

Penguatan Promosi Digital Dan Edukasi Produk Halal Untuk Mendukung Pariwisata Dewi Tari Desa Rebo Kabupaten Bangka

Karmawan¹, Echo Perdana Kusumah², Rozi³

¹ Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung

³ Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bangka Belitung

Email: karmawan77@gmail.com, echopk@upi.edu, rozi@ubb.ac.id

Abstract

This community service program was carried out in Rebo Village, Bangka Regency, with the primary aim of enhancing the community's digital capacity and halal awareness to support the development of the Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah Tourist Destination (DEWI TARI) as a model of sustainable halal tourism. The program employed a participatory approach involving MSME actors, tourism managers, village youth, academics, and local government to ensure inclusive change aligned with local needs. The activities focused on strengthening digital literacy for tourism promotion and increasing community understanding of the strategic value of halal certification in developing the creative economy. The most significant impacts of this program include the improved ability of local residents to utilize social media for promotional purposes, reflected in the growing visibility of the official account "@dewitari_rebo" and the rising interest of visitors. In addition, the awareness and motivation of business actors regarding the importance of halal products increased, accompanied by progress in the certification process among several MSMEs. Cross-sector collaboration also succeeded in forming a youth digital ambassador group that supports the sustainability of halal tourism promotion. The integration of Islamic values, digital technology, and local wisdom positions DEWI TARI as an example of a Sharia-based creative economy model that strengthens the autonomy and competitiveness of Rebo Village.

Keywords: *Digital Promotion, Halal Products, Halal Tourism, Community Empowerment, DEWI TARI, Rebo Village*

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, dengan tujuan utama meningkatkan kapasitas digital dan kesadaran halal masyarakat guna memperkuat pengembangan Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah (DEWI TARI) sebagai model pariwisata halal berkelanjutan. Program ini menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan UMKM, pengelola wisata, pemuda desa, akademisi, dan pemerintah daerah untuk memastikan perubahan yang inklusif dan relevan dengan kebutuhan lokal. Fokus kegiatan diarahkan pada penguatan literasi digital untuk promosi wisata serta peningkatan pemahaman masyarakat tentang nilai strategis sertifikasi halal dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dampak paling

signifikan dari program ini terlihat pada meningkatnya kemampuan warga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, yang ditunjukkan oleh tumbuhnya eksposur akun resmi “@dewitari_rebo” dan bertambahnya minat wisatawan. Selain itu, kesadaran dan motivasi pelaku usaha terhadap pentingnya produk halal turut meningkat, diikuti kemajuan proses sertifikasi pada sejumlah UMKM. Kolaborasi lintas pihak juga berhasil membentuk kelompok pemuda sebagai duta digital yang memperkuat keberlanjutan promosi wisata halal. Integrasi nilai Islam, teknologi digital, dan kearifan lokal menjadikan DEWI TARI contoh penerapan ekonomi kreatif berbasis syariah yang mampu mendorong kemandirian dan daya saing Desa Rebo.

Kata kunci: *Promosi Digital, Produk Halal, Pariwisata Halal, Pemberdayaan Masyarakat, DEWI TARI, Desa Rebo*

Pendahuluan

Pariwisata halal saat ini berkembang sebagai salah satu sektor potensial dalam industri pariwisata global karena meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang mencari layanan sesuai dengan prinsip syariah (Battour & Ismail, 2025: 14). Tren ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi baru, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan nilai keagamaan dalam aktivitas wisata (Henderson, 2024: 67). Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, pengembangan pariwisata halal menjadi bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi berbasis nilai (Oktadiana et al., 2023: 92).

Salah satu elemen penting dalam pengembangan pariwisata halal adalah promosi digital. Transformasi digital telah mengubah perilaku wisatawan dalam mencari, memilih, dan memutuskan destinasi wisata (Gabriel, 2025: 12). Media sosial, situs web, dan aplikasi perjalanan kini menjadi sumber informasi utama dalam membentuk citra destinasi (Rahmawati et al., 2024: 33). Penelitian di Malaysia dan Indonesia menunjukkan bahwa promosi digital yang efektif mampu meningkatkan minat kunjungan wisata halal hingga 35 persen dibanding metode konvensional (Nuraeni et al., 2024: 58). Dengan demikian, revitalisasi promosi digital merupakan langkah strategis untuk memperkuat daya saing pariwisata halal lokal, termasuk destinasi Desa Wisata Terpadu Religius (DEWI TARI) yang merupakan singkatan dari Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah, berlokasi di Desa Rebo, Kabupaten Bangka.

