



Contents lists available at openscie.com
E-ISSN: 2828-1195
Open Community Service Journal
DOI: 10.33292/ocsj.v4i2.165
Journal homepage: <https://opencomserv.com>



Kampung Wisata Purbayan: Integrasi Teknologi dalam Harmonisasi Nilai Keagamaan dan Budaya

Ihwana As'ad^{1*}, Makmur Harun², Faidah Azuz³, Muhammad Alwi⁴, Sri Firmiaty⁵, Sugiarti⁶, Lilis Nur Hayati¹, A. Ulfah Tenripada⁶

¹ Jurusan Sistem Informasi, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

² School of Language, Civitation and Philosophy, Collage of Arts and Science, Universiti Utara Malaysia, Malaysia

³ Jurusan Agribisnis, Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia

⁴ Jurusan Teknik Mesin, STITEK Dharma Yadi, Makassar, Indonesia

⁵ Jurusan Peternakan, Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia

⁶ Jurusan Teknik Informatika, Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

*Correspondence E-mail: ihwana.asad@umi.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Disubmit 19 September 2025

Diperbaiki 20 November 2025

Diterima 2 Desember 2025

Diterbitkan 4 Desember 2025

Kata Kunci:

*Budaya,
Nilai Agama,
Purbayan,
Teknologi Digital.*

ABSTRAK

Latar Belakang: Kampung Wisata Purbayan merupakan kawasan heritage yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya dan sejarah. Keterbatasan masyarakat dalam melakukan promosi mengakibatkan banyak potensi wisata seperti situs sejarah Mataram Islam, arsitektur tradisional Jawa, dan kerajinan lokal belum optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan kapasitas masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan desa wisata secara lebih efektif melalui edukasi, pendampingan, dan pemanfaatan teknologi digital.

Tujuan: Pengabdian dilaksanakan untuk mengoptimalkan pemanfaatan potensi budaya, sejarah, dan nilai keagamaan di Kampung Wisata Purbayan dalam pengembangan wisata, dan masih rendahnya penggunaan teknologi digital sebagai media promosi dan edukasi.

Metode: Metode yang digunakan adalah sosialisasi dengan melibatkan pemangku kepentingan lokal (pengelola kampung, UMKM, tokoh masyarakat) aktif dalam perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi intervensi promosi digital dan edukasi wisata halal.

Hasil: Hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Internasional di Kampung Wisata Purbayan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki potensi yang kuat dalam mengembangkan wisata berbasis nilai agama dan budaya. Kegiatan yang dilaksanakan pada 12–18 Maret 2023 dan melibatkan 67 peserta dari Indonesia, Malaysia, dan Suriname menghasilkan tiga temuan utama: (1) penguatan identitas religius dan budaya lokal sebagai basis pengembangan wisata, (2) peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata.

Untuk mengutip artikel ini: As'ad, I., Harun, M., Azuz, F., Alwi, M., Firmiaty, S., Sugiarti, Hayati, L. N., A. Tenripada, A. U. (2025). Kampung Wisata Purbayan: Integrasi Teknologi dalam Harmonisasi Nilai Keagamaan dan Budaya. *Open Community Service Journal*, 4(2), 289–296.

Artikel ini berada di bawah lisensi: A Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) License. [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) Copyright ©2025 by author/s

1. Pendahuluan

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain yang biasanya dilakukan oleh individu yang ingin menyegarkan pikiran setelah bekerja terus-menerus serta memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi bersama keluarga (**Buhalis, 2020; Ariadi et al., 2022; Usman et al., 2022**). Industri pariwisata, jika dilihat dari perspektif budaya, secara tidak langsung berperan penting dalam perkembangan budaya Indonesia. Kehadiran objek wisata dapat memperkenalkan keberagaman budaya suatu negara, seperti seni tradisional serta upacara keagamaan atau adat yang menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara (**Rebat Al-kanany, 2020; Van der Hoeven, 2019**). Industri pariwisata yang berkembang pesat juga mendorong pemahaman antarbudaya melalui interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal di destinasi wisata (**Crouch & Ritchie, 1999; Lemy et al., 2019**).

