kemudahan/fasilitas. Aktifitas di dalamnya berupa memberikan kesempatan untuk membuka jasa layanan di bidang wisata, 2). Pengembangan potensi SDM maupun kelembagaan masyarakat yang berkualitas. Kegiatan yang akan dilakukan adalah dengan pelatihan, pendampingan dan demonstrasi, menumbuhkn kreativitas 3). Penyertaan masyarakat dalam proses perumusan perencanaan dan implementasi kebijakan, dengan dilakukan melalui curah pendapat, berdiskusi, musyawarah dan menentukan kebijakan pengelolaan desa wisata.<sup>6</sup>

Pengabdian ini menggunakan pendekatan pembangunan yang sedang dilakukan dan diperjuangkan oleh banyak pihak, berusaha mendapatkan kesempatan yang besar untuk merencanakan pembangunan yang bertujuan kesejahteraan masyarakat melalui wisata berkelanjutan. Pendekatan ini juga dimaksudkan untuk menjawab kebutuhan wisatawan dimana kondisi sarana dan prasarana kawasan destinasi belum memiliki perencanaan yang berkelanjutan melalui konsep Community Based Tourism. Lebih lanjut, pedampingan pengelolaan potensi wisata pada skala desa bertujuan untuk memfasilitasi desa dan meningkatkan kesejahteraan melalui wisata.

Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait belum terkelolanya potensi wisata, maka tim pengabdian ini akan fokus pada pengembangan pengelolaan daya tarik objek wisata yang berwujud mandiri dan terorganisir. Pengembangan ini dapat dilakukan secara intensif karena desa Pasar Singkut memiliki komitmen terhadap wisata yang ditandai dengan adanya kerjasama/mitra desa dengan fakultas dalam pengelolaan potensi wisata pada pengabdian kepada masyarakat kali ini.

---

<sup>6</sup> Ansell, C. and Gash, A. (2007) 'Collaborative Governance in Theory and Practice', *JPART (Journal of Public Administration Research and Theory)*, 18, pp. 543-571. doi: 10.1093/jopart/mum032.

Pendampingan dan pengelolaan menjadi sangat penting dilakukan dengan dasar persoalan yang muncul dalam pengelolaan desa wisata salah satunya adalah belum optimalnya kualitas sumber daya manusia.<sup>7</sup> Dalam hal ini untuk dapat mewujudkan desa wisata maka pada kegiatan ini juga menggandeng kelompok lain yang memiliki minat dalam wisata. Agar kegiatan dapat berjalan dengan baik maka kegiatan ini juga melibatkan kemitraan dengan menggunakan konsep *collabotative governance* (Ansell and Gash, 2007) yang melibatkan banyak aktor dalam urusan publik. Setelah potensi wisata terkelola dengan baik maka pekerjaan selanjutnya adalah dengan melakukan promosi. Promosi inilah yang juga menjadi fokus pada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jambi ini, dengan menggunakan media sosial maka potensi wisata dapat diekspos/publikasi secara luas.

Solusi pertama: penguatan kelembagaa/organisasi yang mengelola objek wisata, langkah ini dilakukan untuk a). Menyiapkan SDM yang handal dalam pengelolaan obyek pariwisata lokal, b). mencatat dan mendokumentasikan objek wisata, c). Pembuatan brosur objek wisata (peta, petunjuk arah dan lainnya). Solusi kedua: promosi objek wisata, promosi ini dilakukan melalui saluran komunikasi media sosial (online), selain untuk menyesuaikan diri terhadap dampak determinasi perkembangan teknologi komunikasi alasan saluran ini dipilih juga karena pertimbangan mobilitas jangkauan promosi yang lebih efektif dan efisien. Promosi ini dilakukan dengan cara pertama, pembuatan akun media sosial resmi yang banyak akan pilihan untuk berpromosi secara online. Kedua media saluran promosi tersebut memuat konten informatif yang disajikan dalam bentuk template desain grafis yang menarik dengan dukungan audio visual dan video grafis.