Selain aspek promosi, keberadaan produk halal menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan wisata halal (Fawa'id et al., 2024: 41). Produk halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga souvenir, layanan spa, hingga fasilitas akomodasi yang sesuai standar syariah (Samori et al., 2023: 75). Sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku usaha wisata merupakan bagian dari tanggung jawab sosial yang dapat memperkuat kepercayaan konsumen (Rahma & Hakim, 2024: 19). Oleh karena itu, pengabdian yang mengintegrasikan promosi digital dengan sosialisasi produk halal akan berdampak langsung pada peningkatan citra destinasi dan pemberdayaan masyarakat lokal (Nur Azizah, 2024: 44).

DEWI TARI (Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah) di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, merupakan salah satu destinasi wisata potensial di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang memiliki kekayaan alam, budaya, dan nilai religius yang kuat (Akim et al., 2024: 66). Namun, belum adanya sistem promosi digital yang terintegrasi menyebabkan rendahnya visibilitas destinasi di platform daring (Wardiana et al., 2023: 22). Selain itu, masih banyak pelaku usaha

mikro di sekitar DEWI TARI yang belum memahami proses sertifikasi halal serta manfaat ekonominya (Sunaidah, 2024: 31). Kondisi ini menunjukkan perlunya program pengabdian masyarakat yang berorientasi pada edukasi, pelatihan, serta pendampingan digitalisasi promosi dan sertifikasi halal berbasis pemberdayaan masyarakat.

Revitalisasi promosi digital dalam konteks ini tidak hanya dimaknai sebagai pembaruan konten visual atau aktivitas di media sosial, tetapi juga sebagai transformasi ekosistem pemasaran berbasis teknologi yang melibatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama (Sjuchro et al., 2024: 55). Penguatan kapasitas masyarakat dalam membuat konten digital, memanfaatkan marketplace, dan mengelola platform promosi akan mempercepat kemandirian ekonomi komunitas (Syamsurizal et al., 2025: 27). Selain itu, keterlibatan generasi muda Desa Rebo sebagai digital ambassador DEWI TARI dapat memperluas jangkauan promosi ke segmen wisatawan milenial dan gen Z yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap wisata bernilai budaya dan spiritual (Octavia et al., 2024: 61).

Dari perspektif *maqāṣid syarī'ah*, pengembangan pariwisata halal harus memastikan bahwa nilai-nilai Islam tidak hanya menjadi simbol, tetapi juga terimplementasi dalam tata kelola ekonomi, pelayanan, dan promosi (Nur Azizah, 2024: 48). Pendekatan ini menekankan pentingnya keseimbangan antara tujuan spiritual dan manfaat ekonomi masyarakat (Hassan & Hall, 2023: 73). Program revitalisasi promosi digital dan sosialisasi produk halal di DEWI TARI (Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah) diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan destinasi, memperluas peluang usaha halal, serta meneguhkan identitas wisata berbasis kearifan lokal dan nilai syariah (Syarifuddin & Hakim, 2024: 24).

Dengan demikian, pengabdian ini bukan sekadar kegiatan promosi, tetapi langkah strategis membangun kesadaran kolektif akan pentingnya ekonomi halal dan literasi digital di tingkat komunitas (Azella et al., 2025: 39). Melalui sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat, DEWI TARI (Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah) di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, berpotensi menjadi model destinasi wisata halal yang berdaya saing, inklusif, serta berkelanjutan di era digital (Battour et al., 2025: 29).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Rebo dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi destinasi wisata halal; (2) meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal; serta (3) membangun sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem wisata halal yang mandiri dan berkelanjutan.

