

PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PELATIHAN *GROWTH MINDSET*, MANAJEMEN KEUANGAN, DAN *DIGITAL BRANDING*

Viq Robi Ahmad Wardani^{1*)}, Anisa Handayani¹⁾, Mohammad Khasan¹⁾

¹ Program Studi Psikologi, Universitas Muria Kudus, Indonesia

*Corresponding Author: viqrobi852@gmail.com

Article Info

Article History:

Received December 1, 2025

Revised December 12, 2025

Accepted December 23, 2025

Keywords:

*Growth Mindset,
Manajemen Keuangan,
Digital Branding,
Desa Wisata
Pemberdayaan Masyarakat*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kandangmas, Kabupaten Kudus, dengan tujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata buatan Bendungan Logung. Permasalahan utama yang dihadapi desa ini meliputi keterbatasan inovasi, lemahnya tata kelola keuangan BUMDes, serta minimnya strategi promosi digital. Untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan dirancang melalui tiga bentuk pelatihan, yaitu *growth mindset*, manajemen keuangan, dan digital branding. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui workshop, diskusi kelompok terarah, serta praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan *growth mindset* mampu mendorong masyarakat lebih inovatif dalam mengidentifikasi dan mengembangkan potensi wisata; pelatihan manajemen keuangan meningkatkan kemampuan BUMDes dalam pencatatan dan penyusunan laporan keuangan secara transparan dan akuntabel; serta pelatihan digital branding untuk membekali Karang Taruna dengan keterampilan promosi wisata melalui media sosial. Secara keseluruhan, kegiatan ini memperkuat sinergi antara Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes sebagai tiga pilar pengelolaan wisata, sekaligus membangun fondasi pengembangan Desa Kandangmas sebagai desa wisata yang inovatif, profesional, dan berkelanjutan.

ABSTRACT

This community service activity was carried out in Kandangmas Village, Kudus Regency, with the aim of increasing the community's capacity to develop the potential of the Logung Dam's artificial tourism. The main problems facing this village include limited innovation, weak financial management of BUMDes (Village-Owned Enterprises), and a lack of digital promotion strategies. To address these challenges, the activities were designed through three forms of training: growth mindset, financial management, and digital branding. The implementation method used a participatory approach through workshops, guided group discussions, and hands-on practice. The results of the activities showed that growth mindset training was able to encourage the community to be more innovative in identifying and developing tourism potential; financial management training improved BUMDes' ability to record and prepare financial reports transparently and accountably; and digital branding training equipped Karang Taruna with skills in promoting tourism through social media. Overall, this activity strengthens the synergy between Pokdarwis, Karang Taruna, and BUMDes as the three pillars of tourism management, while also building the foundation for developing Kandangmas Village as an innovative, professional, and sustainable tourism village.

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



How to cite: Wardani, V. R. A., Handayani, A., & Khasan, M. (2025). PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PELATIHAN *GROWTH MINDSET*, MANAJEMEN KEUANGAN, DAN *DIGITAL BRANDING*. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 771-777. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i4.5125>

PENDAHULUAN

Desa Kandangmas yang terletak di Kabupaten Kudus memiliki potensi wisata buatan yang cukup menonjol, yaitu Bendungan Logung. Keberadaan bendungan ini bukan hanya berfungsi sebagai infrastruktur pengairan, melainkan juga telah berkembang menjadi destinasi wisata yang menarik perhatian masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar daerah (Hanifah et al., 2025). Aktivitas wisata yang telah berjalan, seperti perahu wisata dan *speedboat*, menjadi daya tarik utama yang kerap dikunjungi wisatawan pada akhir pekan maupun hari libur. Namun, potensi besar yang dimiliki Bendungan Logung belum sepenuhnya dikelola secara optimal oleh masyarakat setempat, ditunjukkan dengan keterbatasan inovasi dan promosi wisata yang masih minim. Pengelolaan wisata perlu adanya pendampingan yang khusus dalam meningkatkannya (Nurafifah et al., 2024).

