JURNAL PENGABDIAN KEOLAHRAGAAN DAN SAINS
JPKS
Volume 1, Nomor 2, (2025) pp. 11-19
ISSN: 3109-3698
https://ejurnalunsam.id/index.php/jpks

PELATIHAN MANAJEMEN PROMOSI *SPORT TOURISM* BERBASIS DIGITAL UNTUK PENINGKATAN WISATAWAN DAN EKONOMI MASYARAKAT GAYO LUES

Andi Nova[1]*, Julio Roberto[2], M. Anas Surimeirian[3], Ruhama Desy M[4], Afri Tantri[5]

[1,2,3]Program Studi Pendidikan Jasmani, FKIP, Universitas Samudra, Indonesia
[4]Program Studi Pendidikan Biologi, FKIP, Universitas Samudra, Indonesia
[5]Program Studi PJKR, FIK, Universitas Negeri medan, Indonesia
** Corresponding Author: andinova@unsam.ac.id*

ABSTRACT

Increasing tourist interest requires methods and strategies that can facilitate tourist access through digitally packaged promotions. This service aims to provide promotional management *training sport tourism* from students, village officials, the community and stakeholders totaling 38 people in Terangun District, Gayo Regency flexible. The training activities were carried out for 2 days with the PAR *(Participatory Action Research) training method*. The training activities provided direct experience to participants, starting from how to package interesting information and then turn it into information through social media and the village website. This activity includes (1) managing potential areas *sport tourism* designed through Canva and then posted on social media. (2) The use of social media and websites as a means of digital promotion that can be accessed globally. Furthermore, the community and village officials can independently promote tourist areas so that it has an impact on the increase in tourists who will visit Gayo Luwes. The results of the evaluation of the training activities showed that 38 participants responded that this training was useful and had practical value to be implemented so that it could promote *sport tourism* in Gayo Luwes.
.

Keywords: Gayo_Luwes; Manajemen; Promotion; Sport Tourism

ABSTRAK

Meningkatkan daya minat wisatawan diperlukan metode dan strategi yang dapat mempermudah akses wisatawan melalui promosi yang dikemas secara digital. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan manajemen promosi *sport_tourism* terdiri dari mahasiswa, perangkat desa, masyarakat dan steakholder yang berjumlah 38 orang di Kecamatan Terangun, Kabupaten Gayo luwes. Kegiatan pelatihan di lakukan selama 2 hari dengan metode pelatihan PAR *(Participatory Action Research)*. Kegiatan pelatihan memberikan pengalaman langsung kepada peserta mulai bagaimana mengemas informasi yang menarik kemudian jadikan informasi melalui media sosial dan webset desa. Kegiatan ini mencakup (1) mengelola daerah potensi *sport_tourism* didesain melalui Canva kemudian di ungguah di media sosial. (2) Penggunaan media sosial dan webset sebagai sarana promosi digital yang dapat di akses secara global. Selanjutnya masyarakat dan perangkat desa secara mandiri dapat mempromosikan daerah wisata sehingga berdampak naiknya wisatawan yang akan berkunjung di Gayo Luwes. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan menunjukkan 38 peserta memberikan tanggapan pelatihan ini bermanfaat dan mempunyai nilai kepraktisan untuk di implementasikan sehingga mampu mempromosikan *sport_tourism* di Gayo Luwes.

Kata Kunci: Gayo_Luwes; Manajemen; Sport_Tourism; Promosi

PENDAHULUAN

Provinsi Aceh mempunyai banyak potensi yang beragam dalam menawarkan olahraga pariwisata (*Sport Tourism)* berdasarkan potensi letak demografis dan keunikan

ARTICLE HISTORY
Submitted : 14 Oktober 2025
Accepted : 24 Oktober 2025
Published : 1 Desember 2025

sosial budaya masyarakatnya. Sebagian wilayah Aceh mulai dari Aceh bagian Timur, Aceh bagian Selatan dan Aceh bagian Tengah memiliki potensi alam yang dapat di manfaatkan menjadi olahraga pariwisata (Nova et al., 2023). Perkembangan pariwisata saat ini menjadi pendukung dan penyokong ekonomi nasional, begitu juga di Provinsi Aceh (Rangkuti et al., 2024). Pariwisata sangat erat kaitannya dengan olahraga karena berkaitan dengan olahraga rekreasi dengan bertujuan melakukan olahraga sambil berwisata.