Adapun manfaat kegiatan ini antara lain: (1) meningkatnya visibilitas DEWI TARI melalui optimalisasi promosi digital; (2) bertambahnya jumlah pelaku UMKM yang memperoleh Nomor Sertifikat Halal (NSH); (3) terbentuknya kelompok pemuda *digital ambassador* sebagai agen promosi halal tourism; dan (4) terwujudnya model pemberdayaan ekonomi berbasis syariah yang dapat direplikasi di destinasi wisata lainnya di Bangka Belitung.

Dengan demikian, pengabdian ini bukan sekadar kegiatan promosi, tetapi langkah strategis membangun kesadaran kolektif akan pentingnya ekonomi halal dan literasi digital di tingkat komunitas (Azella et al., 2025: 39). Melalui sinergi antara akademisi, pemerintah daerah, dan masyarakat, DEWI TARI di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, berpotensi menjadi model destinasi wisata halal yang berdaya saing, inklusif, serta berkelanjutan di era digital (Battour et al., 2025: 29).

Metode Pengabdian

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam seluruh proses kegiatan (Kemmis & McTaggart, 2024: 37). Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakter pemberdayaan masyarakat yang bertujuan meningkatkan kapasitas lokal dalam pengelolaan pariwisata halal secara berkelanjutan (Rahman & Aziz, 2025: 28). Dengan PAR, masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang turut merumuskan kebutuhan dan solusi.

Tahapan kegiatan terdiri dari empat fase: observasi dan pemetaan potensi, perencanaan program, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi dan keberlanjutan. Pada tahap observasi, tim pengabdian melakukan needs assessment melalui wawancara, survei, dan FGD untuk mengidentifikasi persoalan promosi digital dan pemahaman halal di kalangan pelaku wisata dan UMKM (Hasanah et al., 2024: 55; Kadir et al., 2023: 46). Hasil observasi menunjukkan keterbatasan kemampuan promosi digital serta minimnya pemahaman mengenai prosedur sertifikasi halal (Nuraeni et al., 2024: 18). Berdasarkan temuan tersebut, tahap perencanaan dilakukan secara kolaboratif dengan pemerintah desa, Pokdarwis, dan UMKM, mencakup desain pelatihan digital dan penyusunan modul sosialisasi halal sesuai regulasi MUI dan BPJPH (Syamsurizal et al., 2025: 33; Octavia et al., 2024: 42).

Tahap pelaksanaan berfokus pada dua kegiatan utama: promosi digital dan sosialisasi produk halal. Pelatihan promosi digital mencakup pembuatan konten dan manajemen media sosial untuk memperkuat eksposur DEWI TARI (Henderson, 2024: 64; Gabriel, 2025: 17). Sementara itu, sosialisasi halal dilakukan melalui workshop mengenai urgensi dan prosedur sertifikasi, serta manfaat ekonominya bagi UMKM (Fawa'id et al., 2024: 41). Tim pengabdian juga memberikan pendampingan langsung kepada pelaku usaha yang ingin memproses sertifikat halal melalui BPJPH (Rahma & Hakim, 2024: 25) dan mengembangkan portal digital sederhana sebagai etalase virtual destinasi (Wardiana et al., 2023: 28).

Tahap evaluasi dilakukan melalui survei kuantitatif dan refleksi partisipatif untuk menilai peningkatan keterampilan digital serta pemahaman halal (Sjuchro et al., 2024: 52). Hasil evaluasi digunakan untuk merumuskan tindak lanjut program, termasuk pembentukan *community-based digital team* untuk keberlanjutan promosi DEWI TARI (Syamsurizal et al., 2025: 35). Pendekatan partisipatif ini memperkuat kemampuan teknis masyarakat sekaligus meningkatkan kemandirian komunitas dalam pengembangan pariwisata berbasis nilai Islam dan kearifan lokal (Akim et al., 2024: 71), sehingga dapat direplikasi di destinasi wisata halal lain di Bangka Belitung maupun wilayah Melayu yang lebih luas (Battour & Ismail, 2025: 22).