Salah satu contoh destinasi yang mengedepankan integrasi budaya dan nilai keagamaan dalam pengembangan pariwisata adalah Kampung Wisata Purbayan. Sebagai bagian dari kawasan bersejarah di Kotagede, Yogyakarta, kampung ini tidak hanya menawarkan wisata budaya dan religi tetapi juga mulai mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.

Penerapan teknologi seperti augmented reality (AR) untuk *tour virtual*, sistem pemesanan online, serta aplikasi penceritaan digital memungkinkan wisatawan mendapatkan wawasan mendalam tentang sejarah dan tradisi Mataram Islam tanpa menghilangkan unsur budaya dan nilai religius yang melekat di kampung ini.

Dengan memanfaatkan inovasi digital, Kampung Wisata Purbayan tidak hanya menjadi destinasi wisata halal yang menarik tetapi juga mampu mempertahankan warisan budayanya di era modern. Teknologi memungkinkan pengunjung untuk lebih memahami sejarah, budaya, dan nilai keagamaan yang ada, serta berkontribusi dalam pelestarian warisan lokal dengan cara yang lebih interaktif dan edukatif (**Agarwal et al., 2017; Kumar, 2017**). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam pariwisata tidak hanya sekadar meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga mendukung keberlanjutan budaya dan identitas keagamaan dalam masyarakat setempat. Menurut **Regmi dan Walter (2016)**, desa wisata memberikan dampak positif bagi masyarakat, seperti peningkatan ekonomi. **Giampiccoli dan Saayman (2018)** juga menegaskan bahwa peningkatan pendapatan sektor pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Kampung Wisata Purbayan (Kamwis Purbayan) merupakan contoh desa wisata yang berkembang dengan mengusung nilai sejarah dan keagamaan sebagai daya tarik utama. Kampung ini mengembangkan produk wisata berbasis edukasi sejarah, didukung oleh atraksi kerajinan tangan seperti perak khas Kotagede dan kuliner tradisional.

Secara geografis, Kampung Wisata Purbayan terletak di Kelurahan Purbayan, Kecamatan Kotagede, dan merupakan bagian dari Kawasan Cagar Budaya Kotagede serta sebagian wilayah Kabupaten Bantul. Nama Purbayan diyakini berasal dari nama Pangeran Purboyo, putra Panembahan Senopati. Kampung ini memiliki nilai sejarah tinggi sebagai bagian dari Kerajaan Mataram Islam yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Dalam perkembangannya, teknologi mulai diintegrasikan dalam pengelolaan dan promosi Kampung Wisata Purbayan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan teknologi digital, seperti *Augmented Reality* (AR) untuk *Tour Virtual*, sistem pemesanan online, serta aplikasi penceritaan digital memungkinkan wisatawan mendapatkan wawasan mendalam tentang sejarah dan tradisi Mataram Islam secara lebih interaktif. Selain itu, pemasaran berbasis media sosial dan *platform e-commerce* turut membantu UMKM lokal dalam memasarkan produk-produk kerajinan dan kuliner khas Kampung Wisata Purbayan ke pasar yang lebih luas.

Kampung Wisata Purbayan juga memiliki berbagai situs bersejarah dan budaya dengan arsitektur khas Jawa, serta suasana desa yang asri dan ramah bagi wisatawan. Aktivitas eksplorasi kampung ini menjadi menarik karena dikemas dengan konsep storytelling yang mengisahkan sejarah Kerajaan

Mataram, dipadukan dengan keramahan warga setempat. Potensi wilayah sebagai kawasan wisata warisan budaya, menarik untuk menganalisis pengembangan wisata halal di Kampung Wisata Purbayan melalui hubungan antara agama dan identitas sosio-budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian di Kampung Wisata Purbayan, Kotagede, Yogyakarta pada 12–18 Maret 2023. Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif melalui observasi langsung dan wawancara dengan pemangku kepentingan terkait. Observasi langsung dilakukan untuk mencatat pola perilaku subjek, objek, atau peristiwa secara sistematis tanpa komunikasi langsung, sementara wawancara digunakan untuk mengumpulkan data primer langsung dari sumber asli.