Provinsi Aceh mempunyai potensi yang besar mengembangkan olahraga pariwisata khususnya Aceh bagian Tengah (Aceh Tengah, Gayo Luwes, Bener Meriah) (Nova et al., 2022). Masing-masing daerah mempunyai potensi mengembangkan olahraga pariwisata berdasarkan letak demografi dan sosial budaya. Daerah yang mempunyai potensi pariwisata unggulan selain Kab. Aceh Tengah adalah Kab. Gayo Luwes. Berdasarkan letak demografi Gayo luwes mempunyai potensi olahraga paralayang dan arung jeram yang terletak di Sungai alas yang menjadi venue pelaksanaan PON XXI Aceh-Sumut 2024. Potensi lain yang dapat menjadi daya minat *sport tourism* adalah sosial budaya seperti tari saman, berkuda yang selama ini menjadi ikon dari Gayo luwes. Daya tarik lain adalah wisata kopi yang merupakan bagian dari ikon Gayo luwes.

Daya minat wisata sangat dipengaruhi oleh bagaimana sistem manajemen dan promosi dari daerah wisata (Basyir & Mayasari, 2019), oleh karena itu promosi wisata yang dapat di akses secara global menjadi daya dukung *sport_tourism* di Gayo Luwes. Selama ini wisatawan yang datang ke Gayo luwes rata-rata wisatawan lokal yang berasal dari Aceh. Untuk Mendorong meningkatnya wisatawan tentunya diperlukan sebuah cara atau metode yang dapat menjadi daya tarik. Mendorong daya tarik olahraga wisata dapat dengan mempromosikan secara digital dengan jangkauan yang lebih luas dan tepat sasaran (Asgha & Novita, 2023). Selain media promosi, meningkatkan daya tarik wisatawan juga diperlukan sebuah langkah strategi manajemen promosi dan merekonstruksi sistem pengelolaan yang dapat dijadikan potensi olahraga wisata seperti olahraga arung Jeram, paralayang, haiking.

Selain potensi *sport tourism* dan budaya lokal potensi lain yang dapat mendorong wisatawan adalah wisata edukasi penyulingan minyak nilam dan minyak sereh yang menjadi komoditas unggulan nomor satu masyarakat Gayo Lues. Sehingga dari berbagai potensi yang di miliki Kabupaten Gayo Luwes perlu dikemas menjadi informasi yang menarik secara digital. Pelatihan manajemen promosi *Sport Tourism* berbasis digital adalah sebagai upaya menstabilkan wisatawan yang bukan tahunan tetapi stabil setiap tahunya. Jika manajemen promosi dapat di agendakan setiap tahun dengan berbagai kegiatan *sport tourism* dengan promosi yang baik maka dapat berdampak yang signifikan terhadap wisatawan dan perekonomian masyarakat Gayo Luwes.