BUMDes memiliki tugas utama dalam mengelola potensi desa wisata melalui tata kelola keuangan yang profesional, pengembangan inovasi atraksi, serta promosi digital yang efektif. Beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain keterbatasan inovasi dalam pengembangan atraksi wisata, kurangnya tata kelola keuangan yang profesional pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), serta minimnya strategi promosi digital yang mampu meningkatkan visibilitas wisata di era digital (Isnaeni & Yucha, 2025). BUMDes juga berperan dalam meningkatkan kapasitas masyarakat, menjaga keberlanjutan lingkungan, dan membangun jejaring kerja sama untuk mendukung keberlanjutan desa wisata. Dalam konteks pengembangan desa wisata, peran kelompok masyarakat sangatlah penting karena desa wisata berbasis komunitas menekankan partisipasi masyarakat sebagai penggerak utama keberlanjutan.

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) memiliki fungsi sebagai penggerak utama dalam menciptakan kesadaran masyarakat untuk mendukung pariwisata berkelanjutan. Karang Taruna, sebagai representasi generasi muda desa, memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata. Sementara itu, BUMDes berperan strategis dalam mengelola potensi ekonomi desa, termasuk pengelolaan destinasi wisata, agar memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat (Hanifah et al., 2025). Oleh karena itu, pemberdayaan kelompok menjadi kunci untuk memperkuat pengembangan Desa Kandangmas sebagai desa wisata (Rahmawati et al., 2025).

Salah satu aspek penting dalam penguatan kapasitas masyarakat adalah membangun pola pikir yang adaptif terhadap perubahan, yaitu *growth mindset*. Masyarakat dengan *growth mindset* diyakini mampu lebih terbuka terhadap tantangan, berinovasi, dan mencari solusi kreatif untuk mengembangkan potensi desa wisata (Sari et al., 2023). Hal ini juga ditegaskan oleh penelitian yang menunjukkan bahwa *growth mindset* meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam mengelola wisata berbasis komunitas (Rahmawati et al., 2025).

Di sisi lain, tata kelola keuangan yang baik pada BUMDes sangat diperlukan untuk menciptakan transparansi, akuntabilitas, serta keberlanjutan usaha wisata desa (Dina Rosari et al., 2025). Selain itu, digitalisasi keuangan semakin penting untuk efisiensi pencatatan, pelaporan, dan pengambilan keputusan keuangan desa wisata (Marichicha Puicha L Sianturi et al., 2025). Hal ini sejalan dengan peraturan pemerintah mengenai pengelolaan BUMDes sebagai badan hukum yang sah (PP No. 11 Tahun 2021).

Selanjutnya, strategi digital branding menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya tarik wisata di era teknologi informasi. Promosi melalui media sosial, pembuatan konten kreatif, dan citra digital yang kuat dapat memperluas jangkauan wisatawan sekaligus membangun identitas unik Desa Kandangmas sebagai desa wisata berbasis bendungan (Nurafifah et al., 2024). Penelitian lain juga menekankan bahwa branding digital yang partisipatif meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola media sosial wisata secara mandiri (Isnaeni & Yucha, 2025).

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang melalui tiga bentuk pelatihan, yaitu pelatihan *growth mindset*, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan *digital branding*. Pelatihan ini ditujukan untuk memperkuat peran Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes dalam mendukung pengembangan potensi wisata Bendungan Logung. Harapannya, kegiatan ini mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara inovatif, profesional, dan berkelanjutan (Supriyono & Adi Subagyo, 2024).

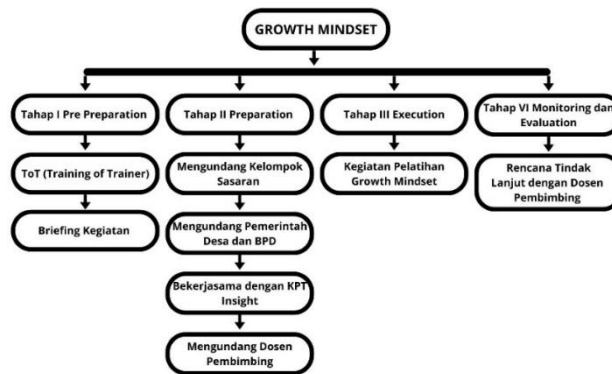
METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kandangmas, Kabupaten Kudus, dengan fokus pada pengembangan potensi wisata buatan Bendungan Logung. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*), serta praktik langsung. Pendekatan ini dipilih agar masyarakat sebagai kelompok sasaran tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga berperan aktif dalam proses identifikasi masalah, pencarian solusi, hingga merumuskan strategi pengembangan wisata desa.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahap utama, yaitu:

1. Pelatihan *Growth Mindset*

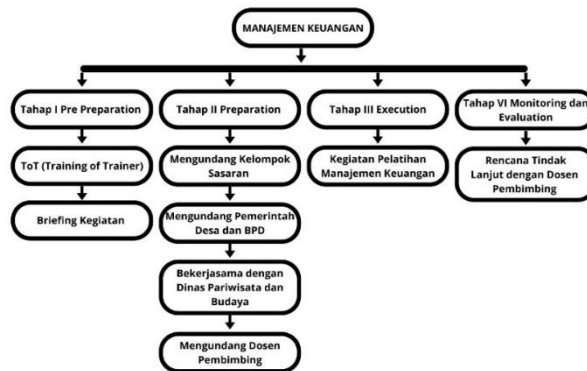
Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 28 Juli 2024 di Aula Balai Desa Kandangmas. Pelatihan diikuti oleh perwakilan Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes. Metode yang digunakan adalah penyampaian materi mengenai konsep *growth mindset* dan aplikasinya dalam pengembangan desa wisata, dilanjutkan dengan permainan kelompok dan diskusi. Peserta diajak untuk mengidentifikasi potensi wisata Bendungan Logung, mengembangkan ide inovasi, serta mempresentasikan hasil diskusi.



Gambatr 1. Metode Kegiatan *Growth*

2. Pelatihan Manajemen Keuangan

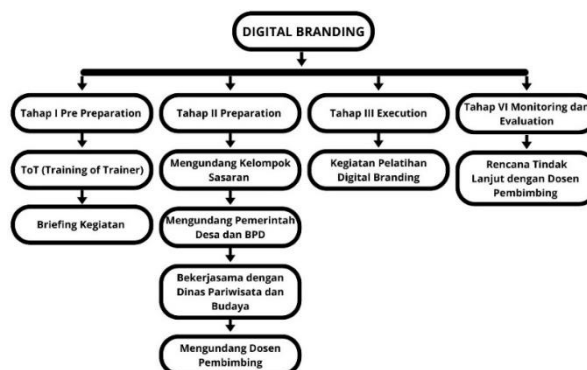
Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2024 di Aula Balai Desa Kandangmas dengan menghadirkan narasumber dari Tenaga Ahli Pemberdayaan Masyarakat (TAPM). Peserta utama adalah anggota BUMDes Kandangmas, dengan melibatkan pula Pokdarwis dan Karang Taruna. Metode pelaksanaan meliputi pemaparan konsep dasar akuntansi sederhana, praktik pencatatan keuangan BUMDes, serta diskusi mengenai regulasi pengelolaan BUMDes sesuai PP No. 11 Tahun 2021.



Gambatr 2. Metode Kegiatan Manajemen

3. Pelatihan *Digital Branding*

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2024 di Aula Balai Desa Kandangmas, dengan melibatkan Karang Taruna sebagai sasaran utama. Narasumber berasal dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus. Metode yang digunakan berupa penyampaian materi mengenai strategi digital branding, pembuatan konten kreatif untuk media sosial, dan diskusi kelompok tentang potensi promosi wisata Bendungan Logung. Peserta kemudian diberikan kesempatan untuk merancang konsep branding digital secara langsung sebagai latihan.



Gambatr 3. Metode Kegiatan *Digital*

Secara keseluruhan, tahapan kegiatan meliputi: (1) koordinasi dengan pemerintah desa, (2) persiapan materi dan narasumber, (3) pelaksanaan pelatihan, (4) diskusi kelompok dan praktik lapangan, serta (5) evaluasi hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung, dokumentasi, dan refleksi bersama kelompok sasaran. Dengan metode partisipatif ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan wisata Bendungan Logung secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kandangmas berfokus pada tiga bentuk pelatihan, yaitu *growth mindset*, manajemen keuangan, dan *digital branding*. Setiap pelatihan menyasar kelompok sasaran yang berbeda sesuai peran dan kebutuhan mereka dalam mendukung pengembangan wisata Bendungan Logung.

1. Pelatihan *Growth Mindset*

Pelatihan dilaksanakan pada 28 Juli 2024 dengan melibatkan perwakilan dari Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes. Materi yang diberikan mencakup konsep *fixed mindset* dan *growth mindset*, serta implikasinya dalam pengembangan desa wisata. Peserta mengikuti berbagai permainan kelompok untuk melatih kreativitas dan kerja sama, seperti membuat desain pengembangan potensi wisata Bendungan Logung menggunakan media sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengidentifikasi potensi desa, di antaranya wisata speedboat, homestay, potensi UMKM lokal (olahan keripik kencur, minuman herbal), serta peluang pengembangan ekowisata melalui pertanian dan kerajinan daur ulang sampah. Kegiatan ini mendorong peserta untuk melihat tantangan sebagai peluang, sehingga terbentuk kesadaran bahwa Bendungan Logung memiliki potensi yang luas untuk dikembangkan melalui inovasi.



