

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NTB MELALUI PELATIHAN BAHASA KOREA DAN DIGITALISASI USAHA UNTUK MENINGKATKAN PARIWISATA DAN UKM

**Ida Bagus Ketut Widiartha^{1,2}, Budi Irmawati^{1,2}, I Gede Pasek Suta Wijaya^{1,2},
I Wayan Agus Arimbawa^{1,2}, Moh. Ali Albar, Santi Ika Murpratiwi¹, Dirga Jayusman¹,
Destia Suhada².**

¹*Program Studi Teknik Informatika, Universitas Mataram*

²*Program Magister Teknologi Informasi, Universitas Mataram*

Jalan Majapahit No 62, Mataram

Alamat korespondensi: widi@unram.ac.id

ABSTRAK

Nusa Tenggara Barat (NTB) menunjukkan potensi signifikan dalam sektor pariwisata, dengan kontribusi sebesar 19,5% terhadap pendapatan daerah. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan akibat keterampilan Bahasa Korea dan literasi digital yang rendah di kalangan masyarakat lokal serta pelaku usaha kecil menengah (UKM). Kondisi ini mengakibatkan adanya batasan dalam pelayanan kepada wisatawan mancanegara, khususnya dari Korea Selatan, serta kurangnya efektivitas dalam promosi produk lokal melalui platform digital. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Internasional Universitas Mataram, yang berkolaborasi dengan Seoul National University Social Responsibility (SNU-SR) dan Universitas Nasional (UNAS), dirancang untuk mengatasi tantangan tersebut. Program ini terdiri dari pelatihan praktis dalam Bahasa Korea, pengembangan konten digital, penerapan strategi pemasaran melalui media sosial, dan bimbingan dalam personal branding untuk UKM. Pelaksanaan mencakup beberapa tahap, yaitu sosialisasi, seleksi peserta, pelatihan hybrid yang menggabungkan metode online dan offline, pendampingan, evaluasi, serta pembentukan komunitas untuk keberlanjutan. Hasil yang diharapkan meliputi peningkatan kemampuan komunikasi dasar dalam Bahasa Korea, pengembangan keterampilan produksi konten digital, penguatan branding usaha, serta terbentuknya komunitas setelah pelatihan. Melalui pendekatan ini, diharapkan masyarakat NTB dapat meningkatkan daya saing dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kata kunci: Pariwisata NTB, Pelatihan Bahasa Korea, Digitalisasi Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, Personal Branding.

PENDAHULUAN

Provinsi NTB memiliki beberapa destinasi utama yang mencolok, termasuk Gili Trawangan, Gunung Rinjani, dan Mandalika. Kontribusi NTB terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional tercatat masih rendah, yaitu sebesar 0,83%, dan menempatkannya pada posisi ke-6 terbawah dalam Indeks Pembangunan Manusia [1].

Kunjungan wisatawan asing, khususnya dari Korea Selatan, menunjukkan tren peningkatan yang signifikan [2]. Keterbatasan keterampilan Bahasa Korea menjadi faktor yang menghambat masyarakat dalam memberikan pelayanan yang optimal. Di samping itu, pelaku UKM belum mengoptimalkan digitalisasi dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Pemasaran digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing UMKM [3].

Identifikasi lapangan mengungkapkan bahwa masyarakat NTB menghadapi berbagai kendala strategis yang berkontribusi pada rendahnya daya saing di sektor pariwisata dan usaha kecil menengah. Keterbatasan kemampuan berbahasa Korea merupakan hambatan signifikan, terutama di lokasi-lokasi wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari Korea Selatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa

interaksi antara masyarakat dan wisatawan belum mencapai tingkat optimal, yang dapat berpotensi menurunkan kualitas layanan pariwisata.

Secara umum, pelaku UKM di NTB menunjukkan tingkat pengetahuan yang rendah mengenai manajemen usaha modern dan pemanfaatan teknologi digital. Mereka menghadapi tantangan dalam menghasilkan konten promosi, termasuk foto, video, dan narasi pemasaran, yang memenuhi standar digital marketing yang ditetapkan. Sebagai hasilnya, promosi usaha terbatas pada metode konvensional dan tidak efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Selanjutnya, isu yang berkaitan dengan personal branding juga merupakan elemen yang menghalangi. Sejumlah UKM masih kekurangan pendekatan yang sistematis dalam mengembangkan citra usaha yang solid, baik dari segi visual maupun narasi bisnis. Situasi ini mengakibatkan produk lokal tidak mampu bersaing dengan produk dari daerah lain maupun produk impor.