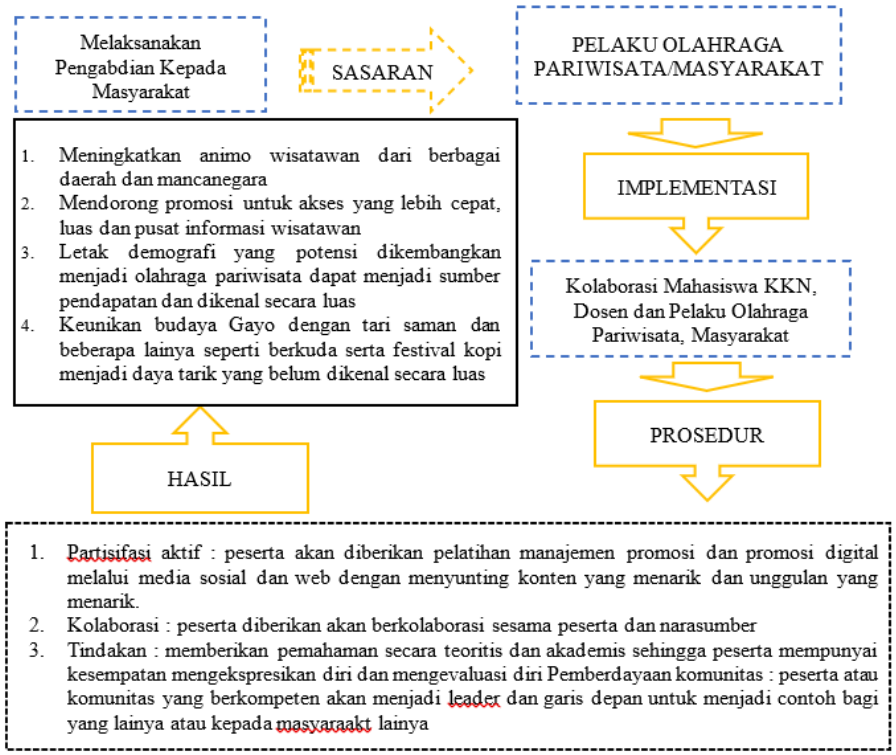
METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mencakup partisipasi aktif, Kolaborasi, Tindakan, dan Pemberdayaan Komunitas mengacu pada metodologi

pengabdian *Participatory Action Research* (PAR) (Rusli et al., 2024). Berikut ini uraian masing-masing metode kegiatan:

1. Partisipasi aktif : tahapan ini peserta akan diberikan pelatihan manajemen promosi dan promosi digital melalui media sosial dan web dengan menyunting konten yang menarik dan unggulan yang menarik.
2. Kolaborasi : tahapan ini peserta berkolaborasi dengan sesama peserta dan narasumber merancang informasi yang menarik untuk di unggah di media sosial dan webset.
3. Tindakan : tahapan ini memberikan pemahaman secara teoritis dan akademis sehingga peserta mempunyai kesempatan mengekspresikan diri dan mengevaluasi.
4. Pemberdayaan komunitas : tahapan ini peserta atau komunitas yang berkompeten akan menjadi leader dan garis depan untuk menjadi contoh pengelolaan *sport tourism*.

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan Pengabdian dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Alur dan Prosedur Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat di lakukan di tiga desa yaitu Desa Jabo, Desa Gewat dan Desa Rumpi Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues yang berlangsung

selama satu hari. Tiga desa yang di pilih menjadi lokasi Pengabdian adalah sebagai tindak lanjut daerah yang terintegrasi dengan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Reguler mahasiswa Universitas Samudra. Pengabdian melibatkan mahasiswa KKN yang nanti akan mendampingi pemuda desa, perangkat desa dan pelaku pariwisata dalam mengelola dan memanajemen pariwisata secara digital. Tujuan utama dari pelaksanaan pengabdian adalah bagaimana potensi pariwisata yang potensial di Kecaran Terangun Gayo lues dapat di eksplorasi dan mudah di akses oleh wisatawan.