Dalam persiapan pelaksanaan ini sesuai dengan metode yang sudah disebutkan diatas yaitu dengan melakukan surve mini, penjajakan ke lokasi yang sudah ditetapkan atau ditentukan. Seperti penjajakan wilayah dimana Secara administratif, Dusun V (Patok 41) terdiri dari 5 RT, Jumlah kepala keluarga di Dusun V Karang Sari (Patok 41) sendiri ada 193 yang terdiri dari 678 jiwa dengan rincian kependudukan sebagai berikut: RT 22 terdapat sebanyak 44 Kepala keluarga dengan jumlah 143 jiwa, RT 22.1 terdapat 50 Kepala keluarga dengan jumlah jiwa 171, RT 25 tercatat sebanyak 62 Kepala Keluarga

---

<sup>7</sup> Raysa Puteri Ardhiyanti, Herry Mulyono. (2018). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo, Program Pascasarjana Magister Sistem Informasi. STIKOM Dinamika Bangsa *Jambi Jurnal Manajemen Sistem Informasi* Vol. 3, No. 1.

dengan 219 jiwa, dan RT 25.1 memiliki jumlah 37 Kepala Keluarga dengan jumlah penduduk sebanyak 145 jiwa. Sebagian besar warga Dusun V Karang Sari (Patok 41) bermata pencaharian sebagai petani dengan persentase sebesar 51%, sebagai pekerja lepas atau buruh antar 9%. Kuli bangunan sekitar 1,9%, Sebesar 2,1% bekerja sebagai wiraswasta, 2,3% sebagai pegawai swasta 0,7%, belum atau tidak bekerja sebesar 20% dan sisanya bekerja sebagai pelajar, maupun ibu rumah tangga. Secara rinci demografi Desa Pasar Singkut memiliki 8 dusun dengan jumlah KK 1752 KK, 5842 Jiwa (Rekapitulasi Data KK dan Jiwa SDGS Desa Pasar Singkut).

Upaya pengelolaan obyek wisata sungai batu putih tersebut bagian dari aktifitas dalam rangka program dari dusun tersebut. Program pengembangan lokasi objek wisata ini di lakukan di dusun 41 saja dimana daerah ini yang di lewati oleh aliran sungai dengan bebatuan putih, diharapkan dengan berkembangnya obyek wisata 41 ini pembangunan pariwisata berbasis masyarakat menjadi salah satu bentuk yang dapat meningkatkan taraf hidup dan perekonomian warga sekitar lokasi, wilayah ini juga diharapkan menjadi desa wisata yang akan berkembang baik secara pemerataan pembangunan pariwisata berkesinambungan.

Kegiatan pengabdian dimulai dengan tahap persiapan, survei mini, dan penjajakan lokasi yang dilakukan secara langsung di Dusun V Karang Sari (Patok 41), Desa Pasar Singkut. Hasil dari tahap ini menunjukkan bahwa wilayah tersebut memiliki potensi besar dalam pengembangan objek wisata alam berupa sungai berbatu putih yang unik. Secara administratif, wilayah ini terdiri dari lima RT dengan jumlah penduduk sebanyak 678 jiwa. Mayoritas masyarakat bekerja sebagai petani dan buruh lepas, dengan tingkat pengangguran yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan urgensi intervensi pemberdayaan berbasis potensi lokal guna meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Pada tahap pembekalan, terjadi peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya keberadaan desa wisata, baik secara budaya maupun alam. Warga mulai menyadari potensi objek daya tarik wisata (ODTW) di wilayah mereka dan kaitannya dengan peningkatan ekonomi lokal. Diskusi kelompok, curah pendapat, serta sesi berbagi pengalaman berhasil memicu antusiasme dan partisipasi aktif warga. Hasil ini menunjukkan bahwa pembekalan awal menjadi fondasi penting dalam membangun kesadaran dan motivasi masyarakat untuk terlibat dalam pengelolaan wisata.