Program KKN Internasional Universitas Mataram mengembangkan beberapa pendekatan yang saling terintegrasi sebagai solusi. Pelatihan Bahasa Korea disusun secara praktis untuk memastikan masyarakat dapat mengembangkan kemampuan komunikasi dasar yang sesuai dengan kebutuhan di sektor pariwisata. Beberapa peserta diarahkan untuk mengikuti pelatihan EPS-TOPIK sebagai langkah strategis dalam meningkatkan peluang kerja di luar negeri, khususnya sebagai syarat untuk menjadi pekerja migran di Korea Selatan. Pelatihan pembuatan konten digital dan strategi pemasaran berbasis media sosial diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan promosi pelaku UKM. Program ini menyediakan pendampingan dalam personal branding untuk memastikan setiap pelaku usaha dapat membangun citra yang kuat dan konsisten, sehingga produk mereka lebih mudah dikenali dan diterima oleh pasar. Melalui kombinasi strategi yang telah dirumuskan, program ini diharapkan dapat memberikan solusi yang jelas dan terukur terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat NTB, baik dalam hal komunikasi antarbudaya maupun dalam meningkatkan daya saing UKM di era digital.

TABEL 1. PERMASALAHAN SOLUSI DAN TARGET LUARAN

No.	Permasalahan Prioritas	Solusi	Target Luaran
1	Rendahnya keterampilan Bahasa Korea	Pelatihan Bahasa Korea Praktis	Masyarakat mampu berkomunikasi dengan Bahasa Korea dasar
2	Minat masyarakat untuk bekerja di Korea, tetapi keterampilan bahasa rendah	Pelatihan EPS-TOPIK	Peserta memiliki skor EPS-TOPIK lebih baik sebagai syarat PMI ke Korea
3	Minimnya keterampilan digital	Pelatihan pembuatan konten & strategi digital <i>marketing</i>	Peserta mampu membuat konten promosi digital
4	Lemahnya personal <i>branding</i> UKM	Pendampingan personal <i>branding</i> & strategi pemasaran	UKM memiliki citra usaha yang kuat dan kompetitif

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan tersebut melalui serangkaian kegiatan yang terintegrasi. Pelatihan Bahasa Korea praktis diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi masyarakat dalam konteks pariwisata dan bisnis. Selanjutnya, pelatihan digitalisasi usaha dirancang agar pelaku UKM mampu memproduksi konten promosi yang menarik sekaligus mengelola strategi pemasaran berbasis media sosial. Selain itu, kegiatan pendampingan personal branding ditujukan untuk memperkuat citra usaha sehingga produk lokal memiliki daya saing yang lebih tinggi. Program ini juga sejalan dengan semangat Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), di mana mahasiswa Universitas Mataram dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dalam kegiatan nyata di lapangan, sekaligus mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi pada aspek keterlibatan mahasiswa dan kerja sama internasional.

Bahasa Asing dalam Industri Pariwisata

Penguasaan bahasa asing adalah elemen krusial yang berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dalam sektor pariwisata. Zakiah et al. (2019) menunjukkan bahwa penguasaan bahasa asing, termasuk Bahasa Korea, dapat memperlancar komunikasi lintas budaya dan meningkatkan kepuasan wisatawan[4]. Dengan bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan Korea ke Indonesia[2], kemampuan berbahasa Korea menjadi suatu kebutuhan penting bagi masyarakat NTB, terutama di lokasi-lokasi wisata internasional.

Transformasi Digital UMKM dan Pendekatan Pemasaran

Perkembangan teknologi digital telah mengakibatkan transformasi yang signifikan dalam strategi pemasaran produk. Fadhilah & Pratiwi (2021) mengindikasikan bahwa penerapan digital marketing memiliki potensi untuk memperluas jangkauan UMKM, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat daya saing produk lokal[5]. Riscal & Sahbany (2023) menyoroti signifikansi pelatihan berbasis digital untuk UMKM dalam upaya meningkatkan daya saing mereka di era global[6]. Oleh karena itu, pelatihan dalam pembuatan konten digital dan pengembangan strategi promosi melalui media sosial dapat dianggap sebagai solusi penting dalam memberdayakan UKM di NTB.