Berdasarkan hasil pemetaan awal potensi desa terangun beberapa objek yang dapat dijadikan sport *sport tourism* adalah:

Tabel 1. Pemetaan *Sport_Tourism* Desa Terangun

No.	Daerah Wisata	Potensi
1	Puncak Terangun	Merupakan daerah ketinggian yang menawarkan pemandangan hijau di kelilingi pegunungan. Kecamatan Terangun merupakan salah daerah yang mendapat julukan negeri seribu bukit karena hampir wilayahnya perbukitan yang tinggi dan indah
2	Air Terjun Rerebe	Merupakan air terjun yang populer di Gayo dengan keindahan dan letaknya strategis di kelilingi pegunungan.
3	Objek wisata buatan	Kampung rekreasi, taman lokasana asri, taman tirta, wisata *out bond* Candi
4	Wisata Edukasi	Kecamatan terangun merupakan salah desa yang menghasilkan minyak nilam dan minyak sereh. Desa Jabo, Desa Gewat dan Desa Rumpi merupakan desa yang jaraknya dekat dengan pusat desa Terangun. Di tiga desa ini masyarakat rata-rata menjadi penanam pohon nilam dan sereh. Masyarakat juga menjadi penyuling minyak nilam dan sereh, aktivitas masyarakat ini dapat di jadikan wisata edukasi kepada wisatawan yang selama ini kurang mengetahui bahwa minyak nilam dan minyak sereh merupakan bahan baku pembautan parfum, kosmetik dan aroma terapi

Setelah melakukan pemetaan potensi objek wisata di Kecamatan Terangun, Tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan kepada peserta yang terdiri dari mahasiswa KKN, masyarakat dan perangkat desa dengan total peserta 38 peserta. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara runut dengan metode PAR yang dilakukan sebagai berikut.

1) Partisipasi aktif
   Semua peserta diberikan materi dengan demonstrasi dan diskusi aktif mengenai bagaimana metode promosi digital dengan pemanfaatan media promosi digital seperti Webset desa, sosial media (Facebook, Instagram, Tiktok) dan Youtube. Hasil analisis yang memetakan 4 indikator utama di kemas menjadi bahan konten

yang menarik dalam bentuk media promosi. Konten yang di kemas menarik menggunakan Canva. Peserta dikenalkan Canva yang dapat digunakan sebagai media editing membuat konten yang akan dipublikasikan Webset desa, sosial media (Facebook, Instagram, Tiktok) dan Youtube. Tujuan dari kegiatan ini semua potensi yang ada di 3 kecamatan mempunyai visual yang menarik sehingga dapat dijadikan promosi yang dapat di akses secara digital oleh wisatawan. Berikut ini kegiatan yang dilakukan pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Pemaparan Materi Dengan Metode *Participatory*

2) Kolaborasi
Setelah pemaparan materi yang disampaikan oleh TIM PKM dengan metode *Participatory* selanjutnya dilakukan kegiatan kolaborasi yang dilakukan oleh peserta. Pada tahapan ini peserta dibagi menjadi beberapa kelompok dan saling berkolaborasi saling memberikan masukan dan memaparkan masing-masing bahan yang sudah dibagi seperti a) Bagaimana membuat akun sosial media, b) Membuat akun Youtube, dan c) Bagaimana mengedit konten melalui Canva. Masing-masing akan saling memberikan masukan secara kolaboratif dengan durasi kurang lebih 90 menit. Kolaborasi ini memberikan informasi yang penting yaitu rata-rata mahasiswa menguasai materi pemasaran digital dan masyarakat serta perangkat desa memberikan informasi dan dokumentasi wisata yang akan dijadikan konten.
3) Tindakan
Bagian ini TIM PKM memberikan pemahaman secara teoritis dan akademis sehingga peserta mempunyai kesempatan mengekspresikan diri dan mengevaluasi diri. Selain evaluasi secara langsung melakukan diskusi dan pemberian umpan balik juga diberikan evaluasi kepada pelaksana kegiatan melalui kuesioner yang dibagikan kepada semua peserta kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata tanggapan peserta pelaksanaan kegiatan kategori sangat baik. Tujuan dari tahapan ini adalah memberikan informasi dari kegiatan yang dilakukan apakah relevan dengan topik kegiatan dan juga memberikan masukan kepada TIM PKM sehingga

kegiatan ini mempunyai dampak yang relevan terhadap semua peserta dan masyarakat sekitar.

