Jurnal Bina Desa
Volume 8 (3) (2026) 365-379
p-ISSN 2715-6311 e-ISSN 2775-4375
https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jurnalbinadesa

Transformasi Toleransi Menjadi Destinasi: Pengembangan Eduwisata Moderasi Beragama di Desa Getas

Nurul Fibrianti[1]✉, Lesa Paranti[2], Baidhowi Baidhowi[1], Vini Wiratno Putri[3], Alifa Rizqia Rachmawati[3]

[1]Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang
[2]Pendidikan Seni Tari, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang
[3]Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang

nurulfibrianti@mail.unnes.ac.id

Abstrak. Desa Getas memiliki keberagaman masyarakat pemeluk Islam, Kristen, dan Buddha yang hidup berdampingan secara harmonis sehingga berpotensi dikembangkan sebagai eduwisata moderasi beragama. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara optimal karena kegiatan live in belum terstruktur sebagai produk eduwisata, kelembagaan pengelola belum optimal, dan pemasaran masih terbatas. Program pengabdian ini bertujuan mengembangkan rintisan eduwisata moderasi beragama melalui penguatan produk wisata, kelembagaan pengelola, dan pemasaran. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis community-based tourism melalui pemetaan potensi, sosialisasi, pengembangan produk, penguatan tata kelola, serta pendampingan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan tersusunnya tiga paket eduwisata, kesiapan 15 rumah live in beserta identitasnya, terbentuknya struktur organisasi dan pembagian tugas pengelola, serta tersedianya sarana pendukung dan media promosi. Keterlibatan pemerintah desa, Pokdarwis, dan masyarakat turut memperkuat kesiapan pengelolaan. Program ini berhasil membangun fondasi pengembangan eduwisata moderasi beragama berbasis masyarakat yang lebih terstruktur, mandiri, dan berkelanjutan.
Kata Kunci: Eduwisata, Moderasi Beragama, Toleransi, Rintisan Desa Wisata

Abstract. *Getas Village is characterized by religious diversity, with Muslim, Christian, and Buddhist communities living harmoniously, creating strong potential for the development of religious moderation based educational tourism. However, this potential has not been optimally managed because existing live-in activities have not been structured as educational tourism products, tourism management institutions remain underdeveloped, and promotional activities are still limited. This community service program aims to develop religious moderation-based educational tourism by strengthening tourism products, management institutions, and marketing. The program adopted a participatory community-based tourism approach through potential mapping, socialization, product development, governance strengthening, and marketing assistance. The results include the development of three educational tourism packages, the preparation of 15 identified live-in houses, the establishment of an organizational structure with clearly defined responsibilities, and the provision of supporting facilities and promotional media. The involvement of the village government, tourism awareness group, and local community strengthened management readiness. Overall, the program established a foundation for more structured, community-based, independent, and sustainable religious moderation-based educational tourism.*
Keywords: *Educational Tourism, Religious Moderation, Tolerance, Tourism Village Pioneering*

Koresponden: nurulfibrianti@mail.unnes.ac.id

Submitted: 2026-08-20
*Accepted:*2026-10-12
Publisher:2026-10-31

Publisher by Pusat Pengembangan KKN, LPPM, Universitas Negeri Semarang

Pendahuluan

Keberagaman agama merupakan realitas sosial masyarakat Indonesia yang perlu dikelola secara konstruktif agar menjadi kekuatan dalam membangun toleransi, kohesi sosial, dan harmoni kehidupan bermasyarakat. Kohesi sosial berkembang ketika masyarakat mampu membangun rasa kebersamaan, kepercayaan, serta hubungan sosial yang tetap kuat di tengah perbedaan yang dimiliki (OECD, 2011; Putnam, 2000). Dalam konteks Indonesia, moderasi beragama menjadi salah satu pendekatan penting untuk menjaga kehidupan masyarakat yang majemuk karena menekankan komitmen kebangsaan, toleransi, anti kekerasan, dan penerimaan terhadap tradisi lokal (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019). Buku Moderasi Beragama yang diterbitkan Kementerian Agama memang menempatkan toleransi, sikap adil dan berimbang, serta penerimaan terhadap keragaman sebagai bagian penting dari implementasi moderasi beragama.

Desa Getas memiliki karakteristik sosial-keagamaan yang relevan dengan kondisi tersebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal tim pengabdi dengan Kepala Desa dan beberapa Kepala Dusun, masyarakat Desa Getas terdiri atas pemeluk Islam, Kristen, dan Buddha yang tersebar di sembilan dusun, yaitu Getas, Pringapus, Nglarangan, Kemiri, Cendono, Banyurip, Porot, Krecek, dan Gletuk. Komposisi pemeluk agama berbeda pada setiap dusun. Dusun Krecek didominasi masyarakat beragama Buddha, sedangkan Dusun Nglarangan memiliki komposisi sekitar 65% penganut Buddha dan 35% penganut Islam dengan sebagian kecil masyarakat beragama Kristen. Dusun Porot didominasi masyarakat Kristen, sedangkan Dusun Getas mayoritas beragama Islam. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberagaman agama hadir secara nyata dalam ruang kehidupan masyarakat Desa Getas.

