



PENGEMBANGAN LAYANAN INKLUSIF BERBASIS HEPTAHELIX DI BIRO PERJALANAN WISATA "CALL ME TRAVEL"

Halid Hasan¹, Farika Nikmah², Nugraheni Warih Utami³, Dini Resmita⁴,
Nunung Aliyati Fajer⁵

^{1,2,4,5} Politeknik Negeri Malang

³Universitas Negeri Malang

Email korespondensi: admin.pari@polinema.ac.id

ABSTRACT

Recreation has become an important need for today's society. The emergence of halal, green, sustainable tourism, as well as innovations that are currently being echoed, namely inclusive tourism. This community service activity involves Call Me Travel (CMT) partners, namely travel agencies in Malang Regency. The urgency of this activity is based on the need for tourism business actors to adapt to trends and the needs of tourists with special needs, such as deaf and mute people with disabilities. The purpose of this community service is to increase the capacity of CMT's human resources in providing disability-friendly tourism services and strengthening the Heptahelix collaboration-based business strategy. Based on the results of the identification conducted at CMT, two main problems were found: (1) limited staff ability to communicate with people with disabilities, especially deaf and mute, (2) the absence of a flexible business strategy oriented to the needs of consumers with special needs. To address this, a heptahelix model-based approach is offered that involves collaboration between academics, the business world, communities of people with disabilities, media (technology), and the government. To address these problems, the methods used include socialization, training, mentoring and evaluation, application of technology, and desire programs. The results of this community service demonstrated improved staff communication skills with people with disabilities, as well as their ability to develop inclusive, customer-centric business strategies and conduct digital promotions through social media. The impact of the activities was evident in increased staff empathy, and expanded markets. The heptahelix approach has proven effective in fostering synergy among various elements for the development of sustainable inclusive tourism services.

Keywords: heptahelix, service development, inclusive tourism

ABSTRAK

Rekreasi menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat saat ini. Munculnya pariwisata halal, hijau, berkelanjutan, serta inovasi yang saat ini marak digaungkan yaitu pariwisata inklusif. Kegiatan pengabdian ini melibatkan mitra *Call Me Travel* (CMT) yaitu biro perjalanan wisata di Kabupaten Malang. Urgensi kegiatan ini di dasarkan pada perlunya pelaku usaha perjalanan wisata beradaptasi terhadap tren serta kebutuhan wisatawan berkebutuhan khusus, seperti penyandang disabilitas tuli dan bisu. Tujuan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia CMT dalam memberikan layanan wisata yang ramah disabilitas serta memperkuat strategi bisnis berbasis kolaborasi Heptahelix. Berdasarkan hasil

identifikasi yang dilakukan pada CMT, ditemukan dua permasalahan utama: (1) keterbatasan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan penyandang disabilitas, khususnya tuli dan bisu, (2) belum adanya strategi bisnis yang fleksibel dan berorientasi pada kebutuhan konsumen yang memiliki kebutuhan khusus. Untuk menjawab hal tersebut, ditawarkan pendekatan berbasis model *heptahelix* yang melibatkan kolaborasi antara akademisi, dunia bisnis, komunitas penyandang disabilitas, media (teknologi), serta pemerintah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi, penerapan teknologi, dan keberlanjutan program. Hasil dari pegabdian ini menunjukkan peningkatan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan penyandang disabilitas serta kemampuan menyusun strategi bisnis inklusif berbasis *customer centric*, dan melakukan promosi digital melalui social media. Dampak dari kegiatan terlihat pada peningkatan empati staf, serta perluasan pasar. Melalui pendekatan *heptahelix*, terbukti efektif dalam mendorong sinergi dari berbagai unsur untuk pengembangan layanan inklusif yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *heptahelix, pengembangan layanan, wisata inklusif*

PENDAHULUAN

Rekreasi menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat saat ini (Pomohaci & Sopa, 2018). Hal ini ditandai dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan domestik terus meningkat. Selain itu, laporan dari Tech in Asia Indonesia (2025) juga menyebutkan adanya peningkatan pada jumlah sarana rekreasi baik alam maupun buatan. Potensi ini, menjadikan banyak inovasi yang diciptakan oleh pelaku bisnis pariwisata. Munculnya pariwisata halal (Pranandari dkk., 2023; Fadhlwan & Subakti, 2023), pariwisata hijau (Andini, 2023; Hastuti dkk., 2023), pariwisata berkelanjutan (Saputra, 2024; Prathama dkk., 2020), serta inovasi yang saat ini marak digaungkan yaitu pariwisata inklusi. Pariwisata inklusi adalah konsep yang bertujuan untuk memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang, termasuk penyandang disabilitas dalam menikmati kegiatan wisata (Murti dkk., 2024). Penyandang disabilitas memiliki kesempatan yang sama untuk mengembangkan diri sebagaimana manusia pada umumnya (Hasan dkk., 2024). Di Indonesia, komitmen untuk mewujudkan hak berwisata bagi penyandang disabilitas diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas. Salah satu target dari tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) nomor 11 adalah menciptakan kota dan permukiman yang aman, inklusif, dan berkelanjutan, dimana pariwisata inklusi menjadi bagian penting dari pencapaian tujuan tersebut.