Personal Branding dalam Strategi Pemasaran

Selain digitalisasi, personal branding memiliki peran yang signifikan dalam membentuk citra usaha. Haliza et al. (2024) menyatakan bahwa personal branding yang kuat berpotensi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar[7]. Dalam konteks UMKM, personal branding melibatkan elemen-elemen seperti konsistensi visual yang mencakup logo dan desain produk, narasi bisnis yang jelas dan komunikatif, serta partisipasi aktif di media sosial. Pendampingan personal branding untuk UKM NTB diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendidikan dan Pelatihan

Pemberdayaan masyarakat fokus pada peningkatan kapasitas individu dan kelompok dalam memanfaatkan potensi lokal secara optimal. Aref & Redzuan (2009) menyatakan bahwa pengembangan kapasitas komunitas adalah aspek krusial dalam mendukung kemajuan sektor pariwisata[8]. Program pengabdian yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga berperan dalam mendorong kemandirian masyarakat dalam mengembangkan usaha.

Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)

Konsep MBKM yang diusulkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan[9] (Kemendikbud, 2020) mendorong mahasiswa untuk memperoleh pengalaman belajar di luar lingkungan kampus, termasuk melalui partisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Keterlibatan mahasiswa dalam program ini memberikan manfaat langsung bagi mitra dan berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat soft skill, kerja sama internasional, serta mencapai Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi [10].

METODE KEGIATAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui enam tahapan utama yang saling terkait dan berkesinambungan.

1. Proses Sosialisasi dan Rekrutmen Peserta.

Program dimulai dengan sosialisasi yang dilakukan melalui berbagai platform, termasuk media sosial S-Cube Center, situs web Universitas Mataram, serta media lokal. Proses rekrutmen melibatkan tidak hanya metode terbuka, tetapi juga wawancara singkat yang bertujuan untuk mengevaluasi motivasi dan kesiapan calon peserta. Peserta yang memiliki keterbatasan ekonomi tetapi menunjukkan tingkat komitmen yang tinggi akan mendapatkan prioritas.

2. Tahap Pelatihan Hybrid.

Setelah proses rekrutmen, peserta akan menjalani pelatihan yang diselenggarakan baik secara daring maupun luring. Pelatihan daring dilaksanakan melalui Zoom Meeting dengan fasilitator dari Seoul National University (SNU) dan Universitas Nasional (UNAS), yang mencakup Bahasa Korea praktis, strategi digital marketing, serta pembuatan konten kreatif. Pelatihan luring berlangsung di Fakultas Teknik Universitas Mataram, di mana dosen dan mahasiswa dari UNRAM, SNU, dan UNAS memberikan bimbingan kepada peserta melalui praktik langsung, simulasi komunikasi, dan latihan pembuatan konten digital.

3. Proses Pendampingan dan Coaching.

Selama pelatihan berlangsung, mahasiswa KKN berfungsi sebagai pendamping yang mendukung peserta dalam memahami materi. Pendampingan ini dilaksanakan dengan pendekatan intensif melalui coaching, guna memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh dapat diimplementasikan dalam konteks nyata, terutama dalam aktivitas pariwisata dan usaha kecil.

4. Proses Penilaian dan Pengujian Keterampilan.

Setelah semua materi disampaikan, evaluasi dilakukan melalui uji kompetensi. Uji ini terdiri dari tiga jenis kegiatan: simulasi peran sebagai pemandu wisata berbahasa Korea, wawancara kerja dalam Bahasa Korea untuk mempersiapkan diri menghadapi EPS-TOPIK, dan presentasi proposal bisnis dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital. Penilaian dilaksanakan secara langsung oleh dosen dan mahasiswa dari UNRAM, SNU, dan UNAS, yang menghasilkan hasil yang objektif dan memenuhi standar internasional.

5. Tahap Penutupan Program dan Pertunjukan Lintas Budaya.

Di akhir kegiatan, diadakan acara penutupan yang meliputi penyerahan sertifikat kelulusan kepada peserta. Selain itu, terdapat juga lomba keterampilan Bahasa Korea yang terdiri dari tiga skema utama: tour guide, wawancara kerja, dan proposal bisnis. Acara ini disusun dengan pertunjukan budaya Indonesia-Korea yang menambah dimensi pengalaman peserta. Partisipasi peserta dalam lomba berfungsi sebagai indikator yang jelas untuk menilai keberhasilan program, khususnya dalam hal peningkatan rasa percaya diri dan keterampilan praktis yang mereka miliki.