Pengembangan wisata di Kampung Wisata Purbayan dilakukan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pengumpulan data dan perancangan strategi. Tahapan ini mencakup wawancara dengan pengelola kampung wisata, survei lokasi untuk menilai kondisi eksisting, diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan pihak terkait, serta dokumentasi untuk menganalisis kondisi saat ini dan merancang strategi pengembangan yang lebih efektif.



Gambar 1. a) Sesi diskusi peserta bersama pemateri, b) sesi wawancara untuk menggali informasi

Seiring dengan perkembangan teknologi, pengabdian ini juga mengeksplorasi peran *platform* digital dalam mempromosikan Kampung Wisata Purbayan. Pemanfaatan pemasaran berbasis media sosial, sistem pemesanan online, serta pengalaman realitas virtual (VR) menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas wisatawan. Teknologi Augmented Reality (AR) juga dapat diterapkan dalam *tour virtual* berbasis aplikasi untuk menghadirkan pengalaman yang lebih interaktif dan edukatif bagi wisatawan (Buhalis, 2020). Selain itu, big data dan analitik digital digunakan untuk memahami tren wisatawan serta menyesuaikan layanan wisata agar lebih sesuai dengan preferensi pasar (Gretzel *et al.*, 2015).

Pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar wisata tapi juga memungkinkan pelestarian budaya dengan metode yang lebih modern dan menarik. Oleh karena itu, integrasi teknologi menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan Kampung Wisata Purbayan sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan teknologi.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Internasional “Strengthening Tourism Village Promotion in Purbayan Tourism Village” yang berlangsung pada 12–18 Maret 2023 menghasilkan beberapa capaian penting terkait pengembangan pariwisata di Kampung Wisata Purbayan. Kegiatan

yang melibatkan 67 peserta yang terdiri atas pengelola Pokdarwis, pelaku UMKM, tokoh masyarakat, serta akademisi dari Indonesia, Malaysia, dan Suriname memberikan peningkatan kapasitas pada aspek pengelolaan, promosi, serta penguatan karakter destinasi wisata berbasis budaya dan sejarah.

3.1 Penguatan Pemahaman Potensi Wisata Kampung

Hasil observasi dan pemaparan narasumber menunjukkan bahwa Kampung Wisata Purbayan memiliki kekayaan budaya dan sejarah yang kuat, antara lain:

- Situs peninggalan Mataram Islam (Batu Gilang, Batu Gatheng, Makam Panembahan Senopati).
- Arsitektur rumah tradisional Jawa yang masih lestari.
- Jejaring jalan kampung (*alleys*) yang khas Kotagede dan menjadi daya tarik wisata budaya.
- Aktivitas ekonomi kreatif, terutama kerajinan perak, kuliner tradisional, dan produk UMKM komunitas.

Temuan ini menegaskan bahwa Purbayan memiliki modal budaya yang sangat kuat sebagai desa wisata berbasis heritage (warisan sejarah), terutama karena lokasinya berada di pusat peradaban Mataram Islam dan kawasan heritage Kotagede.