Pelatihan kelembagaan dan pengorganisasian menghasilkan struktur organisasi awal kelompok pengelola wisata lokal, lengkap dengan visi, misi, tugas pokok dan fungsi,

serta rencana kerja. Warga juga dibekali dengan perlengkapan pendukung seperti papan informasi, printer, dan pengadaan sekretariat yang menunjang aktivitas operasional. Hal ini menjadi tonggak awal pembentukan kelembagaan yang mampu mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan. Adanya struktur organisasi ini turut meningkatkan rasa tanggung jawab dan rasa memiliki masyarakat terhadap program wisata yang dibangun.<sup>8</sup>

Melalui pelatihan pemetaan potensi, dokumentasi objek wisata, pengemasan produk wisata, hingga pelatihan media sosial dan desain brosur, masyarakat menunjukkan peningkatan keterampilan teknis yang signifikan. Pelatihan ini mempersiapkan warga dalam mendokumentasikan potensi wisata melalui foto dan video, serta menyebarluaskan informasi melalui platform seperti Facebook, Instagram, hingga TikTok dan YouTube. Hal ini menjadi langkah strategis untuk promosi yang efektif dan hemat biaya, serta membuka peluang ekonomi digital bagi masyarakat lokal.

Pendampingan intensif selama kegiatan pengabdian terbukti efektif dalam memastikan kelanjutan pelatihan serta membantu masyarakat mengatasi hambatan di lapangan. Salah satu kendala utama yang ditemukan adalah keterbatasan pendanaan dari pemerintah untuk pengelolaan wisata. Namun melalui pendampingan, masyarakat diarahkan pada pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara swadaya. Proses ini tidak hanya memperkuat kemandirian komunitas, tetapi juga membangun ketahanan sosial dalam mengelola objek wisata secara berkelanjutan.

Pendekatan yang dilakukan selama pendampingan menggunakan media pendukung seperti video inspiratif tentang keberhasilan pengelolaan wisata sungai dari daerah lain. Strategi ini mampu meningkatkan semangat dan daya imajinatif masyarakat dalam menata Sungai Batu Putih menjadi daya tarik wisata utama. Pemanfaatan video dan diskusi langsung memperkuat pemahaman dan memberikan gambaran nyata terhadap potensi yang bisa dikembangkan di wilayah mereka sendiri, termasuk dalam menciptakan konsep pondok wisata dan menjaga kebersihan sungai sebagai nilai jual utama.

Hasil akhir menunjukkan bahwa peran pemuda sangat sentral dalam pengembangan wisata, terutama dalam penggunaan teknologi dan media sosial. Selain

---

<sup>8</sup> Janianto Damanik dan Helmut F. Weber, "Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut," *Universitas Pendidikan Indonesia*, no. 10 (2019): 9-30.

itu, dukungan dari perangkat desa, tokoh masyarakat, dan tokoh agama sangat dibutuhkan untuk membangun sinergi dan keberlanjutan program. Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa dengan kolaborasi yang kuat antara masyarakat, pemuda, dan pemerintah desa, serta didukung oleh strategi pemberdayaan yang tepat, maka pengembangan objek wisata Sungai Batu Putih berpotensi menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dan identitas wisata lokal berbasis masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan pendampingan objek wisata batu putih mendapat respon positif dari masyarakat dan aparat pemerintah setempat. Pada tahap persiapan, hasil dari observasi lapangan dan diskusi, mendapatkan data yang kemudian menjadi tema pembahasan ketika diadakan pendampingan dan diskusi publik. Kegiatan di mulai dari pembekalan dengan cara menstransfer ilmu pengetahuan, melakukan pendampingan dengan memaparkan materi tentang pengelolaan objek wisata aliran sungai yang berbasis CBT, pelatihan baik dalam memperkuat pemahaman pengelolaan penguatan organisasi dan SDM di lingkungan obyek wisata sungai batu putih, menggerakkan dan meningkatkan partisipasi masyarakat, menonton vidio daerah lain yang sebagai penggerak daerah percontohan yang mengelola aliran sungai menjadi objek wisata yang dapat di kelola dan dimanfaatkan oleh masyarakat dan memotivasi masyarakat serta dapat diterapkan dilapangan, serta melakukan pendampingan dengan banyak memberikan informasi dalam hal promosi objek wisata tersebut dengan berbagai metode media sosial dll. Permasalahan yang terjadi diantaranya adalah belum optimalnya dalam pengelolaan objek wisata tersebut, disamping itu keterlibatan masyarakat dalam kelompok pengelola belum terorganisasi. Belum optimalnya masalah promosi dan publikasi, belum dilakukan promosi secara luas melalui media baru yang dapat diakses dengan efektif dan efisien, sehingga objek wisata ini belum mendapat atensi yang besar dari berbagai kalangan.