6. Tahap Keberlanjutan Program.

Sebagai langkah selanjutnya, komunitas alumni pelatihan dibentuk untuk menjadi sarana pembelajaran kolektif. Komunitas ini berfungsi sebagai platform bagi peserta untuk melakukan kolaborasi, berbagi praktik terbaik, dan secara berkelanjutan mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh. Dukungan dari mitra internasional, SNU dan UNAS, memainkan peran penting dalam memastikan bahwa komunitas ini dapat beroperasi dengan konsistensi dan keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Pengembangan Kemampuan Bahasa Korea**

Pelatihan Bahasa Korea disusun dalam beberapa tingkatan, meliputi Bahasa Korea Dasar, Bahasa Korea untuk Pariwisata, dan persiapan EPS-TOPIK. Di tingkat dasar, peserta mempelajari huruf Hangul, kosakata yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, serta percakapan praktis yang sederhana. Kelas pariwisata menekankan pada interaksi verbal dalam konteks layanan wisata, termasuk menyambut pengunjung, menawarkan paket perjalanan, dan memberikan penjelasan mengenai produk lokal. Kelas EPS-TOPIK dirancang untuk mendukung peserta yang berkeinginan untuk berkarir di Korea Selatan.

Data dari pelatihan menunjukkan adanya peningkatan yang jelas dalam kemampuan komunikasi peserta. Mayoritas peserta menunjukkan kemampuan dalam memperkenalkan diri, melakukan percakapan sederhana, serta memahami instruksi dasar dalam Bahasa Korea. Pernyataan ini sejalan dengan temuan Zakiah et al. (2019) yang menunjukkan bahwa penguasaan bahasa asing memiliki peranan signifikan dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata, karena dapat memperlancar interaksi dengan wisatawan.



Gambar 1. Presentasi Class EPS-TOPICK

Pengembangan Kapasitas Digitalisasi Bisnis

Pelatihan digitalisasi usaha fokus pada pengembangan konten promosi, termasuk foto produk, video pendek, dan *copywriting*, serta penerapan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial. Peserta diberikan pelatihan dalam penggunaan aplikasi *editing*, termasuk *Canva*, *CapCut*, dan dasar-dasar *Adobe Photoshop*. Di samping itu, mereka dikenalkan pada metode *branding* yang dasar serta pengelolaan akun bisnis di platform *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*.



Gambar 2. Presentasi Proposal Bisnis

Di tahap akhir, peserta diminta untuk menyusun konten promosi yang akan dipresentasikan secara kelompok. Data menunjukkan bahwa lebih dari 70% peserta berhasil menghasilkan konten yang memenuhi kriteria untuk dipublikasikan di media sosial. Peningkatan ini konsisten dengan temuan Fadhilah & Pratiwi (2021) serta Riscal & Sahbany (2023) yang menekankan signifikansi digital marketing bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar [5], [6].

Pengembangan Citra Diri

Kendala utama yang dihadapi oleh UMKM di NTB terletak pada ketidakcukupan strategi personal branding yang diterapkan. Peserta diberikan arahan untuk melakukan desain ulang logo, menyusun narasi promosi yang lebih efektif, serta memastikan konsistensi identitas usaha di platform media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan yang signifikan: sejumlah UMKM telah mulai mengunggah konten secara konsisten, memanfaatkan logo usaha, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Temuan ini mendukung hasil penelitian Haliza et al. (2024) yang menunjukkan bahwa personal branding merupakan faktor krusial dalam meningkatkan preferensi konsumen terhadap produk UMKM.

Evaluasi Keterampilan Peserta

Usai pelatihan, peserta menjalani uji kompetensi yang dirancang untuk mengevaluasi pencapaian keterampilan secara praktis. Uji ini mencakup tiga jenis kegiatan, yaitu simulasi peran sebagai pemandu wisata, wawancara kerja dalam Bahasa Korea, dan presentasi proposal bisnis yang berfokus pada strategi digital marketing. Hasil uji menunjukkan bahwa peserta menunjukkan kemampuan dalam memperagakan keterampilan yang telah diperoleh. Contohnya, dalam simulasi pemandu wisata, peserta mampu menjelaskan tujuan wisata lokal menggunakan Bahasa Korea yang sederhana. Dalam sesi wawancara kerja, individu tersebut menunjukkan keterampilan dalam memperkenalkan diri serta memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan dasar. Sementara itu, dalam penyampaian proposal bisnis, peserta memiliki kesempatan untuk mempresentasikan ide usaha yang didukung oleh konten digital yang sederhana.