3.2 Peningkatan Kapasitas Masyarakat dalam Pemahaman Wisata

Antusiasme peserta selama pelatihan menandakan tingginya komitmen masyarakat dalam mengembangkan kampung sebagai destinasi wisata yang terstruktur. Sesi diskusi meningkatkan kemampuan masyarakat disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan kapasitas pemahaman masyarakat

Mengidentifikasi atraksi wisata yang dapat dikembangkan	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui secara jelas potensi wisata yang dimiliki kampung, baik yang sudah berkembang maupun yang tersembunyi. • Menentukan prioritas pengembangan atraksi yang paling bernilai dan paling menarik bagi wisatawan. • Menjadi dasar penyusunan paket wisata yang relevan, unik, dan sesuai karakter kampung. • Membantu Pokdarwis menyusun strategi pengelolaan atraksi wisata secara berkelanjutan.
Memahami karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kotagede	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui kebutuhan, preferensi, minat, serta ekspektasi wisatawan yang datang ke kawasan Kotagede. • Menentukan segmen wisatawan yang paling cocok (<i>heritage lovers</i>, pelajar, wisata keluarga, wisata edukasi, wisata budaya) • Menyesuaikan layanan wisata (<i>guide</i>, rute, jenis konten digital, durasi tur) agar tepat sasaran. • Membantu promosi destinasi agar lebih efektif karena memahami siapa target wisata sebenarnya.
Mengemas narasi sejarah menjadi paket wisata edukatif	<ul style="list-style-type: none"> • Menyampaikan sejarah kampung secara menarik, singkat, dan mudah dipahami oleh wisatawan. • Memperkuat identitas Purbayan sebagai kampung heritage yang memiliki nilai sejarah Mataram Islam. • Menambah nilai edukatif bagi wisatawan sehingga wisata tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga informatif. • Membantu pemandu wisata agar memiliki standar narasi yang konsisten dan berkualitas.

Menyusun konsep wisata berbasis <i>storytelling</i> sejarah kampung	<ul style="list-style-type: none"> • Menggabungkan pengalaman visual, budaya, dan cerita sejarah menjadi satu alur wisata yang menarik. • Menciptakan pengalaman wisata yang lebih hidup (<i>immersive</i>) karena wisatawan tidak hanya melihat, tetapi juga “mengalami” cerita kampung. • Mendorong inovasi destinasi melalui penggunaan media digital, seperti video, QR Code, atau aplikasi cerita. • Menjadi dasar pembentukan <i>branding</i> kampung wisata yang unik dan berbeda dari desa wisata lain.
---	---

3.3 Penguatan Promosi Digital Desa Wisata

Salah satu fokus kegiatan adalah peningkatan kemampuan masyarakat dalam melakukan promosi digital. Materi yang diberikan meliputi:

- Strategi *branding* kampung wisata,
- Penggunaan media sosial untuk promosi,
- Teknik dasar fotografi dan videografi wisata,
- Pembuatan konten digital (cerita sejarah, atraksi budaya, kegiatan UMKM).

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami pentingnya digitalisasi dalam mempromosikan potensi wisata serta meningkatkan visibilitas kampung di tingkat nasional dan internasional.

3.4 Kolaborasi dan *Networking* Internasional

Kegiatan ini membuka ruang kolaborasi antarnegara (Indonesia–Malaysia–Suriname) dalam:

- Pertukaran wawasan tentang pengelolaan desa wisata,
- *Benchmarking* strategi promosi kampung wisata di negara lain,
- Peluang kerja sama riset, publikasi, dan kegiatan pengabdian berkelanjutan.

Kolaborasi ini menjadi modal penting dalam memperluas jejaring promosi Kampung Wisata Purbayan secara global.

Berdasarkan hasil kegiatan, ditemukan bahwa pengembangan pariwisata di Kampung Wisata Purbayan dapat dilakukan dengan pendekatan *heritage-based tourism* (wisata berbasis warisan budaya). Purbayan memiliki elemen-elemen kunci yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai desa wisata, antara lain potensi *heritage* yang kuat, kesiapan komunitas sebagai penggerak wisata, digitalisasi sebagai faktor penguat destinasi wisata dan peluang besar kolaborasi dan berkelanjutan.