Perbedaan komposisi agama tersebut membentuk variasi aktivitas sosial-keagamaan pada masing-masing dusun. Kegiatan pengajian, tahlilan, dan peringatan hari besar Islam lebih banyak dijumpai pada lingkungan dengan mayoritas masyarakat Muslim, sedangkan aktivitas gereja dan vihara menjadi bagian penting kehidupan sosial masyarakat Kristen dan Buddha. Meskipun memiliki praktik keagamaan yang berbeda, masyarakat tetap berinteraksi melalui gotong royong, kerja bakti, musyawarah desa, tradisi lokal, serta dukungan lintas agama pada pelaksanaan hari besar keagamaan. Pola kehidupan tersebut menunjukkan bahwa keberagaman tidak berhenti pada koeksistensi antarkelompok, tetapi berkembang menjadi praktik toleransi dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut dapat dipahami sebagai bentuk bridging social capital, yaitu hubungan sosial yang menghubungkan kelompok berbeda dan mendukung terbentuknya kepercayaan serta kerja sama antarkelompok (Putnam, 2000). Temuan pada Kampung Toleransi di Bandung juga menunjukkan bahwa moderasi beragama dapat diwujudkan melalui penguatan toleransi, komitmen kebangsaan, sikap anti-kekerasan, serta penghargaan terhadap budaya lokal (Pauzian et al., 2024).

Praktik toleransi tersebut merupakan modal sosial sekaligus potensi edukatif Desa Getas. Kehidupan masyarakat yang harmonis, keberadaan masjid, gereja, dan vihara, serta tradisi sosial dan budaya lintas agama menyediakan pengalaman autentik yang dapat dikembangkan sebagai sumber pembelajaran moderasi beragama. Studi terbaru mengenai Kampung Bhinneka menunjukkan bahwa keberagaman sosial-keagamaan masyarakat dapat dikembangkan menjadi desa wisata multikultural yang berfungsi sebagai arena pendidikan informal untuk menanamkan nilai keberagaman, toleransi, dan perdamaian (Prasetyo et al., 2025). Dengan demikian, keberagaman agama di Desa Getas tidak hanya bernilai sebagai modal sosial internal masyarakat, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi pengalaman edukatif bagi masyarakat yang lebih luas.

Pengembangan potensi tersebut dapat dilakukan melalui konsep eduwisata yang memungkinkan wisatawan memperoleh pembelajaran melalui pengalaman langsung. Pendekatan ini sejalan dengan konsep experiential learning yang menempatkan pengalaman konkret, keterlibatan langsung, dan refleksi sebagai bagian penting dalam proses pembelajaran (Kolb, 1984). Pada konteks Desa Getas, wisatawan tidak hanya mengunjungi tempat ibadah, tetapi dapat tinggal bersama warga, berinteraksi dengan masyarakat lintas agama, mengenal aktivitas sosial-budaya, serta mengalami secara langsung praktik toleransi yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Hubungan antara agama dan pariwisata juga tidak terbatas pada kegiatan ritual, tetapi mencakup perjalanan dan pengalaman yang berkaitan dengan komunitas, budaya, tempat, dan kehidupan keagamaan masyarakat (Timothy & Olsen, 2006). Oleh karena itu, karakteristik sosial Desa Getas memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan eduwisata moderasi beragama berbasis pengalaman.

Desa Getas sebenarnya telah memiliki modal awal berupa kegiatan live in yang memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk tinggal dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Namun, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa penyelenggaraan live in selama ini masih didominasi oleh pihak yayasan dan belum berkembang secara optimal menjadi produk eduwisata yang dikelola secara mandiri oleh kelembagaan desa. Potensi toleransi, keberagaman tempat ibadah (Gambar 1), tradisi masyarakat, serta aktivitas sosial juga belum terintegrasi secara sistematis menjadi paket eduwisata moderasi beragama. Dengan demikian, kebutuhan utama Desa Getas bukan menciptakan kegiatan live in dari awal, melainkan mentransformasikan potensi dan praktik yang telah tersedia menjadi produk eduwisata yang memiliki alur kegiatan, pengalaman edukatif, fasilitas pendukung, tata kelola, dan pemasaran yang lebih terstruktur.



Gambar 1. Keberagaman tempat ibadah di Desa Getas
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Transformasi tersebut memerlukan keterlibatan masyarakat sebagai aktor utama. Pendekatan *community-based tourism* (CBT) relevan digunakan karena menempatkan komunitas lokal sebagai pihak yang terlibat dalam perencanaan, pengelolaan, dan penerimaan manfaat kegiatan wisata (Goodwin & Santilli, 2009). Goodwin dan Santilli menempatkan kepemilikan/pengelolaan komunitas dan manfaat bagi masyarakat sebagai unsur penting dalam CBT. Studi di Desa Wisata Lamajang juga menunjukkan bahwa pengembangan CBT membutuhkan keterlibatan masyarakat sekaligus penguatan keterampilan pengelolaan, bisnis, pemasaran, dan pengembangan produk wisata (Asyifa et al., 2023). Temuan tersebut diperkuat oleh Hanafi (2024), yang menekankan bahwa pengembangan CBT pada desa wisata berkaitan dengan partisipasi masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan pemeliharaan budaya lokal.

Pada aspek produk, potensi Desa Getas perlu dikembangkan menjadi paket wisata yang lebih terstruktur dengan mengintegrasikan aktivitas lokal, pengalaman lintas agama, rumah *live in*, serta potensi sosial-budaya lainnya. Studi Palupi et al. (2024) menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat dilakukan melalui integrasi potensi lokal ke dalam paket wisata, homestay, kuliner, dan aktivitas berbasis masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan produk eduwisata Desa Getas perlu mencakup penyusunan aktivitas, *itinerary*, durasi kunjungan, sasaran wisatawan, kesiapan rumah *live in*, serta pendampingan dalam menentukan biaya dan harga paket.

Permasalahan berikutnya ditemukan pada aspek sumber daya manusia dan kelembagaan. Pokdarwis telah terbentuk, tetapi aktivitasnya belum optimal dan belum terdapat sistem kerja khusus yang mengintegrasikan pengelolaan eduwisata moderasi beragama. Struktur organisasi, pembagian tugas, mekanisme koordinasi, dan standar pelayanan juga perlu diperkuat agar penyelenggaraan wisata tidak bergantung pada individu atau pihak eksternal. Kondisi tersebut sejalan dengan prinsip CBT yang menempatkan kapasitas serta keterlibatan masyarakat sebagai unsur penting dalam pengelolaan destinasi (Goodwin & Santilli, 2009; Asyifa et al., 2023; Hanafi, 2024).