Gambar 4. Dokumentasi Pelatihan *Growth Mindset*



Gambar 5. Hasil Pelatihan *Growth Mindset*

2. Pelatihan Manajemen Keuangan

Pelatihan dilaksanakan pada 10 Agustus 2024 dengan menghadirkan narasumber dari Tenaga Ahli Pemberdayaan Masyarakat (TAPM). Peserta utama adalah BUMDes, dengan partisipasi dari Pokdarwis dan Karang Taruna. Materi yang disampaikan meliputi dasar-dasar akuntansi sederhana, penyusunan laporan keuangan (neraca, laba rugi, arus kas, dan catatan ekuitas), serta mekanisme pertanggungjawaban keuangan BUMDes sesuai regulasi PP No. 11 Tahun 2021. Peserta juga mendapatkan pemahaman mengenai regulasi terbaru terkait BUMDes sebagai badan hukum. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman BUMDes Kandangmas dalam pencatatan transaksi keuangan ganda (double entry), penyusunan laporan keuangan, serta kesadaran akan pentingnya transparansi. Selain itu, muncul diskusi terkait langkah awal pembentukan Peraturan Desa (Perdes) untuk memperkuat peran BUMDes dalam mengelola wisata Bendungan Logung secara legal dan berkelanjutan.



Gambar 6. Dokumentasi Pelatihan Manajemen Keuangan

3. Pelatihan *Digital Branding*

Pelatihan dilaksanakan pada 22 Agustus 2024 dengan narasumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus. Fokus kegiatan adalah membekali Karang Taruna dengan keterampilan promosi wisata melalui media digital. Peserta mendapatkan pemahaman tentang strategi branding, pembuatan konten visual, serta pemanfaatan media sosial untuk menarik wisatawan. Output kegiatan adalah terbentuknya kader Karang Taruna yang siap menjadi pengelola akun promosi digital wisata Desa Kandangmas. Meski jumlah peserta yang hadir terbatas, kegiatan tetap memberikan hasil positif berupa meningkatnya kesadaran generasi muda mengenai pentingnya promosi digital dalam memperluas jangkauan pasar wisata.



Gambar 7. Dokumentasi Pelatihan *Digital Branding*

Pembahasan

Hasil dari ketiga pelatihan menunjukkan adanya sinergi yang dapat memperkuat pengembangan Desa Wisata Kandangmas. Pertama, pelatihan *growth mindset* berhasil mengubah pola pikir masyarakat agar lebih terbuka terhadap inovasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Dweck (2016) bahwa *growth mindset*

mendorong individu untuk terus belajar dan beradaptasi dengan tantangan, yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata yang dinamis. Masyarakat dengan pola pikir berkembang akan lebih mampu menemukan ide-ide kreatif, seperti pengembangan wisata speedboat, homestay, dan UMKM khas desa.

Kedua, pelatihan manajemen keuangan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kapasitas BUMDes dalam mengelola keuangan secara profesional. Pengelolaan keuangan yang baik tidak hanya meningkatkan akuntabilitas, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat dan pemerintah desa terhadap kinerja BUMDes. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniasih et al. (2019) yang menegaskan bahwa tata kelola keuangan desa yang transparan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha berbasis komunitas. Dalam konteks ini, BUMDes Kandangmas dapat menjadi pilar utama pengelolaan wisata Bendungan Logung dengan dukungan regulasi yang jelas.