3.5 Potensi *Heritage* yang Kuat

Warisan sejarah Mataram Islam dan arsitektur tradisional Jawa memberikan nilai jual unik bagi wisatawan yang memiliki minat pada sejarah, budaya, dan arsitektur kuno. Keunikan alley Kotagede, rumah Kalang, serta sistem tata ruang kampung tradisional menjadi ciri khas yang tidak dimiliki daerah lain. Hal ini sesuai dengan konsep wisata budaya (Timothy, 2011) yang menekankan pentingnya keunikan lokal sebagai daya tarik utama.

3.6 Kesiapan Komunitas sebagai Penggerak Wisata

Pembahasan hasil pelatihan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki motivasi tinggi, tetapi masih membutuhkan:

- penguatan manajemen wisata,
- pengembangan paket wisata,
- kemampuan *storytelling* sejarah,
- peningkatan kompetensi promosi digital.

Pokdarwis berperan penting sebagai motor penggerak wisata. Pendekatan *community-based tourism* (CBT) menjadi relevan karena melibatkan masyarakat sebagai pusat pembangunan pariwisata.

3.7 Digitalisasi sebagai Faktor Penguat Destinasi Wisata

Promosi digital memainkan peran strategis dalam perkembangan desa wisata modern. Digitalisasi memungkinkan:

- perluasan pasar wisata,
- peningkatan daya tarik destinasi melalui konten visual,
- penguatan identitas kampung melalui narasi sejarah.

Kegiatan pelatihan digital marketing menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat, yang merupakan langkah awal menuju *branding* wisata yang lebih profesional.

3.8 Peluang Besar Kolaborasi dan Keberlanjutan

Keterlibatan tiga negara dalam kegiatan pengabdian membuka peluang:

- promosi lintas negara,
- riset lanjutan,
- kegiatan pengabdian lanjutan berbasis digital tourism,
- peluang pendampingan UMKM.

Kolaborasi internasional memperkuat posisi Purbayan sebagai destinasi wisata yang siap berkembang ke level lebih luas.

Kampung Wisata Purbayan memiliki berbagai potensi wisata yang dapat dikembangkan dengan dukungan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan daya saing destinasi.

1. Wisata Sejarah dan Budaya Kampung ini memiliki situs bersejarah dari era Kerajaan Mataram Islam, seperti Batu Gilang dan Batu Gatheng, Kompleks Makam Raja Panembahan Senopati, serta rumah-rumah berarsitektur khas Jawa yang masih terawat. Pemanfaatan *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) dapat meningkatkan pengalaman penceritaan sejarah secara imersif bagi wisatawan (Buhalis, 2020). Penggunaan teknologi ini memungkinkan pengunjung untuk melihat rekonstruksi digital bangunan bersejarah, menjelajahi peninggalan Mataram Islam secara interaktif, dan memahami konteks sejarah dengan lebih mendalam (Gretzel *et al.*, 2015).
2. Wisata Religi Kampung ini juga dikenal sebagai pusat wisata religi yang dikelola oleh abdi dalem Keraton Yogyakarta dan Panembahan Senopati. Untuk meningkatkan aksesibilitas informasi bagi wisatawan Muslim, integrasi panduan doa digital dan aplikasi seluler dapat memberikan kemudahan dalam menavigasi pilihan wisata halal (Rahman *et al.*, 2020). Aplikasi berbasis lokasi dapat memberikan informasi mengenai tempat ibadah, waktu salat, serta rekomendasi restoran halal di sekitar destinasi wisata.
3. Wisata Kuliner dan Kerajinan Kampung Wisata Purbayan terkenal dengan kuliner tradisionalnya, seperti kipo, kembang waru, dan legomoro, serta kerajinan perak khas Kotagede. Digitalisasi pemasaran melalui *platform e-commerce* dan media sosial memungkinkan pengrajin dan pelaku UMKM memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas (Sigala, 2018). Implementasi teknologi blockchain dalam sertifikasi halal juga dapat meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk lokal (Hassan *et al.*, 2021).
4. Wisata Edukasi Kampung ini menawarkan program edukasi bagi pelajar dan peneliti, khususnya dalam bidang sejarah dan arsitektur. Kode QR yang terhubung ke informasi sejarah dan aplikasi seluler dapat memperkaya pengalaman edukasi wisatawan (Neuhofer *et al.*, 2015). Teknologi ini memungkinkan pengunjung mengakses informasi mendalam melalui perangkat pintar mereka, sehingga memberikan pemahaman lebih baik mengenai arsitektur dan sejarah lokal. Selain itu, program virtual guided tour dapat menjangkau audiens global yang ingin mempelajari budaya Yogyakarta tanpa harus hadir secara fisik.