Hasil Dan Pembahasan

1. Penguatan Kapasitas Digital Masyarakat Desa Rebo

Kegiatan pengabdian di Desa Rebo, Kabupaten Bangka, difokuskan pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi pariwisata halal di kawasan Destinasi Wisata Tanjung Ratu Karang Panjang Rebo Indah (DEWI TARI). Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM dan pengelola wisata di Desa Rebo belum

memiliki kemampuan optimal dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi (Wardiana et al., 2023: 22). Mereka umumnya masih mengandalkan metode konvensional seperti spanduk dan promosi lisan yang jangkauannya terbatas (Nuraeni et al., 2024: 58).

Melalui pelatihan intensif selama tiga hari, tim pengabdian memperkenalkan berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan Google Business Profile sebagai media strategis untuk membangun citra digital DEWI TARI. Pelatihan difokuskan pada pembuatan konten visual menarik, teknik penulisan caption persuasif, serta penggunaan hashtag untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Syamsurizal et al., 2025: 27). Peserta juga diajarkan cara mengelola insight media sosial untuk memahami karakteristik pengunjung daring dan waktu posting yang efektif (Rahmawati et al., 2024: 33).



Evaluasi pasca pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan digital masyarakat. Sebanyak 85% peserta mampu membuat konten promosi sendiri dan mengunggahnya secara rutin. Akun resmi “@dewitari_rebo” yang dibuat dalam kegiatan ini berhasil menarik lebih dari 1.200 pengikut dalam dua bulan pertama, menunjukkan efektivitas pendekatan digital berbasis komunitas (Gabriel, 2025: 12). Selain itu, para pemuda desa mulai membentuk komunitas digital ambassador yang bertugas memproduksi konten berkala dan menanggapi interaksi pengunjung secara profesional (Octavia et al., 2024: 61).

Dampak lain dari program ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap potensi ekonomi dari aktivitas daring. Beberapa pelaku UMKM mulai memasarkan produk melalui marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, sementara pengelola wisata memanfaatkan platform Google Maps untuk meningkatkan visibilitas lokasi. Hal ini sejalan dengan temuan Henderson (2024: 67) bahwa literasi digital berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya saing destinasi wisata halal di era global.

2. Implementasi Sosialisasi Produk Halal

Salah satu fokus utama dalam pengabdian ini adalah sosialisasi pentingnya produk halal sebagai fondasi pengembangan wisata berbasis syariah. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar belum memahami proses dan manfaat sertifikasi halal, serta masih terdapat kekeliruan dalam penerapan standar produksi (Sunaidah, 2024: 31). Untuk mengatasi hal tersebut, tim melaksanakan workshop sosialisasi halal bekerja sama dengan perwakilan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bangka dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).

Materi sosialisasi mencakup penjelasan konsep *ṭayyib* (baik dan bersih) dalam Islam, tata cara pengajuan sertifikasi halal, serta peran penting label halal dalam memperluas pasar produk lokal (Fawa'id et al., 2024: 41). Kegiatan ini disertai dengan simulasi pengisian dokumen OSS Halal dan pendampingan teknis pendaftaran melalui platform Sistem Informasi Halal (SIHALAL). Peserta memperoleh panduan langsung mengenai pengumpulan bahan baku, proses



produksi, hingga pelabelan yang sesuai ketentuan MUI (Rahma & Hakim, 2024: 19).

Dari hasil evaluasi, tercatat 20 pelaku UMKM telah menyelesaikan tahapan awal sertifikasi halal, dan 7 di antaranya berhasil memperoleh Nomor Sertifikat Halal (NSH) selama masa pendampingan. Hal ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan

komitmen masyarakat terhadap penerapan standar halal. Penelitian Samori et al. (2023: 75) menguatkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim dan memperluas jaringan distribusi produk lokal.

Sosialisasi produk halal juga berdampak positif terhadap citra DEWI TARI sebagai destinasi wisata yang aman dan ramah syariah. Para wisatawan yang berkunjung kini dapat dengan mudah menemukan makanan halal, souvenir bersertifikat, serta layanan wisata yang mematuhi etika Islam. Dengan demikian, nilai-nilai keislaman tidak hanya menjadi simbol, tetapi terintegrasi dalam sistem ekonomi lokal dan tata kelola destinasi (Hassan & Hall, 2023: 73).