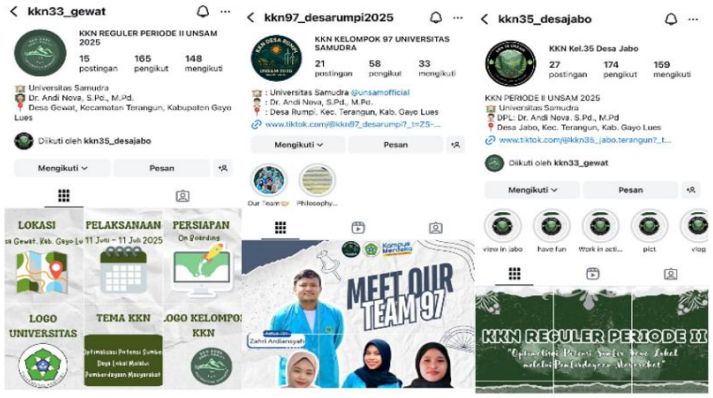
4) Pemberdayaan Komunitas

Tahap ini komunitas yang diberdayakan adalah komunitas masyarakat desa yang mengelola wisata lokal dan masyarakat yang berprofesi sebagai penyuling minyak nilam dan minyak sereh. Ketiga komunitas ini diharapkan dapat mempromosikan daerah masing-masing secara digital melalui media sosial dan media pendukung lainya secara digital sehingga dapat di akses secara online oleh semua masyarakat. Rangkaian kegiatan pelaksanaan kegiatan PKM dapat dilihat pada gambar 3 di bawah berikut ini.



Gambar 3. Rangkaian Kegiatan Pelatihan

Lanjutan dari pelatihan Manajemen pengembangan *Sport_Tourism* ini adalah nantinya akan di jalankan oleh mahasiswa KKN yang sudah dibekali untuk melanjutkan di desa masing-masing di lokasi KKN. *Output* pertama dari kegiatan pelatihan setiap kelompok KKN yang terdiri dari 3 kelompok di 3 desa akan menghasilkan minimal 1 akun promosi yang akan dijadikan media promosi digital. *Output* kegiatan dapat dilihat pada gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. *Output* Awal Kegiatan Pelatihan

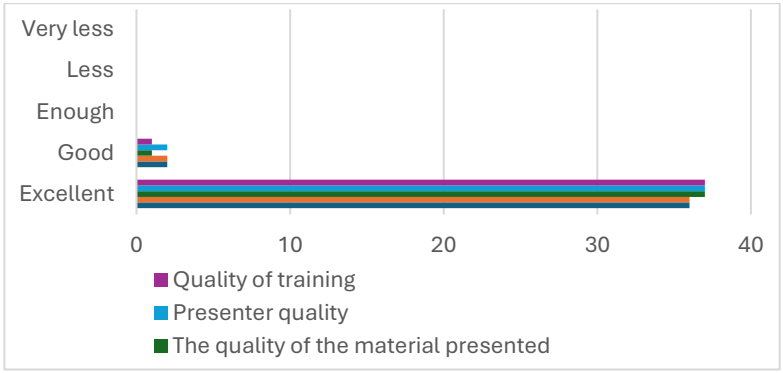
Output yang kedua dari hasil pelatihan peserta mengembangan satu webset desa yang akan digunakan sebagai sumber informasi *Sport_Tourism* dan informasi yang memuat berita desa. *Output* kegiatan dapat dilihat pada gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. *Output* Awal Kegiatan Pelatihan

Produk awal yang dihasilkan berupa *Output* pengembangan sarana promosi melalui media sosial menjadi hasil awal program pengabdian di desa Terangun. Setelah kegiatan pelatihan selesai, selanjutnya peserta yang terdiri dari mahasiswa, pemuda desa dan perangkat desa diberikan kuesioner untuk mengukur kegiatan yang dilakukan mempunya nilai praktis, kebermanfaatan dan keberlanjutan.