5. Integrasi teknologi dalam pengembangan Kampung Wisata Purbayan menjadi aspek penting yang mendukung peningkatan kualitas pengalaman wisatawan serta efektivitas promosi destinasi. Teknologi memungkinkan pengelolaan wisata yang lebih modern, terstruktur, dan mudah diakses oleh wisatawan dari berbagai segmen.
6. Pertama, pemanfaatan AR dan VR menyediakan pengalaman wisata imersif yang memungkinkan wisatawan memahami konteks sejarah Mataram Islam tanpa mengubah bentuk asli situs. Wisatawan dapat menyaksikan rekonstruksi digital rumah tradisional, situs kerajaan, atau jalur sejarah secara interaktif. Teknologi ini sangat relevan dalam pelestarian heritage tanpa merusak nilai keaslian situs.
7. Kedua, sistem pemesanan online, katalog digital UMKM, dan pemanfaatan *platform e-commerce* memperluas akses wisatawan terhadap layanan dan produk lokal. Hal ini sekaligus mempermudah transaksi, meningkatkan visibilitas UMKM, dan memperluas pasar di luar batas geografis.
8. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai alat promosi utama memberikan peluang besar untuk membangun *branding* desa wisata. Konten foto, video, testimoni, dan kampanye digital mampu menarik wisatawan secara efektif dengan biaya rendah. *Platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* menjadi media yang sangat potensial untuk menampilkan keunikan kampung secara visual.
9. Dengan demikian, integrasi teknologi tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap kegiatan wisata, tetapi menjadi komponen strategis dalam menciptakan desa wisata modern yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, informatif, dan tetap mampu menjaga nilai budaya serta identitas lokal. Teknologi seperti AR/VR memungkinkan rekonstruksi visual situs bersejarah Mataram Islam sehingga wisatawan dapat memahami cerita sejarah secara imersif. *Digital storytelling* membantu mengemas kembali narasi kampung menjadi lebih menarik bagi generasi muda dan wisatawan internasional. Selain itu, pemanfaatan sistem pemesanan online, media sosial, dan katalog digital UMKM memperluas jangkauan promosi dan mempermudah wisatawan mengakses informasi destinasi. Dengan demikian, teknologi bukan hanya alat pendukung, melainkan komponen utama dalam model pengembangan desa wisata modern yang berorientasi pada pengalaman, aksesibilitas, dan kelestarian budaya.