Selain persoalan produk dan kelembagaan, potensi eduwisata Desa Getas belum didukung pemasaran yang terstruktur. Belum tersedia media promosi online dan offline yang secara khusus mengomunikasikan pengalaman moderasi beragama, pilihan paket, fasilitas, dan keunikan Desa Getas kepada calon wisatawan. Studi Nurmadewi et al. (2024) menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat memperluas pasar desa wisata, tetapi pemanfaatan website dan media sosial harus disesuaikan dengan kebutuhan destinasi serta segmentasi pasar yang dituju. Oleh sebab itu, pengembangan katalog digital, leaflet, website desa, dan media sosial menjadi bagian penting dalam pengembangan eduwisata Desa Getas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada tiga aspek yang saling terintegrasi, yaitu pengembangan produk eduwisata, penguatan kapasitas dan kelembagaan pengelola, serta pengembangan pemasaran. Pada aspek produk, program diarahkan pada pengembangan paket *live in* eduwisata moderasi beragama dan penataan rumah *live in*. Pada aspek kelembagaan, kegiatan difokuskan pada pembentukan struktur pengelola, pembagian tugas, dan standar pelayanan. Sementara itu, pada aspek pemasaran, kegiatan diarahkan pada pengembangan katalog digital, leaflet, website desa, dan media sosial. Integrasi ketiga aspek tersebut diharapkan dapat mentransformasikan praktik toleransi yang selama ini menjadi modal sosial Desa Getas menjadi pengalaman edukatif yang dikelola masyarakat sekaligus menjadi fondasi pengembangan rintisan wisata desa yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan rintisan eduwisata moderasi beragama di Desa Getas melalui penguatan produk wisata, kapasitas dan kelembagaan pengelola, serta pemasaran eduwisata. Program diharapkan menghasilkan paket *live in* yang lebih terstruktur, rumah *live in* yang siap mendukung kegiatan, struktur pengelola dan standar pelayanan yang jelas, serta media promosi yang dapat dikelola secara berkelanjutan oleh mitra.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Getas menggunakan pendekatan partisipatif berbasis *community-based tourism* (CBT). Pendekatan ini dipilih karena

pengembangan eduwisata moderasi beragama bertumpu pada potensi sosial yang dimiliki dan dipraktikkan langsung oleh masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat tidak ditempatkan sebagai objek kegiatan, melainkan sebagai mitra aktif yang terlibat dalam identifikasi potensi, pengembangan produk, penguatan tata kelola, hingga pemasaran. Secara konseptual, CBT menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor dalam pengelolaan dan penerima manfaat kegiatan wisata (Goodwin & Santilli, 2009). Temuan empiris juga menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat, pemanfaatan potensi lokal, dan peningkatan kapasitas komunitas merupakan bagian penting dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan (Asyifa et al., 2023; Hanafi, 2024).

Mitra kegiatan meliputi Pemerintah Desa Getas, Pokdarwis, tokoh masyarakat dan tokoh lintas agama, pemuda desa, masyarakat calon pengelola eduwisata, serta warga yang menyediakan rumah sebagai tempat *live in*. Pemilihan kelompok tersebut didasarkan pada perannya dalam keberlanjutan program. Pemerintah desa memberikan dukungan kelembagaan, Pokdarwis dan calon pengelola menjadi pelaksana utama kegiatan wisata, tokoh lintas agama memberikan masukan mengenai substansi moderasi beragama dan etika interaksi lintas agama, sedangkan masyarakat menyediakan pengalaman sosial serta fasilitas pendukung kegiatan *live in*.

Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu (1) persiapan dan pemetaan potensi; (2) sosialisasi dan pengembangan produk eduwisata; (3) penguatan SDM dan tata kelola; (4) pengembangan pemasaran; serta (5) implementasi, monitoring, evaluasi, dan tindak lanjut. Tahapan tersebut dirancang untuk menjawab permasalahan secara berurutan, mulai dari potensi yang belum dikemas secara sistematis, keterbatasan tata kelola, hingga belum optimalnya media pemasaran. Pendekatan terintegrasi diperlukan karena pengembangan desa wisata berbasis komunitas membutuhkan keterkaitan antara potensi lokal, kesiapan masyarakat, fasilitas, paket wisata, dan sistem pengelolaan (Asyifa et al., 2023; Palupi et al., 2024).

Tahap pertama adalah persiapan dan pemetaan potensi. Tim melakukan koordinasi dengan Pemerintah Desa Getas, Pokdarwis, tokoh masyarakat, dan tokoh lintas agama untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan dan ruang lingkup program. Kegiatan dilanjutkan melalui observasi dan wawancara untuk memetakan praktik toleransi, tempat ibadah, tradisi sosial-budaya, kegiatan *live in* yang telah berjalan, kesiapan kelembagaan, serta rumah warga yang berpotensi mendukung kegiatan. Tahap ini juga digunakan untuk mengidentifikasi masalah pengelolaan *live in* sebelumnya sehingga intervensi program tidak menggantikan praktik yang telah ada, tetapi memperkuat kapasitas masyarakat dan kelembagaan desa dalam mengelolanya.