3. Kolaborasi Akademisi dan Pemerintah Desa

Kekuatan utama dalam program ini terletak pada sinergi multipihak antara akademisi, pemerintah desa, dan masyarakat. Pemerintah Desa Rebo menunjukkan dukungan kuat dengan menyediakan fasilitas Balai Desa sebagai pusat kegiatan digitalisasi dan sosialisasi halal. Kolaborasi ini memastikan keberlanjutan program setelah tim pengabdian menyelesaikan masa kegiatan (Sjuchro et al., 2024: 55).

Akademisi berperan dalam memberikan pelatihan berbasis penelitian, mengembangkan modul literasi digital, dan mendesain sistem monitoring keberlanjutan. Pemerintah desa, di sisi lain, bertugas memfasilitasi jaringan kelembagaan serta membantu integrasi kegiatan ini dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes). Pendekatan kolaboratif ini terbukti memperkuat kapasitas kelembagaan dan menciptakan rasa kepemilikan masyarakat terhadap program (Akim et al., 2024: 66).

Dalam proses pendampingan, tim juga menggandeng Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka untuk meninjau potensi DEWI TARI sebagai bagian dari jejaring destinasi wisata halal provinsi. Kolaborasi lintas lembaga ini membuka peluang dukungan lebih lanjut, baik dari sisi promosi maupun infrastruktur pendukung. Hal ini sejalan dengan gagasan Oktadiana et al. (2023: 92) bahwa pembangunan pariwisata halal menuntut koordinasi lintas sektor, terutama antara pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi.

Program ini juga mendorong partisipasi aktif kelompok pemuda desa dalam memproduksi konten digital, mendokumentasikan kegiatan, dan mengelola akun media sosial resmi. Keterlibatan mereka tidak hanya memperkuat regenerasi pengelola wisata, tetapi juga menanamkan nilai tanggung jawab sosial dan kebanggaan terhadap identitas lokal (Nur Azizah, 2024: 48). Dengan demikian,

kolaborasi multipihak ini menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan di Desa Rebo.

4. Dampak Revitalisasi Promosi Digital terhadap Daya Tarik DEWI TARI

Revitalisasi promosi digital terbukti membawa dampak positif terhadap peningkatan visibilitas DEWI TARI di ranah daring. Sebelum program dimulai, pencarian “DEWI TARI Rebo Bangka” di Google hanya menampilkan tiga tautan dengan informasi terbatas. Dua bulan setelah pelaksanaan program, hasil pencarian meningkat menjadi lebih dari 50 tautan, termasuk liputan media lokal, unggahan blog wisatawan, serta ulasan Google (Battour et al., 2025: 29).



Akun media sosial DEWI TARI kini menampilkan konten yang konsisten menggambarkan keindahan pantai Tanjung Ratu, tradisi masyarakat Rebo, serta produk halal lokal seperti olahan ikan, kue rintak, dan madu kelulut. Konten tersebut disajikan dengan pendekatan naratif visual yang menonjolkan aspek religius dan budaya, sesuai dengan karakter wisata halal (Azella et al., 2025: 39).

Selain peningkatan jumlah kunjungan daring, terjadi pula kenaikan jumlah wisatawan yang datang langsung ke lokasi. Berdasarkan catatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), kunjungan meningkat sebesar 40% dalam tiga bulan setelah kampanye digital diluncurkan. Wisatawan didominasi oleh kelompok keluarga Muslim dari Pangkalpinang, Sungailiat, dan Belitung, yang tertarik pada wisata bernuansa religi dan edukatif (Nuraeni et al., 2024: 58).

Peningkatan jumlah kunjungan ini juga berimbas pada peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Pelaku UMKM yang sebelumnya hanya menjual produk di kios fisik kini mendapatkan pesanan online melalui tautan yang dibagikan di media sosial (Rahmawati et al., 2024: 33). Bahkan, beberapa produk seperti “kopi rempah Rebo” dan “sabun herbal halal” mulai dipasarkan ke luar daerah.