Penutupan Program dan Pertunjukan Lintas Budaya

Acara penutupan berfungsi sebagai indikator signifikan yang menegaskan pencapaian program. Kegiatan ini tidak hanya mencakup penyerahan sertifikat kelulusan, tetapi juga melibatkan lomba keterampilan Bahasa Korea yang disusun dalam tiga skema: tour guide, wawancara kerja, dan presentasi proposal bisnis. Acara selanjutnya melibatkan pertunjukan lintas budaya antara Indonesia dan Korea, di mana peserta menampilkan tarian tradisional dari NTB, sementara mitra dari Korea menyajikan budaya mereka.



Gambar 3. Pelaksanaan Penutupan Kegiatan Pengabdian bersama SNU-SR dan Unas

Partisipasi peserta dalam lomba dan pertunjukan dapat dilihat sebagai indikator yang jelas dari keberhasilan program. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan diri peserta, tetapi juga berperan dalam mempererat hubungan budaya antarbangsa. Pernyataan ini sejalan dengan konsep pertukaran budaya yang diidentifikasi oleh Arimbawa et al. (2024) sebagai elemen krusial dalam memperkuat hubungan internasional melalui pengabdian masyarakat.

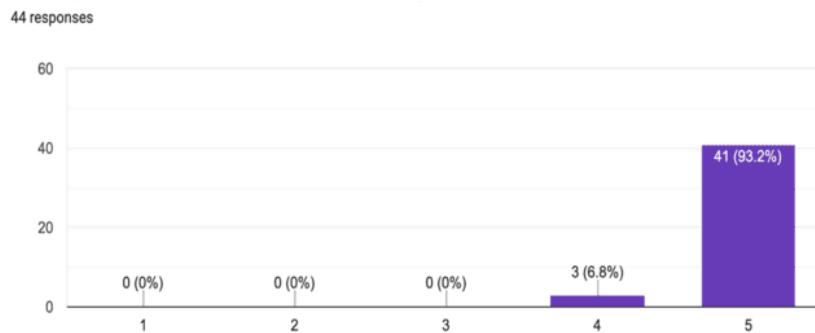
Pengaruh terhadap Sektor Pariwisata dan Usaha Kecil Menengah di NTB

Program ini secara keseluruhan memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing pariwisata di NTB. Keterampilan Bahasa Korea memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan pelayanan kepada wisatawan, sedangkan digitalisasi memberikan peluang bagi UKM untuk memperluas pasar mereka. Program ini berhasil mendukung strategi digital tourism yang dicanangkan oleh Kemenparekraf pada tahun 2021, serta mendorong masyarakat untuk lebih adaptif dalam menghadapi tantangan global.

Bagian ini berisi hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat. Hasil pengabdian masyarakat disajikan bentuk tabel atau grafik atau gambar yang selanjutnya diberikan deskripsi dan pembahasan atas fakta yang diperoleh dikaitkan teori pendukung pengabdian masyarakat dan atau dibandingkan dengan hasil pengabdian masyarakat yang sangat terkait lainnya.