Ketiga, pelatihan digital branding memperlihatkan peran penting generasi muda dalam mempromosikan desa wisata. Karang Taruna yang terlibat menunjukkan antusiasme untuk membuat konten digital, meskipun masih terbatas dalam jumlah peserta. Hal ini relevan dengan temuan Athiroh et al. (2022) bahwa promosi digital melalui media sosial merupakan strategi efektif untuk meningkatkan citra dan daya tarik desa wisata. Penguatan branding digital akan membantu Desa Kandangmas dikenal luas sebagai destinasi wisata berbasis bendungan, sekaligus menyaingi destinasi lain di wilayah sekitar.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan pemahaman baru bagi masyarakat Desa Kandangmas tentang pentingnya inovasi, tata kelola keuangan, dan promosi digital dalam pengembangan desa wisata. Keterlibatan Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes sebagai tiga pilar utama desa wisata menciptakan fondasi kolaboratif untuk pengelolaan Bendungan Logung yang lebih berkelanjutan. Tantangan ke depan terletak pada konsistensi penerapan ilmu yang diperoleh, memperluas partisipasi masyarakat, serta memperkuat regulasi desa agar pengelolaan wisata dapat berjalan dengan lebih legal dan profesional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kandangmas melalui pelatihan *growth mindset*, manajemen keuangan, dan *digital branding* berhasil meningkatkan kapasitas Pokdarwis, Karang Taruna, dan BUMDes dalam pengembangan wisata Bendungan Logung. Peserta memperoleh pemahaman tentang pentingnya inovasi dalam menciptakan atraksi wisata, tata kelola keuangan yang transparan dan akuntabel, serta strategi promosi digital yang efektif. Sinergi antara ketiga kelompok sasaran ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan pengelolaan desa wisata secara inovatif, profesional, dan berdaya saing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia atas dukungan pendanaan melalui Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa). Penghargaan yang sama juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Kandangmas, Kabupaten Kudus, serta seluruh mitra (Mitra 1, Mitra 2, dan Mitra 3) yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan kolaborasi selama penyelenggaraan kegiatan. Penulis juga berterima kasih kepada Tim PPK Ormawa BEM Psikologi Universitas Muria Kudus atas kerja sama, kontribusi aktif, dan komitmen yang sangat membantu terlaksananya program pelatihan *growth mindset*, manajemen keuangan, dan digital branding ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dina Rosari, O., Kusriani, O., Efraim Sembiring, J., & Pariwisata Medan, politeknik. (2025). MANAJEMEN KEUANGAN PENGELOLAAN HOMESTAY DI DESA WISATA SAMPE RAYA, BAHOROK, KABUPATEN LANGKAT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(8). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Hanifah, H. S., Harahap, E. F., Marlina, S., & Septiana, Y. (2025). Pengembangan Desa Wisata Melalui Digital Marketing, Inovasi Produk dan Tata Kelola Kelembagaan BUMDes di Kabupaten Garut. *Jurnal Algoritma*, 22(1), 982–992. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.22-1.2426>
- Isnaeni, F., & Yucha, N. (2025). STRATEGI BRANDING DIGITAL UNTUK DESA WISATA DI BANYUWANGI BERBASIS PENDEKATAN PARTISIPATIF DAN INOVASI LOKAL. *Semeru: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 188–196. <https://doi.org/10.55499/semeru.v2i1.1548>

- Marichicha Puicha L Sianturi, Aji Rahmansyah, Dadin Tajudin, Agus Salahudi, Reza Muhammad, Salsabila Esa Utami, & Masno Marjohan. (2025). Masa Depan Manajemen Keuangan Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 601–614. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4740>
- Nurafifah, S. A., Nurmandi, A., & Fridayani, H. dian. (2024). Peningkatan Digitalisasi Desa Wisata Melalui Branding Strategi di Indonesia. *Journal of Governance Innovation*, 6(2), 146–164. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v6i2.4661>
- Rahmawati, R., Maria, E., Pudjiastuti, W., Nita Aryani, D., Hariadi, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara, S. (2025). PENGUATAN GROWTH MINDSET UNTUK OPTIMALISASI PENGELOLAAN DESA WISATA BERKELANJUTAN DI TOYOMARTO, MALANG. In *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 13, Issue 1).
- Sari, N., Munandar, A., Kurniawan, M., & Ekonomi, F. (2023). SOSIALISASI MEMBANGUN GENERASI MUDA YANG UNGGUL DENGAN GROWTH MINDSET DI DESA TANJUNG BARU MELALUI SOSIALISASI PROGRAM KKN TEMATIK UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI. *Communnity Development Journal*, 4(4).
- Supriyono, O., & Adi Subagyo, S. (2024). PELATIHAN POLA PIKIR BERKEMBANG (GROWTH MINDSET) DALAM WIRSAUSAHA DIGITAL BAGI PELAKU UMKM BINAAN RUMAH BUMN KOTA BLITAR. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(1). <http://bajangjournal.com/index.php/JPM>