## **SARAN**

Saran yang dapat kami sampaikan kepada aparat pemerintah setempat di lingkungan desa pasar dan masyarakat, agar mampu mengoptimalkan dalam hal pendanaan untuk pendukung pembiayaan pengelolaan obyek wisata sungai batu putih, kerjasama dalam menjaga dan mempromosikan obyek wisata sungai batu putih terutama dari kalangan pemuda untuk dapat meningkatkan promosi wilayah/daerah sungai batu putih hingga dapat di bermanfaat untuk warga masyarakat sekitar pada khususnya dan

dapat membantu meningkatkan ekonomi warga dengan berkembangnya objek wisata tersebut, karena dengan maksimalnya pengelolaan objek wisata tersebut dapat menghidupkan berbagai sektor perekonomian, UMKM, restoran, kuliner, penginapan basis pengelolaan masyarakat, pusat oleh-oleh dll.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel/Buku/Laporan

- Ardhiyani, Raysa Puteri, and Herry Mulyono. "Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo." *Jurnal Manajemen Sistem Informasi* 3, no. 1 (2018): 953–72.
- Ansell, C. and Gash, A. (2007) 'Collaborative Governance in Theory and Practice', *JPART (Journal of Public Administration Research and Theory)*, 18, pp. 543–571. doi: 10.1093/jopart/mum032.
- Brahmanto, E., Hermawan, H., & Hamzah, F. (2017). Strategi Pengembangan Kampung Batu Malakasari Sebagai Daya Tarik Wisatawan Minat Khusus. *Jurnal Media Wisata*
- Dewi, M.H.U., Fandeli, C., & Baiquni, M. (2013) Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Karwistara*
- F.Weber, Janianto Damanik dan Helmut. "Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut." *Universitas Pendidikan Indonesia*, no. 10 (2019): 9–30.
- Fildzah A'inun N, Hetty Krisnani, Rudi Saprudin Darwis. *PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI KONSEP COMMUNITY BASED TOURISM*. 2015.
- Purnomo. (2011). Pengaruh Faktor Individual Wisatawan dan Kinerja Bauran Pemasaran Terhadap Nilai Jasa Pariwisata Alam. *Jurnal JMHT XVII (1)*: 10-16.
- Raysa Puteri Ardhiyani, Herry Mulyono. (2018). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Kabupaten Tebo, Program Pascasarjana Magister Sistem Informasi. *STIKOM Dinamika Bangsa Jambi Jurnal Manajemen Sistem Informasi Vol. 3, No. 1*.
- Zakaria, F. and Suprihardjo, R. D. (2014) 'Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan', *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), pp. 245–249.
- Wibowo Almais, Agung Teguh, Abd. Rouf, A'la Syauqi, Mochamad Imamudin, Dyah Febriantina Istiqomah, Akbar Roihan, and Shinta Rizki Firdina Sugiono. "Media Promosi Desa Wisata Menggunakan Desa.Id Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang." *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6, no. 2 (2021): 219–25. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v6i2.2692>.

### Peraturan Hukum

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan.

UU No 6 Tahun 2014 Tentang Desa

**Internet**

Rekapitulasi Data KK dan Jiwa SDGS Desa Pasar Singkut.2020