Tahap kedua adalah sosialisasi dan pengembangan produk eduwisata moderasi beragama. Sosialisasi dilakukan untuk membangun kesamaan pemahaman mengenai nilai edukatif praktik toleransi serta konsep eduwisata yang akan dikembangkan. Selanjutnya, tim bersama mitra melakukan FGD dan pendampingan untuk mengintegrasikan potensi toleransi, kehidupan lintas agama, tempat ibadah, tradisi lokal, dan aktivitas sosial masyarakat ke dalam paket *live in* yang lebih terstruktur. Kegiatan meliputi identifikasi daya tarik edukatif, penyusunan alur pengalaman wisata, penyusunan *itinerary*, penentuan sasaran wisatawan, perhitungan biaya dan harga paket, serta penataan rumah *live in*. Pendekatan tersebut relevan dengan Palupi et al. (2024), yang menunjukkan bahwa pengintegrasian potensi lokal, aktivitas masyarakat, paket wisata, dan homestay merupakan bagian penting dalam pengembangan desa wisata berbasis komunitas.

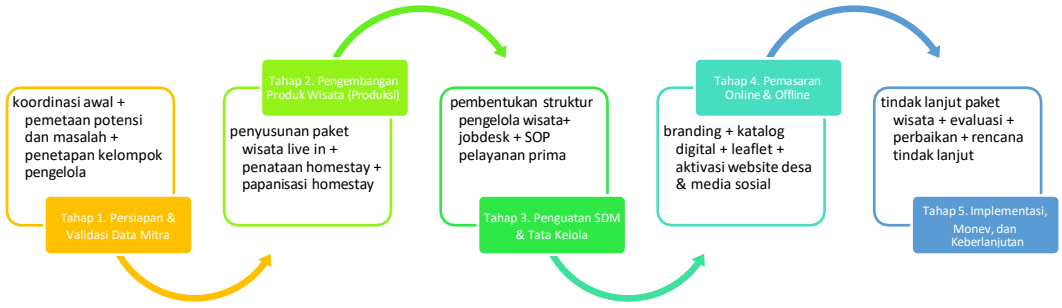
Pengembangan paket juga mengacu pada prinsip *experiential learning*. Wisatawan diarahkan untuk memperoleh pengalaman pembelajaran melalui tinggal bersama masyarakat,

melakukan interaksi sosial, mengenal kehidupan lintas agama, serta mengamati praktik toleransi secara langsung. Pengalaman konkret dan refleksi terhadap pengalaman merupakan unsur penting dalam proses pembelajaran berbasis pengalaman (Kolb, 1984).

Tahap ketiga adalah penguatan sumber daya manusia dan tata kelola eduwisata. Tahap ini dilaksanakan melalui workshop, diskusi, praktik, dan pendampingan kepada Pokdarwis serta calon pengelola. Kegiatan meliputi penyusunan struktur organisasi pengelola paket wisata, *job description*, mekanisme koordinasi, serta SOP pelayanan. Tokoh lintas agama dilibatkan untuk memberikan masukan mengenai substansi moderasi beragama dan etika kunjungan ke tempat ibadah. Penguatan tersebut dilakukan agar penyelenggaraan eduwisata secara bertahap dapat dikelola melalui kelembagaan lokal dengan pembagian tanggung jawab yang jelas. Keterlibatan dan peningkatan kapasitas masyarakat merupakan bagian penting dalam CBT karena keberlanjutan destinasi bergantung pada kemampuan masyarakat untuk mengelola sumber daya dan manfaat wisata secara mandiri (Goodwin & Santilli, 2009; Hanafi, 2024).

Tahap keempat adalah pengembangan pemasaran eduwisata. Setelah produk dan sistem pengelolaan disiapkan, tim mendampingi mitra dalam mengemas informasi destinasi menjadi media promosi online dan offline. Kegiatan meliputi penyusunan identitas dan pesan utama eduwisata, pembuatan katalog digital paket wisata, leaflet, dokumentasi foto dan video, serta pemanfaatan website desa dan media sosial. Strategi pemasaran digital dipilih karena dapat memperluas jangkauan pasar desa wisata, tetapi perlu disesuaikan dengan kebutuhan destinasi serta segmentasi target wisatawan (Nurmadewi et al., 2024).

Tahap kelima adalah implementasi, monitoring, evaluasi, dan tindak lanjut. Implementasi dilakukan melalui penerapan awal atau simulasi paket eduwisata untuk menilai kesesuaian alur kegiatan, kesiapan rumah *live in*, pembagian tugas pengelola, serta standar pelayanan. Monitoring dilakukan sepanjang kegiatan melalui observasi dan dokumentasi, sedangkan evaluasi dilaksanakan bersama mitra melalui diskusi reflektif terhadap proses dan capaian program. Hasil evaluasi digunakan untuk menyempurnakan paket dan menyusun tindak lanjut pengelolaan eduwisata setelah kegiatan pengabdian berakhir. Secara ringkas, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Data pelaksanaan program dikumpulkan melalui observasi, wawancara, FGD, dokumentasi, serta penilaian capaian program. Data kualitatif digunakan untuk menggambarkan kondisi awal, proses partisipasi masyarakat, perubahan tata kelola, serta pengalaman mitra selama pendampingan. Data kuantitatif digunakan untuk mendokumentasikan capaian terukur,

seperti jumlah peserta kegiatan, jumlah rumah *live in* yang disiapkan, jumlah paket wisata yang dihasilkan, struktur organisasi dan SOP yang tersusun, serta media promosi yang dihasilkan.