Berikut ini pada Gambar 5 disajikan hasil tracking kegiatan pengabdian.



Gambar 5. Evaluasi Aktivitas Kegiatan Pengabdian

Meningkatkan daya minat wisata diperlukan analisis mendalam dan penerapan strategi sehingga dapat mendorong minat wisatawan. Daya minat wisatawan menurun dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor informasi, akses dan objek wisata yang menjadi prioritas suatu daerah (Swesti, 2019). Faktor yang paling menonjol sehingga daya minat pariwisata kurang menarik dan tereksplor secara luar adalah kurangnya keberadaan informasi yang dapat di akses secara luas (Mulyati et al., 2018). Informasi pariwisata dapat meningkatkan daya minat seperti melalui webset, sosial media (Instagram, Facebook, tiktok, Twitter dan Youtube) sehingga dapat menjadi referensi wisatawan berkunjung (Marjulita, 2019).

Keberadaan sumber informasi menjadi kunci pemasaran *sport tourism* di daerah Kabupaten Gayo Luwes yang mempunyai potensi daya tarik wisata yang menarik. Peran pemerintah daerah dan *steakholder* perlu sinergi membentuk manajemen promosi

digital yang menarik. Manajemen promosi digital menjadi langkah promosi yang paling mudah dan cepat(Sakdiah et al., 2019). Promosi secara digital dapat dilakukan oleh semua masyarakat Gayo luwes sehingga dapat mendatangkan informasi baru untuk para wisatawan. Jika dengan adanya wisatawan yang datang secara signifikan secara otomatis akan meningkatkan ekonomi masyarakat Gayo luwes.

Kabupaten Gayo luwes memiliki banyak lokasi *sport tourism* yang potensial dikembangkan tidak hanya sebagai *sport tourism* tetapi juga wisata edukasi. Jika setiap desa dan masyarakat mampu mengelola serta mempromosikan dipastikan menjadi daya minat wisatawan tidak hanya lokal namun internasional (Karlina, 2019). Beberapa daerah yang menerapkan metode ini berhasil mendorong minat wisatawan dan mendorong perekonomian mensyaratnya seperti di danau toba (Siregar et al., 2018). Danau toba tidak hanya mempromosikan *sport tourism* dan pariwisata saja namun juga membuka akses melalui event berskala nasional dan internasional sehingga menghadirkan wisatawan.

Langkah di atas perlu diadopsi di Kabupaten Gayo luwes dengan mendorong *sport tourism* melalui promosi digital, event tahunan seperti tentang budaya Gayo, kuliner dan yang berkaitan dengan olahraga tentang alam (arung jeram, para layang dan olahraga ekstrem lainya) (Bintusy Syathi, 2020). Jika strategi ini diterapkan dan dapat diimplementasikan secara masif dengan didukung oleh pemerintah daerah, perangkat desa dan masyarakat dapat dijadikan sumber pendapatan baru masyarakat Gayo luwes. Namun dari hasil analisis kebutuhan selain faktor utama tentang promosi dan manajemen pemasaran yang kurang, faktor lain yang menjadi kurangnya daya minat wisata adalah akses perjalanan menuju Gayo luwes yang belum kondusif dan relatif rawan. Sehingga wisatawan di luar Aceh selain tidak mendapatkan informasi lokasi wisata juga terkendala akses transportasi. Pemerintah perlu mengambil bagian sehingga akses menuju Kabupaten Gayo Luwes dapat ditempuh lebih cepat, lebih aman dan nyaman.