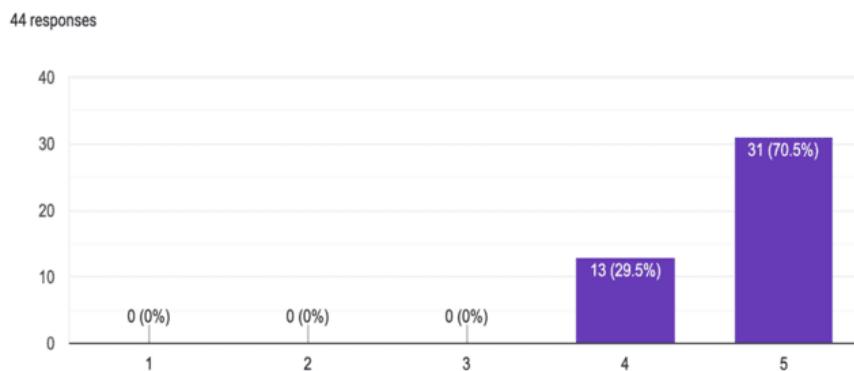
Analisis Hasil Survei Peserta

Untuk mengevaluasi efektivitas program, dilakukan survei terhadap 44 peserta. Hasil survei menunjukkan respon yang sangat positif. Pertama, mayoritas peserta (93,2%) menilai program ini membawa manfaat positif bagi mereka secara pribadi (skor 5), sementara sisanya (6,8%) memberi skor 4. Tidak ada peserta yang menilai rendah, yang berarti program secara konsisten memberikan dampak nyata bagi pengembangan diri peserta seperti ditunjukkan pada Grafik Gambar 4.



Gambar 4. Pendapat Peserta terkait Manfaat Pelatihan

Kedua, terkait dampak strategis, sebanyak 70,5% responden menilai program ini membuka peluang kerja di sektor pariwisata dengan skor tertinggi (5), sementara 29,5% memberi skor 4. Temuan ini menunjukkan bahwa keterampilan Bahasa Korea dan digitalisasi usaha yang diperoleh peserta dipandang relevan untuk meningkatkan daya saing di sektor pariwisata NTB seperti ditunjukkan Gambar 5.



Gambar 5. Pendapat Peserta terkait Peluang Kerja Pasca Pelatihan

Selain itu, mayoritas responden juga menyatakan bahwa materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat (65,9% skor 5) dan menyatakan puas terhadap fasilitas serta pelaksanaan program (81,8% skor 5). Hasil ini menegaskan bahwa rancangan program sesuai dengan ekspektasi peserta sekaligus memberikan manfaat kolektif bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, data survei memperkuat temuan sebelumnya bahwa program KKN Internasional UNRAM bersama SNU-SR dan UNAS tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga memiliki kontribusi sosial dan ekonomi yang signifikan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui KKN Internasional Universitas Mataram, dalam kolaborasi dengan Seoul National University Social Responsibility (SNU-SR) dan Universitas Nasional (UNAS), telah menunjukkan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas

masyarakat NTB. Pelatihan Bahasa Korea praktis telah memberikan peserta kemampuan komunikasi dasar yang sesuai dengan sektor pariwisata, sedangkan pelatihan digitalisasi usaha meningkatkan keterampilan UKM dalam menghasilkan konten promosi dan mengelola media sosial.

Di samping itu, dukungan dalam personal branding dapat membantu UKM dalam membangun citra usaha yang lebih solid dan konsisten, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar domestik maupun internasional. Uji kompetensi yang mencakup simulasi tour guide, wawancara kerja, dan presentasi proposal bisnis berfungsi sebagai alat evaluasi yang efisien untuk menilai pencapaian peserta. Kegiatan penutupan yang diadakan bersamaan dengan pertunjukan lintas budaya Indonesia–Korea mencerminkan antusiasme peserta yang tinggi dan memperkuat nilai pertukaran budaya yang ada.

Program ini secara keseluruhan menunjukkan potensi untuk meningkatkan daya saing masyarakat NTB dalam menghadapi tantangan global, khususnya di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, serta memperkuat jejaring kerja sama internasional.

Saran

Untuk meningkatkan efektivitas program serupa di masa depan, beberapa aspek perlu diperhatikan. Keberlanjutan program sangat penting, terutama melalui pembentukan komunitas alumni pelatihan yang mendapatkan pendampingan secara rutin. Hal ini memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh tetap terjaga dan berkembang meskipun kegiatan telah selesai. Pertama, perluasan materi pelatihan ke bidang lain seperti kewirausahaan berbasis teknologi, pengelolaan keuangan digital, dan pengembangan produk kreatif dapat meningkatkan nilai tambah program bagi UKM.

Kolaborasi dengan berbagai mitra internasional dan lokal, termasuk pemerintah daerah serta pelaku industri pariwisata, merupakan langkah penting untuk memperkuat dampak dan menjamin keberlanjutan program. Keempat, sistem evaluasi dapat diperbaiki melalui penerapan sertifikasi kompetensi formal yang diakui, sehingga hasil pelatihan memberikan nilai tambah yang lebih signifikan bagi peserta. Melalui penguatan aspek keberlanjutan, diversifikasi materi, kolaborasi yang lebih luas, dan sertifikasi formal, program pengabdian masyarakat ini berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan pariwisata dan UKM di NTB, serta memperkuat posisi perguruan tinggi sebagai penggerak pemberdayaan masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mataram, Seoul National University Social Responsibility (SNU-SR), Universitas Nasional (UNAS), S-Cube Center, serta masyarakat NTB yang mendukung program ini..