Keberhasilan kegiatan ditetapkan berdasarkan tiga kelompok indikator. Aspek produk dinilai dari tersusunnya paket *live in* eduwisata moderasi beragama dan kesiapan rumah *live in*. Aspek SDM dan kelembagaan dinilai dari terbentuknya struktur organisasi, pembagian tugas pengelola, dan SOP pelayanan. Aspek pemasaran dinilai dari tersedianya katalog digital, leaflet, serta kanal promosi yang dapat digunakan mitra. Ketercapaian indikator tersebut menjadi dasar untuk menilai kesiapan Desa Getas dalam melanjutkan pengembangan eduwisata moderasi beragama secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil Dan Pembahasan

Keberhasilan kegiatan ditetapkan berdasarkan tiga kelompok indikator. Aspek produk dinilai dari tersusunnya paket *live in* eduwisata moderasi beragama dan kesiapan rumah *live in*. Aspek SDM dan kelembagaan dinilai dari terbentuknya struktur organisasi, pembagian tugas pengelola, dan SOP pelayanan. Aspek pemasaran dinilai dari tersedianya katalog digital, leaflet, serta kanal promosi yang dapat digunakan mitra. Ketercapaian indikator tersebut menjadi dasar untuk menilai kesiapan Desa Getas dalam melanjutkan pengembangan eduwisata moderasi beragama secara mandiri dan berkelanjutan.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Getas menghasilkan sejumlah capaian yang mendukung terbentuknya rintisan eduwisata moderasi beragama berbasis masyarakat. Hasil program tidak hanya berupa peningkatan pemahaman mitra, tetapi juga keluaran konkret berupa paket wisata, kesiapan rumah *live in*, struktur organisasi pengelola, sarana pendukung pelayanan wisata, serta media pemasaran. Capaian tersebut diperoleh melalui tahapan kegiatan yang dilakukan secara berurutan dan saling terintegrasi, mulai dari pemetaan potensi hingga evaluasi dan tindak lanjut.

Persiapan dan Pemetaan Potensi Eduwisata Moderasi Beragama

Tahap awal program dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan koordinasi dengan Pemerintah Desa Getas, kepala dusun, tokoh masyarakat, serta masyarakat setempat. Kegiatan ini bertujuan memetakan potensi sosial, budaya, keagamaan, fasilitas pendukung, serta kondisi pengelolaan kegiatan *live in* yang telah berjalan. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa kekuatan utama Desa Getas terletak pada kehidupan masyarakat yang terdiri atas pemeluk Islam, Kristen, dan Buddha yang hidup berdampingan secara harmonis.

Potensi tersebut tidak hanya terlihat dari keberadaan masjid, gereja, dan vihara, tetapi juga dari praktik sosial masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi melalui gotong royong, kerja bakti, musyawarah desa, tradisi lokal, dan dukungan pada kegiatan lintas agama menunjukkan adanya pola hubungan sosial yang kuat antarkelompok. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa daya tarik utama Desa Getas bukan semata-mata objek fisik, tetapi pengalaman hidup dalam masyarakat multireligius yang harmonis. Praktik toleransi tersebut dapat dipahami sebagai bentuk modal sosial yang menghubungkan kelompok berbeda dan memperkuat kerja sama masyarakat (Putnam, 2000). Temuan ini juga sejalan dengan Pauzian et al. (2024), yang menunjukkan bahwa moderasi beragama pada tingkat komunitas dapat terwujud melalui sikap toleransi, penghargaan terhadap perbedaan, musyawarah, dan penerimaan terhadap budaya lokal.

Hasil pemetaan juga menunjukkan bahwa kegiatan *live in* sebenarnya telah berjalan sebelumnya. Namun, penyelenggaraan kegiatan masih didominasi oleh pihak yayasan dan belum berkembang secara optimal menjadi produk eduwisata yang dikelola secara mandiri oleh kelembagaan desa. Selain itu, pengalaman hidup lintas agama, tempat ibadah, tradisi lokal, dan aktivitas sosial masyarakat belum terintegrasi secara sistematis ke dalam paket wisata. Temuan tersebut menjadi dasar bahwa intervensi program tidak diarahkan untuk menciptakan kegiatan *live in* dari awal, melainkan untuk memperkuat dan mengembangkan praktik yang sudah ada menjadi produk eduwisata moderasi beragama yang lebih terstruktur.

Pendekatan ini relevan dengan prinsip *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pengembangan dan pemanfaatan kegiatan wisata (Goodwin & Santilli, 2009). Studi terbaru juga menunjukkan bahwa keberagaman sosial-keagamaan suatu komunitas dapat dikembangkan menjadi basis wisata multikultural yang berfungsi sebagai media pembelajaran nilai toleransi dan keberagaman (Prasetyo et al., 2025). Dengan demikian, hasil pemetaan menegaskan bahwa Desa Getas memiliki modal sosial dan potensi edukatif yang cukup kuat untuk dikembangkan menjadi rintisan eduwisata moderasi beragama.

Sosialisasi dan Pengembangan Produk Eduwisata

Tahap berikutnya dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang dilaksanakan pada 28 Juli 2026 di Kantor Desa Getas. Kegiatan tersebut diikuti oleh 40 peserta yang terdiri atas masyarakat, pengelola wisata, perangkat desa, dan perwakilan kepala dusun, serta dihadiri oleh Kepala Desa Getas dan Camat (Gambar). Keterlibatan berbagai unsur tersebut menunjukkan adanya dukungan pemerintah kecamatan, pemerintah desa, dan masyarakat terhadap pengembangan eduwisata moderasi beragama.

Sosialisasi digunakan untuk membangun kesamaan pemahaman mengenai konsep eduwisata, potensi toleransi Desa Getas, serta peran masyarakat dalam penyelenggaraan kegiatan *live in*. Kegiatan ini menekankan bahwa kehidupan toleran yang selama ini dipandang sebagai bagian dari keseharian masyarakat sebenarnya memiliki nilai edukatif yang dapat dikembangkan dan diperkenalkan kepada masyarakat di luar Desa Getas. Kehidupan lintas agama tersebut dapat dikemas menjadi pengalaman belajar yang tidak hanya bersifat observatif, tetapi juga memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk tinggal, berinteraksi, dan memahami praktik toleransi secara langsung.