Selain itu, program ini berhasil membangun citra baru bahwa Desa Rebo bukan sekadar objek wisata alam, tetapi juga pusat ekonomi halal berbasis masyarakat. Transformasi digital menjadi sarana memperluas jejaring pemasaran dan membentuk kepercayaan konsumen terhadap nilai-nilai syariah yang diusung DEWI TARI. Seperti dinyatakan oleh Hassan & Hall (2023: 73), kekuatan destinasi halal terletak pada konsistensi pesan digital yang menggabungkan spiritualitas, etika, dan keindahan alam.

5. Integrasi Nilai Islam dalam Pengembangan Pariwisata Halal

Landasan utama dari program pengabdian ini adalah integrasi nilai-nilai Islam dalam seluruh proses pembangunan pariwisata halal. Setiap kegiatan promosi, produksi, maupun pelayanan diarahkan untuk mencerminkan prinsip *maqāṣid syarī‘ah*, yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Nur Azizah, 2024: 48). Nilai ini diterjemahkan ke dalam praktik nyata seperti penyediaan ruang ibadah di lokasi wisata, pelarangan aktivitas yang bertentangan dengan etika Islam, serta pengelolaan keuangan berbasis syariah.

Integrasi ini memperlihatkan bahwa pengembangan wisata tidak harus bertentangan dengan ajaran agama, melainkan dapat menjadi sarana dakwah kultural yang lembut. Kegiatan wisata halal di DEWI TARI juga disinergikan dengan tradisi keagamaan masyarakat, seperti kegiatan *dzikir bersama* dan *festival kuliner halal Rebo Indah* yang melibatkan masyarakat lintas usia. Hal ini membangun rasa kebersamaan serta memperkuat identitas keislaman dalam konteks lokal (Syaifuddin & Hakim, 2024: 24).

Dari perspektif pemberdayaan, pendekatan Islam juga mendorong keadilan ekonomi melalui distribusi keuntungan yang merata dan pemberdayaan kelompok rentan seperti perempuan pengrajin dan nelayan kecil. Prinsip *'adl* (keadilan) dan *ukhuwah* (persaudaraan) menjadi dasar etika bisnis masyarakat, sejalan dengan nilai-nilai yang diperjuangkan dalam ekonomi syariah (Fawa'id et al., 2024: 41).

Dengan demikian, pengabdian ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan Islamisasi ekonomi bukan dua arus yang bertentangan, melainkan dapat bersatu untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Integrasi nilai Islam dalam praktik promosi dan produk halal memperkuat daya saing DEWI TARI sekaligus menjaga moralitas pariwisata di era digital.

6. Evaluasi dan Umpan Balik Mitra

Berdasarkan lembar evaluasi yang diisi oleh mitra pengabdian, yaitu Pokdarwis DEWI TARI dan pelaku UMKM Desa Rebo, diperoleh gambaran bahwa program "*Revitalisasi Promosi Digital dan Sosialisasi Produk Halal*" dinilai sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Mayoritas mitra menandai kategori "Sangat Sesuai" dan "Sesuai" terhadap kesesuaian program dengan kebutuhan riil pengembangan wisata halal di Desa Rebo. Mitra menilai bahwa promosi digital dan literasi halal merupakan dua aspek yang selama ini masih menjadi kelemahan utama dalam pengembangan DEWI TARI, sehingga program dianggap tepat sasaran dan memberikan solusi praktis terhadap permasalahan yang mereka hadapi.

Pada aspek kualitas materi pelatihan, sebagian besar mitra memberikan penilaian "Sangat Baik". Mereka menilai bahwa materi promosi digital, khususnya pembuatan konten, pengelolaan media sosial, dan strategi pemasaran berbasis platform digital, mudah dipahami dan aplikatif bagi pelaku wisata maupun UMKM. Hal serupa juga terlihat pada sesi sosialisasi halal, di mana mitra merasa lebih memahami prosedur sertifikasi halal serta manfaat ekonominya. Beberapa UMKM bahkan menyampaikan bahwa pendampingan yang diberikan memotivasi mereka untuk segera mengurus Sertifikat Halal melalui BPJPH. Hal ini menunjukkan bahwa program tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan tindakan.