4. Kesimpulan

Pengembangan wisata halal di Kampung Wisata Purbayan mengintegrasikan struktur, aturan, norma, dan rutinitas yang membentuk identitas pariwisata berbasis komunitas. Harmoni antara nilai sejarah, budaya, dan agama menjadi daya tarik utama, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Adopsi teknologi digital meningkatkan aksesibilitas, keterlibatan, dan kepuasan pengunjung secara keseluruhan, menjadikannya komponen penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Beberapa strategi untuk meningkatkan konsep wisata halal di Kampung Wisata Purbayan meliputi: menjaga dan mengembangkan nilai sejarah sebagai daya tarik unik untuk wisata halal, memberikan pengalaman yang melibatkan aspek emosional pengunjung melalui layanan berkualitas dan edukatif, menyediakan fasilitas pariwisata yang sesuai dengan standar halal, mengembangkan destinasi dengan pendekatan religius dan budaya, memanfaatkan pasar wisata halal dengan meningkatkan reputasi destinasi sebagai tujuan yang ramah Muslim, menggunakan pemasaran digital, *tour virtual*, dan aplikasi interaktif untuk menarik wisatawan yang melek teknologi, mendorong penggunaan *platform e-commerce* untuk produk kerajinan dan kuliner lokal, menerapkan teknologi wisata pintar seperti AR dan VR untuk menciptakan pengalaman sejarah yang imersif. Strategi yang diterapkan berdampak pada Kampung Wisata Purbayan untuk terus berkembang sebagai destinasi wisata halal yang unik dan bernilai tinggi, baik dari segi ekonomi maupun sosial, sekaligus merangkul manfaat transformasi digital dalam industri pariwisata.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada CEL KodeLN yang telah memfasilitasi sehingga bisa terlaksana Pengabdian Internasional ini diikuti oleh 3 negara, yaitu Indonesia, Malaysia dan Suriname. Begitu juga kepada Perguruan Tinggi yang terlibat, khususnya Universitas Muslim Indonesia.

6. Daftar Pustaka

- Agarwal, S., Busby, G., & Huang, R. (2017). Special interest tourism: Concepts, contexts and cases. CAB International.
- Ariadi, W., Jatmika, W., Syafii, M., Lobubun, M., Melmambessy, D., Farowowan, F. F., Latuheru, A., Toatubun, H., Wahab, L. A., Rerung, A., Tapilatu, T., Lerebulan, S. L., Fitayanti, S., & Buntu, B. (2022). Potensi Wisata Desa Tapal Batas Distrik Muara Tami Kota Jayapura: Pengembangan Dan Promosi. *Open Community Service Journal*, 1(2), 66–73. <https://doi.org/10.33292/ocsj.v1i2.16>
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1–27.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hassan, S. H., Rahman, M. K., & Sade, A. B. (2021). Role of blockchain technology in halal supply chain management: A literature review and research agenda. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1039–1060.
- Kumar, D. A. (2017). Cultural and heritage tourism: A tool for sustainable development. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 6(6), 56–59.
- Lemy, D. M., Teguh, F., & Pramezwar, A. (2019). Tourism development in Indonesia. In *Delivering Tourism Intelligence. Bridging Tourism Theory and Practice*, 11, 91–108. Emerald Publishing Limited.
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015). Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain. *Electronic Markets*, 25(3), 243–254.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2020). Halal tourism: A new world definition. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100658.
- Rebat Al-kanany, M. M. (2020). Extremist iconoclasm versus real Islamic values: Implications for heritage-based tourism development in Iraq. *Journal of Heritage Tourism*, 15(4), 472–478.
- Rebat Al-kanany, M. M. (2020). Extremist iconoclasm versus real Islamic values: implications for heritage-based tourism development in Iraq. *Journal of Heritage Tourism*, 15(4), 472–478.
- Regmi, K. D., & Walter, P. G. (2016). Conceptualising host learning in community-based ecotourism homestays. *Journal of Ecotourism*, 15(1), 51–63.
- Sigala, M. (2018). Market formation in the sharing economy: Findings and implications from the sub-economies of Airbnb. *Journal of Business Research*, 88, 357–369.
- Timothy, D. J. (2011). Cultural heritage and tourism: An introduction (Vol. 4). Channel View Publications.
- Usman, M., Mario, Asbar, & Tahir, M. I. T. (2022). Potensi Benteng Alla Utara Menuju Desa Agrowisata, Kabupaten Enrekang. *Open Community Service Journal*, 1(2), 120–128. <https://doi.org/10.33292/ocsj.v1i2.18>
- Van der Hoeven, A. (2019). Networked practices of intangible urban heritage: The changing public role of Dutch heritage professionals. *International Journal of Cultural Policy*, 25(2), 232–245.