Gambar 3. Sosialisasi program eduwisata moderasi beragama
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 28 Juli 2026)

Setelah kegiatan sosialisasi, program dilanjutkan dengan pendampingan sebagai tahap implementasi pengembangan eduwisata (Gambar 4). Pendampingan dilakukan secara partisipatif bersama pemerintah desa, Pokdarwis, dan masyarakat dengan berfokus pada tiga aspek utama, yaitu pengembangan produk wisata, penguatan tata kelola dan kelembagaan pengelola, serta pemasaran. Pada aspek produk, tim mendampingi mitra dalam mengidentifikasi

potensi wisata, menyusun paket dan *itinerary*, menentukan biaya dan harga paket, serta menyiapkan rumah warga sebagai tempat *live in*. Pada aspek kelembagaan, pendampingan diarahkan pada penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pengelola. Selanjutnya, pada aspek pemasaran, tim mendampingi penyusunan media promosi dan pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan paket eduwisata moderasi beragama kepada calon wisatawan. Dengan demikian, pendampingan menjadi tahap penting untuk menerjemahkan pemahaman yang diperoleh melalui sosialisasi menjadi produk, sistem pengelolaan, dan perangkat pemasaran yang dapat diterapkan secara langsung oleh mitra.

Konsep tersebut sejalan dengan *experiential learning*, yang menempatkan pengalaman konkret dan keterlibatan langsung sebagai bagian penting dalam proses pembelajaran (Kolb, 1984). Oleh karena itu, pengembangan paket wisata diarahkan agar pengunjung tidak hanya mengunjungi objek, tetapi memperoleh pengalaman langsung melalui interaksi sosial dan kehidupan masyarakat setempat.



Gambar 4. Pendampingan program eduwisata moderasi beragama
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Berdasarkan hasil pendampingan, tim bersama mitra kemudian menyusun tiga paket wisata (Gambar 5) yang memiliki variasi aktivitas, durasi, dan sasaran wisatawan. Pengembangan paket dilakukan melalui identifikasi daya tarik edukatif, penyusunan *itinerary*, penentuan kegiatan, serta pendampingan perhitungan biaya dan penetapan harga. Sasaran paket diarahkan antara lain kepada siswa sekolah, mahasiswa, komunitas, lembaga, dan masyarakat umum yang memiliki minat terhadap pembelajaran toleransi dan kehidupan lintas agama.

Penyusunan tiga paket tersebut menunjukkan adanya transformasi dari praktik *live in* yang sebelumnya belum terstruktur menjadi produk wisata yang memiliki aktivitas, durasi, fasilitas, serta struktur biaya dan harga yang lebih jelas. Hasil ini relevan dengan Palupi et al. (2024), yang menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata berbasis komunitas memerlukan integrasi antara potensi lokal, aktivitas masyarakat, paket wisata, dan homestay agar produk yang dihasilkan dapat ditawarkan secara lebih terstruktur.



Gambar 5. Tiga paket eduwisata moderasi beragama Desa Getas
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Selain pengembangan paket, tim juga melakukan penataan rumah warga yang digunakan sebagai tempat *live in*. Berdasarkan hasil identifikasi, terdapat 15 rumah warga yang siap digunakan untuk kegiatan live in. Jumlah tersebut melampaui target awal sebanyak 10 rumah sehingga tingkat ketercapaian pada aspek kesiapan rumah *live in* mencapai 150% dari target. Rumah-rumah tersebut kemudian dilengkapi dengan papan akrilik sebagai tanda pengenal, sehingga lebih mudah dikenali oleh pengunjung maupun pengelola.

Pada kegiatan sosialisasi tanggal 28 Juli 2026, tim juga menyerahkan beberapa sarana pendukung kegiatan wisata berupa megaphone dan mikrofon Bluetooth (Gambar 6). Peralatan tersebut digunakan untuk mendukung komunikasi pengelola ketika menerima dan mendampingi kelompok wisatawan. Penyerahan sarana tersebut menjadi bagian dari peningkatan kesiapan operasional mitra sehingga program tidak hanya menghasilkan pengetahuan, tetapi juga perangkat yang dapat digunakan secara langsung dalam pelayanan wisata.



Gambar 6. Penyerahan Papan identitas rumah live in Desa Getas dan sarana pendukung eduwisata moderasi beragama
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Penguatan SDM dan Tata Kelola Eduwisata

Pengembangan produk wisata selanjutnya diikuti dengan penguatan sumber daya manusia dan kelembagaan pengelola. Tahap ini menjadi penting karena keberadaan paket wisata dan rumah *live in* belum cukup menjamin keberlanjutan program apabila tidak didukung sistem pengelolaan dan pembagian tanggung jawab yang jelas.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa Pokdarwis telah terbentuk, tetapi aktivitasnya belum optimal dan kegiatan *live in* sebelumnya belum sepenuhnya terintegrasi dalam tata kelola wisata desa. Oleh karena itu, tim melakukan pendampingan untuk memperkuat kelembagaan pengelola eduwisata moderasi beragama. Salah satu hasil konkret dari kegiatan ini adalah tersusunnya struktur organisasi pengelola paket wisata eduwisata moderasi beragama Desa Getas (Gambar 7).

Struktur organisasi disusun bersama mitra dengan mempertimbangkan kebutuhan operasional paket wisata. Pembagian peran diarahkan pada fungsi-fungsi utama, seperti koordinasi kegiatan, penerimaan dan pendampingan wisatawan, pengelolaan rumah *live in*, pelaksanaan aktivitas wisata, komunikasi dengan tokoh lintas agama, serta pemasaran. Penyusunan struktur juga diikuti dengan penguatan pembagian tugas (*job description*) dan mekanisme koordinasi antar anggota pengelola.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa penguatan SDM tidak berhenti pada kegiatan sosialisasi, tetapi menghasilkan perangkat kelembagaan yang dapat digunakan langsung oleh mitra. Struktur organisasi menjadi fondasi dalam pengelolaan tiga paket wisata dan 15 rumah *live*

in yang telah disiapkan. Kejelasan pembagian peran juga penting untuk mengurangi ketergantungan pada individu atau pihak eksternal dan mendorong kemandirian masyarakat dalam mengelola destinasi.