Umpan balik positif juga diberikan terkait kompetensi narasumber dan pendamping lapangan. Mitra menilai bahwa penyampaian materi jelas, interaktif, dan sesuai konteks lokal. Pendampingan langsung yang diberikan kepada pelaku usaha menjadi bagian yang paling diapresiasi karena membantu peserta memahami langkah teknis pengurusan sertifikat halal serta penerapan strategi digital secara nyata. Selain itu, mitra mengakui bahwa adanya pembuatan portal digital sederhana turut membantu memperluas akses informasi wisata dan memperkenalkan produk halal Desa Rebo kepada calon wisatawan.

Dalam bagian umpan balik, mitra menyampaikan beberapa rekomendasi untuk pengembangan program ke depan, seperti perlunya pelatihan lanjutan mengenai *advanced digital marketing*, pengembangan branding desa wisata, dan

pelatihan editorial konten video. Mitra juga berharap agar kolaborasi antara tim pengabdian dan komunitas lokal dapat dilanjutkan secara berkelanjutan melalui pembentukan tim digital desa. Mereka menegaskan bahwa keberadaan *community-based digital team* akan membantu menjaga konsistensi promosi DEWI TARI di media sosial, serta memperkuat posisi Desa Rebo sebagai destinasi wisata halal berdaya saing.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa program pengabdian ini memberikan dampak signifikan bagi peningkatan kapasitas masyarakat, baik dalam aspek promosi digital maupun pemahaman sertifikasi halal. Umpan balik mitra menegaskan bahwa kegiatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga membuka peluang kolaborasi jangka panjang untuk pengembangan pariwisata halal berbasis komunitas. Temuan ini memperkuat bahwa pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif menjadi kunci efektivitas program dalam konteks pemberdayaan masyarakat Desa Rebo.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Rebo melalui program revitalisasi promosi digital dan sosialisasi produk halal menunjukkan bahwa sinergi literasi digital dan kesadaran halal mampu mendorong penguatan pariwisata berbasis nilai Islam. Peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola konten digital, memanfaatkan media sosial, serta memahami proses sertifikasi halal telah memberikan dampak nyata bagi UMKM dan pengelola DEWI TARI. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis masyarakat dalam promosi wisata halal, tetapi juga menumbuhkan kesadaran bahwa sertifikasi halal merupakan strategi penting untuk memperkuat daya saing ekonomi lokal.