KESIMPULAN

Pemasaran *sport tourism* melalui digitalisasi mendorong daya minat wisatawan dan perekonomian masyarakat Gayo Luwes. Pengabdian ini dilakukan di tiga desa di desa Jabo, desa Gewat dan desa Rumpi, peserta kegiatan melibatkan mahasiswa KKN, perangkat desa dan mensyarat yang berjumlah 38 orang. Pelatihan dilakukan sebagai upaya memberikan pemahaman dan mendorong masyarakat untuk dapat mempromosikan wisata lokal Gayo Luwes secara digital sehingga dapat diakses secara luas oleh wisatawan lokal, nasional dan internasional. Kabupaten Gayo Luwes mempunyai potensi yang dapat dikembangkan menjadi *sport tourism* yang di dukung dengan potensi demografi perbukitan, dataran tinggi, arung jeram dan wisata edukasi penyulingan minyak nilam dan minyak sereh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakah hibah internal Universitas Samudra yang terintegrasi dengan KKN periode II di Kabupaten Gayo Lues. Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Samudra

sebagai penyelenggara, Mahasiswa KKN dan perangkat Desa Jabo, Desa Rumpi dan Desa Gewat Kecamatan Teranggun Kab. Gayo Lues.

DAFTAR RUJUKAN

Asgha, A. Y., & Novita, S. (2023). Konsep Pengembangan Kawasan Pariwisata sebagai Upaya Meningkatakan Promosi Pariwisata di Provinsi Aceh. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, *6*(1), 1–8. https://doi.org/10.37278/artcomm.v6i1.612

Basyir, M., & Mayasari. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur Di Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, *4*(2), 199–213.

Bintusy Syathi, P. (2020). *Peran Pemerintah Terhadap Pengembangan Industri Kreatif Sektor Pariwisata (Studi Kasus : Kabupaten Aceh Tengah)*. *5*(1), 37–45.

Karlina, A. (2019). *Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam Di Kabupaten Aceh Jaya*. https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10165/

Marjulita, M. A. J. I. (2019). Pengelolaan Objek Wisata Aceh Jaya: Harapan dan Kenyataan Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Community:Pengawas Dinamika Sosial*, *5*(1), 85–93.

Mulyati, D., Khairiadi, K., Yana, S., & ... (2018). Pengembangan Potensi Wisata di Kota Banda Aceh Dengan Analisa SWOT. *Jurnal Serambi ...*, *III*, 292–298. http://www.jurnal.serambimekkah.ac.id/jse/article/view/440

Nova, A., Sinulingga, A. R., Syahputra, M., Fitria, Helmi, B., Aditya, R., Adi, S., Nofrizal, D., & Firmansyah, G. (2023). Analysis of Factors Affecting Policy Development of Achievement Sports in Aceh Province. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, *11*(5), 1121–1131. https://doi.org/10.13189/saj.2023.110521

Nova, A., Soegiyanto, Budiono, I., & Budi Raharjo, B. (2022). *Konsep Kebijakan Pembangunan Olahraga Daerah Untuk Mendukung Prestasi Olahraga Nasional*. ALBA Media Indonesia.

Rangkuti, Y. A., Setyawati, H., Hartono, M., & Hidayah, T. (2024). New model of sports tourism with sustainable tourism development to increase tourist arrivals in Central Aceh Regency, Indonesia. *Frontiers in Sports and Active Living*, *6*(July), 1–14. https://doi.org/10.3389/fspor.2024.1421363

Rusli, T. S., Boari, Y., Amelia, D., & Rahayu, D. (2024). *Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Sakdiah, S., Zulfadli, Z., & Sulaimasyah, S. (2019). Peran Objek Wisata Agusen Dalam Menambah Pendapatan Masyarakat (Studi Di Gampong Agusen Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo Lues). *Jurnal Al-Ijtimaiyyah*, *5*(1), 59. https://doi.org/10.22373/al-ijtimaiyyah.v5i1.5134

Siregar, R. A., Wiranegara, H. W., & Hermantoro, H. (2018). Pengembangan Kawasan Pariwisata Danau Toba, Kabupaten Toba Samosir (Toba Lake Tourism Area Development in Toba Samosir Regency). *Tata Loka*, *20*(2), 100–112.

Swesti, W. (2019). The Social-Cultural Impact of Tourism In Banda Aceh. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, *13*(2), 49–65.