Kondisi tersebut sejalan dengan prinsip CBT yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan wisata (Goodwin & Santilli, 2009). Asyifa et al. (2023) juga menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dan peningkatan kapasitas pengelolaan menjadi bagian penting dalam pengembangan desa wisata, sedangkan Hanafi (2024) menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dan keberlanjutan dalam pengelolaan destinasi berbasis komunitas.



Gambar 7. Proses Penyusunan Struktur organisasi pengelola eduwisata moderasi beragama Desa Getas
(Sumber; Dokumentasi Pribadi, 2026)

Pengembangan Pemasaran Eduwisata

Setelah produk wisata dan sistem pengelolaan mulai terbentuk, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan pada aspek pemasaran. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa potensi Desa Getas belum dipromosikan secara khusus sebagai eduwisata moderasi beragama. Informasi mengenai pengalaman *live in*, pilihan paket, aktivitas, fasilitas, dan keunikan Desa Getas juga belum tersedia dalam media promosi yang terstruktur.

Pendampingan pemasaran dilakukan melalui pengembangan media online dan offline. Tim membantu mitra dalam mengemas informasi mengenai identitas Desa Getas sebagai lokasi eduwisata moderasi beragama, pilihan paket wisata, pengalaman *live in*, potensi desa, kesenian, tradisi, UMKM, serta informasi kontak. Media promosi yang dikembangkan meliputi katalog digital dan leaflet paket wisata, serta pemanfaatan website desa dan media sosial sebagai kanal informasi.

Pendampingan pemasaran online diarahkan agar mitra mampu menggunakan media digital secara lebih mandiri. Hal ini penting karena keberlanjutan pemasaran tidak hanya bergantung pada tersedianya media promosi, tetapi juga pada kemampuan pengelola dalam memperbarui informasi dan mengomunikasikan paket secara konsisten. Nurmadewi et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar desa wisata, tetapi perlu disesuaikan dengan karakteristik destinasi serta segmentasi target wisatawan.

Katalog dan leaflet yang dihasilkan menjadi sarana penting untuk memperkenalkan paket wisata kepada sekolah, perguruan tinggi, komunitas, lembaga pemerintah, dan calon mitra lainnya. Dengan demikian, produk yang telah dikembangkan tidak berhenti pada tahap penyusunan, tetapi mulai memiliki alat komunikasi yang dapat digunakan untuk menjangkau calon wisatawan. Katalog/leaflet paket eduwisata moderasi beragama Desa Getas dapat di lihat pada Gambar 8.



Gambar 7. Katalog/leaflet paket eduwisata moderasi beragama Desa Getas (Sumber; Dokumen Pengabdian, 2026)

Implementasi, Monitoring, Evaluasi, dan Tindak Lanjut

Monitoring dilakukan sepanjang pelaksanaan program melalui observasi, dokumentasi, diskusi, dan penilaian terhadap capaian kegiatan. Evaluasi difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu produk, SDM dan kelembagaan, serta pemasaran.

Pada aspek produk, program berhasil menghasilkan tiga paket wisata dan mengidentifikasi 15 rumah live in yang siap digunakan. Capaian 15 rumah melampaui target awal sebanyak 10 rumah sehingga mencapai 150% dari target. Pada aspek SDM dan kelembagaan, program menghasilkan struktur organisasi pengelola paket wisata dan pembagian tugas yang menjadi dasar pengelolaan eduwisata secara lebih terstruktur. Pada aspek pemasaran, program menghasilkan katalog/leaflet paket wisata serta pendampingan pemasaran online.

Selain capaian tersebut, program juga menghasilkan sarana operasional berupa megaphone, mikrofon Bluetooth, dan papan akrilik identitas rumah *live in*. Ketersediaan perangkat tersebut memperkuat kesiapan masyarakat dalam menjalankan kegiatan wisata, baik dari sisi pelayanan maupun identifikasi fasilitas. Secara ringkas, capaian program dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Capaian Program Pengembangan Eduwisata Moderasi Beragama Desa Getas

Aspek	Kondisi Awal	Intervensi	Hasil/Capaian
Partisipasi mitra	Pemahaman mengenai Eduwisata belum terintegrasi	Sosialisasi dan diskusi bersama masyarakat dan pemangku kepentingan	40 peserta, dihadiri Camat, Kepala Desa, dan perwakilan kepala dusun
Produk wisata	Kegiatan *live in* telah ada, tetapi belum dikemas secara sistematis	Pendampingan penyusunan aktivitas, *itinerary*, biaya, dan Harga	3 paket wisata tersusun
Fasilitas *live in*	Rumah warga telah digunakan tetapi belum teridentifikasi secara seragam	Identifikasi dan papanisasi	15 rumah *live in* siap digunakan; 150% dari target
SDM dan kelembagaan	Pokdarwis telah terbentuk tetapi pengelolaan eduwisata belum terstruktur	Pendampingan tata kelola dan pembagian peran	Struktur organisasi pengelola dan *job description* tersusun
Sarana operasional	Sarana pendukung layanan masih terbatas	Penyediaan perangkat pendukung	Megaphone, mikrofon Bluetooth, dan papan akrilik identitas rumah *live in*
Pemasaran	Promosi eduwisata belum terstruktur	Pendampingan pemasaran online dan offline	Katalog/leaflet paket wisata dan media pemasaran digital tersedia

Hasil program menunjukkan bahwa intervensi pengabdian menghasilkan perubahan pada tiga level yang saling berkaitan, yaitu kesiapan produk, kesiapan pengelola, dan kesiapan pemasaran. Pada level produk, potensi toleransi dan pengalaman *live in* telah dikembangkan menjadi tiga paket wisata dengan dukungan 15 rumah warga. Pada level pengelolaan, struktur organisasi dan pembagian tugas mulai terbentuk sehingga pengelolaan tidak lagi hanya bergantung pada pihak eksternal. Pada level pemasaran, produk yang telah dikembangkan mulai didukung oleh katalog, leaflet, dan pemasaran digital.