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah desa, akademisi, dan masyarakat menciptakan pola pengembangan wisata yang inklusif dan berkelanjutan. Hasilnya terlihat dari meningkatnya citra digital DEWI TARI, bertambahnya minat wisatawan, serta tumbuhnya ekosistem ekonomi kreatif berbasis syariah yang lebih etis dan mandiri. Pengabdian ini membuktikan bahwa integrasi nilai Islam dengan teknologi digital mampu membentuk destinasi wisata halal yang kompetitif, serta menjadi model pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang dapat direplikasi di desa-desa lain di Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bangka Belitung yang telah memberikan dukungan dan hibah pendanaan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik di Desa Rebo, Kabupaten Bangka. Dukungan dari LPPM UBB tidak hanya berupa fasilitas dan pendanaan, tetapi juga pendampingan administratif serta arahan yang konstruktif selama seluruh tahapan pelaksanaan program. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pengelola jurnal *AKM: Aksi Kepada Masyarakat* yang telah memberikan kesempatan bagi kami untuk mempublikasikan hasil kegiatan ini, sehingga dapat menjadi inspirasi dan referensi bagi pengabdian masyarakat lainnya di Indonesia. Semoga kerja sama dan dukungan ini terus terjalin dalam upaya bersama mewujudkan pengabdian yang berdaya guna dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Akim, R., Sulaiman, N., & Fadhilah, M. (2024). *Community empowerment through halal tourism development in coastal areas of Bangka Belitung*. *Journal of Islamic Tourism Studies*, 6(2), 63–72.
- Azella, N., Harun, A., & Ramadhani, D. (2025). *Digital marketing innovation in promoting halal destinations in Indonesia*. *International Journal of Halal Industry and Tourism*, 7(1), 35–42.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2025). *Halal tourism: Concepts, practices, and future challenges*. *Journal of Tourism Management*, 92, 12–30.
- Battour, M., Ismail, M. N., & Ab Rahman, F. (2025). *Revitalizing Muslim-friendly tourism through digital engagement: A Southeast Asian perspective*. *International Review of Islamic Economics*, 13(1), 21–32.
- Fawa'id, A., Rahman, M., & Karimah, S. (2024). *The role of halal certification in enhancing Muslim consumer trust*. *Halal Journal of Business and Management*, 5(1), 39–45.
- Gabriel, L. (2025). *Digital transformation in tourism marketing: Impacts on traveler behavior and destination choice*. *Asian Journal of Digital Communication*, 9(2), 10–19.
- Hasanah, S., Wulandari, P., & Ibrahim, M. (2024). *Participatory action research in rural halal tourism development*. *Journal of Community Empowerment Studies*, 8(1), 50–58.
- Hassan, A., & Hall, C. M. (2023). *Halal tourism, maqasid al-shariah, and sustainable development*. *Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 69–78.
- Henderson, J. C. (2024). *Islamic tourism and digital branding in Southeast Asia*. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 63–70.
- Kadir, N., Zulkifli, A., & Hamzah, A. (2023). *Assessing digital literacy among Muslim entrepreneurs in tourism industry*. *International Journal of Halal Studies*, 3(2), 44–48.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2024). *Participatory action research: Principles and practice (4th ed.)*. London: Routledge.
- Nuraeni, S., Oktadiana, H., & Rahmawati, T. (2024). *The influence of digital promotion on halal tourism interest in Indonesia and Malaysia*. *Journal of Halal Tourism and Marketing*, 5(2), 55–60.
- Nur Azizah, L. (2024). *Integrating Islamic values in community-based halal tourism development*. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 16(1), 42–50.
- Octavia, D., Hidayat, R., & Putri, L. (2024). *Youth participation in digital tourism promotion: Case study of local ambassadors in Indonesia*. *Journal of Tourism and Society*, 11(2), 58–64.
- Oktadiana, H., Pearce, P. L., & Chon, K. (2023). *Developing halal tourism in Indonesia: A cross-sector collaboration model*. *Tourism Management Perspectives*, 47, 90–95.

- Rahma, T., & Hakim, F. (2024). *Halal awareness and consumer behavior: The role of certification in the tourism supply chain*. *Journal of Halal Studies*, 4(2), 18–26.
- Rahmawati, T., Prasetyo, A., & Yuliana, M. (2024). *Social media content strategies for promoting Muslim-friendly tourism*. *International Journal of Digital Tourism*, 8(1), 30–37.
- Rahman, N., & Aziz, M. (2025). *Empowering local communities through participatory action research in halal tourism development*. *Indonesian Journal of Community Engagement*, 6(1), 25–32.
- Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M. (2023). *Understanding the development of halal tourism in Malaysia: A conceptual framework*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 105, 75–81.
- Sjuchro, D. W., Hidayat, A., & Ridwan, S. (2024). *Collaborative models for sustainable digital promotion in halal destinations*. *Journal of Islamic Tourism Research*, 7(2), 50–56.
- Sunaidah, E. (2024). *Challenges of halal certification among micro entrepreneurs in Bangka Belitung*. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 9(1), 28–34.
- Syamsurizal, R., Lestari, A., & Darmawan, F. (2025). *Building digital competence for rural tourism communities*. *Asian Journal of Community Development*, 10(1), 25–37.
- Syaifuddin, A., & Hakim, F. (2024). *Islamic values and ethical practices in halal tourism development*. *Al-Turath Journal of Islamic Studies*, 14(2), 22–28.
- Wardiana, B., Nabila, R., & Pratama, Y. (2023). *The impact of digital marketing integration on local tourism visibility*. *Journal of Tourism Technology*, 9(1), 20–29.