DAFTAR PUSTAKA

- I Nyoman Budiana, Shafa Rosear Surbakti, and Anisa Suciningtyas Damayanti, Statistika Provinsi Nusa Tenggara Barat 2023. [Online]. Available: https://web-api.bps.go.id/download.php?f=Onlqvmew/eNWAIH9XwolFGNsVFIFaWtTU1dzT1N2TWloeGdlYms1Y1N4enpkNTRCakc5UHdCcHZCekpEUEM5aWVSVlhmdWxGNm04VzY4VklrSXk2MmhpV0lDNjJhTUFwRVpKUXZONGNZeXcwMjFWcUx6V3pCMDF1bGVBQ3QyNnpEaWpSdlFtYWtBS1hhaEE0WlpCd21lYU1PMDJBb0VuSEViL1p2d2dIcWZQemi5N21ZNTIwN2phb0tScEJFaEJjRWtZV2k2N2ZZbHRMb1RTMnBiSldvc1JtSTNJUjU1UE1YTERKRUN0UWFvYkQrZWxWVEtOVk96WUxhRm1sa3o1eDJPQWRhclQdWYZcnhlNDRML20xLzJXdDUzQ1MrOU1PMnMzNGxRPT0=&_gl=1*1qtwfdm*_ga*MjEwMDc4MjI3LjE3NTcwODA0MTM.*_ga_XXTTVXWHDB*czE3NTcwODA0MTIkbzEkZzEkdDE3NTcwODA4OTIkajQ0JGwwJGgw
- Muhamad Aghasy Putra, "Jumlah Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan Melonjak," Kontan.co.id. [Online]. Available: <https://industri.kontan.co.id/news/jumlah-wisatawan-indonesia-ke-korea-selatan-melonjak-ini-yang-dilakukan-tiketcom>
- D. Azmi Fadhilah and T. Pratiwi, "Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing," *JC*, vol. 12, no. 1, pp. 17–22, Mar. 2021, doi: 10.32670/coopetition. v12i1.279.

- Kiki Zakiah, Dian Widya Putri, Nila Nurlimah, Dadan Mulyana, and Nurhastuti, “Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia - Korea,” *MediaTor*, vol. 12, no. 1, pp. 90–101.
- D. Azmi Fadhilah and T. Pratiwi, “Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing,” *JC*, vol. 12, no. 1, pp. 17–22, Mar. 2021, doi: 10.32670/coopetition. v12i1.279.
- D. A. Riscal and S. Sahbany, “Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing,” *Sasambo*, vol. 5, no. 2, pp. 335–346, May 2023, doi: 10.36312/sasambo. v5i2.1169.
- A. Putri Haliza, A. Mulyana, and D. R Indika, “Pengaruh Digitalisasi Dan Pelatihan Entrepreneurship Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Peserta Kampus UMKM Shopee Di Kota Jakarta,” *JEMSI*, vol. 6, no. 1, pp. 35–46, Sept. 2024, doi: 10.38035/jemsi. v6i1.2741.
- F. Aref, M. Redzuan, S. S. Gill, and A. Aref, “Community Capacity Building in Tourism Development in Local Communities,” *JSD*, vol. 3, no. 1, p. p81, Feb. 2010, doi: 10.5539/jsd. v3n1p81.
- Dirjen Pendidikan Tinggi, *Buku Panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka*. 2020. [Online]. Available: <https://repository.kemdikdasmen.go.id/18005/1/Buku%20Panduan%20Merdeka%20Belajar%20-%20Kampus%20Merdeka%202020.pdf>
- I. W. A. Arimbawa *et al.*, “Pemberdayaan Strategis Untuk Meningkatkan Kemampuan Bahasa Korea Dan Bisnis Digital Pada Masyarakat Lombok: Strategic Empowerment for Enhancing Korean Language Proficiency and Digital Business Skills in West Nusa Tenggara Community,” *JBegati*, vol. 5, no. 1, pp. 85–92, Mar. 2024, doi: 10.29303/jbegati. v5i1.1184.