Temuan utama kegiatan ini menunjukkan bahwa nilai strategis program tidak terletak pada penciptaan destinasi baru, melainkan pada transformasi modal sosial berupa toleransi dan kehidupan harmonis masyarakat menjadi pengalaman edukatif yang lebih terstruktur dan dikelola berbasis komunitas. Hasil ini mendukung gagasan bahwa potensi sosial-keagamaan dapat dikembangkan menjadi wisata multikultural yang memiliki fungsi edukatif (Prasetyo et al., 2025) dan bahwa pengembangan desa wisata akan lebih kuat ketika masyarakat terlibat dalam pengemasan produk, penyediaan fasilitas, serta pengelolaannya (Palupi et al., 2024).

Meskipun demikian, capaian program masih berada pada tahap rintisan. Keberlanjutan eduwisata memerlukan konsistensi pengelola dalam menjalankan struktur organisasi, memperbarui paket dan harga, menjaga kualitas rumah *live in*, mengelola media promosi, serta membangun jejaring dengan sekolah, perguruan tinggi, komunitas, dan lembaga lainnya. Pada tahap berikutnya, evaluasi juga perlu memasukkan indikator jumlah kunjungan, kepuasan wisatawan, tingkat keterlibatan masyarakat, serta manfaat ekonomi yang diterima warga agar perkembangan eduwisata dapat diukur secara lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, program pengabdian ini menunjukkan bahwa praktik toleransi dapat dikembangkan tidak hanya sebagai modal sosial yang perlu dipertahankan, tetapi juga sebagai sumber pembelajaran publik dan modal pengembangan desa. Integrasi antara pengembangan produk, penguatan kelembagaan, penyediaan fasilitas, dan pemasaran menjadi fondasi awal bagi Desa Getas untuk mengembangkan eduwisata moderasi beragama secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah mencapai tujuan pengembangan rintisan eduwisata moderasi beragama di Desa Getas melalui penguatan produk wisata, kapasitas dan kelembagaan pengelola, serta pemasaran eduwisata. Potensi toleransi dan kehidupan harmonis masyarakat lintas agama yang diidentifikasi pada tahap awal berhasil dikembangkan menjadi tiga paket eduwisata moderasi beragama, didukung oleh 15 rumah *live in* yang siap digunakan, sarana pendukung pelayanan wisata, serta struktur organisasi dan pembagian tugas pengelola yang lebih jelas. Penguatan aspek pemasaran juga menghasilkan media promosi online dan offline berupa katalog, leaflet, serta pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan paket eduwisata kepada calon wisatawan. Hasil tersebut menunjukkan adanya kesesuaian antara permasalahan dan tujuan yang dirumuskan dengan capaian program, sekaligus memperlihatkan bahwa praktik toleransi masyarakat Desa Getas dapat dikembangkan menjadi pengalaman edukatif dan potensi wisata berbasis masyarakat. Ke depan, pengembangan program dapat diarahkan pada perluasan jejaring pemasaran dan kemitraan, peningkatan kualitas layanan dan kapasitas pengelola, serta evaluasi terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan maupun dampak sosial-ekonomi eduwisata bagi masyarakat sebagai dasar pengembangan program dan kajian selanjutnya.

Referensi

Asyifa, N., Pratama, R. K., Andjanie, I. F., & Furqan, A. (2023). Pendekatan pariwisata berbasis masyarakat/community based tourism (CBT) di Desa Wisata Lumajang, Kabupaten Bandung. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), 10*(1), 220–253. https://doi.org/10.24843/JUMPA.2023.v10.i01.p09

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?* ICRT Occasional Paper No. 11. International Centre for Responsible Tourism.

Hanafi, M. (2024). Community based tourism dalam pengembangan desa wisata di Magelang. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi, 21*(1), 95–112. https://doi.org/10.21831/efisiensi.v21i1.72745

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Moderasi beragama*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama Republik Indonesia.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman pengembangan desa wisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.

Nurmadewi, D., Yuniati, S., Firdaus, M. V., & Rachman, I. M. (2024). Digital marketing as a tourism

village marketing strategy in East Java's Horseshoe Region. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 14*(1), 46–53. https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp46-53

OECD. (2011). *Perspectives on global development 2012: Social cohesion in a shifting world*.

OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/persp_glob_dev-2012-en

Palupi, S., Bahri, A. S., Aditantri, R., Baskoro, A., & Priyanto, S. H. (2024). Integration of community-based on tour packages to realize a sustainable tourism village: The case of Penadaran Tourism Village Grobogan Regency Central Java. *E-Journal of Tourism, 11*(1), 153–165. https://doi.org/10.24922/eot.v11i1.111366

Pauzian, M. H., Kuswana, D., & Hernawan, W. (2024). Implementation of religious moderation in Tolerance Village in Bandung City. *Jurnal Iman dan Spiritualitas, 4*(3), 229–238. https://doi.org/10.15575/jis.v4i3.34213

Prasetyo, K. B., Pramono, D., & Putri, N. A. (2025). Kampung Bhinneka: Developing a multicultural tourism village based on community religious diversity. *KARSA: Journal of Social and Islamic Culture, 33*(1), 389–420.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (Eds.). (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.