Fenomena ini perlu menjadi perhatian bagi pelaku usaha perjalanan wisata, salah satunya bisnis biro perjalanan. Isu, *trend*, kebijakan terkini perlu menjadi pertimbangan bagi pelaku bisnis biro perjalanan dalam menetapkan strateginya. Pada pengabdian ini, mitra kegiatan yaitu Call Me Travel (CMT), sebuah biro perjalanan yang melayani

perjalanan wisata dengan tujuan nasional/domestik. Sampai saat ini, CMT telah melayani perjalanan wisata ke berbagai daerah di Indonesia, seperti Lombok, Yogyakarta, Bali dengan armada bus, mobil (Elf, Hiace), serta melayani persewaan mobil. CMT berlokasi di Kabupaten Malang, sehingga seringkali melayani perjalanan wisata di wilayah Malang Raya, seperti wisata Bromo, wisata Air Terjun Tumpak Sewu, dan destinasi di Malang Raya lainnya. Malang Raya sebagai wilayah yang kaya akan destinasi wisata, menjanjikan potensi untuk berkembangnya usaha perjalanan wisata. Inilah yang menjadi urgensi, bahwa usaha perjalanan wisata tidak hanya harus mampu mengikuti perkembangan dan perubahan *trend* namun juga kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan para wisatawan yang berkebutuhan khusus, utamanya penyandang disabilitas tuli dan bisu.

CMT sebagai pelaku usaha perjalanan wisata, tidak dapat menghindar dari setiap perubahan yang terjadi, jika ingin memiliki daya saing yang kuat. Seperti hadirnya pariwisata inklusi, harus dipandang sebagai tantangan dan harus menaklukkan tantangan tersebut. Dari sisi ekonomi, pasar ini menjanjikan, hal tersebut dapat dilihat dengan meningkatnya jumlah penyandang disabilitas di Indonesia yang mencapai sekitar 5% dari total penduduk nasional. Namun berdasarkan hasil identifikasi dan diskusi dengan pihak CMT, terdapat permasalahan yang dihadapi dalam optimalisasi layanan terhadap penyandang difabilitas, yaitu 1) CMT belum memiliki kemampuan layanan komunikasi untuk konsumen penyandang disabilitas khususnya penyandang tuli dan bisu. Hal tersebut berakibat terbatasnya dalam pemberian layanan yang nyaman dan setara.; 2) CMT belum memiliki strategi bisnis yang fleksibel berbasis kebutuhan konsumen (*customers centric*), untuk memenuhi kebutuhan konsumen berkebutuhan khusus. Sehingga produk yang ditawarkan bersifat standar dan tidak menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan penyandang disabilitas.

Adanya permasalahan yang dihadapi tersebut, berdampak langsung terhadap daya saing CMT di usaha pariwisata yang semakin sengit. Sehingga untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi, ditawarkan pendekatan pengembangan layanan inklusif berbasis model Heptahelix yang melibatkan kolaborasi antara akademisi, pelaku bisnis, komunitas disabilitas, dan pemerintah. Pendekatan ini bertujuan untuk transformasi layanan inklusif di CMT agar tidak hanya bersifat teknis, namun juga berkelanjutan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian ini akan melakukan beberapa kegiatan yang meliputi:

1. Melatih staff untuk mampu berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat dengan teknik komunikasi bahasa isyarat dasar yaitu bahasa sehari-hari yang dipakai oleh penyandang disabilitas tuli dan bisu. Kegiatan ini dibantu oleh anggota tim yang memiliki latar belakang pendidikan luar biasa, dimana sehari-hari mengajar materi pemahaman tentang berhadapan dengan orang-orang yang berkebutuhan khusus, seperti penyandang tuli dan bisu. Untuk sukses memahami komunikasi menggunakan bahasa isyarat, maka yang harus dilakukan yaitu membantu CMT untuk

mengidentifikasi konsumen penyandang disabilitas yang sekiranya menjadi segmen pasarnya, sebagai berikut:

- a) Menentukan target pasar. Tertuju pada *focused consumer*, yaitu mencari konsumen yang telah ada untuk menunjang bisnis berkelanjutan. Pada kegiatan ini akan dicoba target pada penyandang disabilitas berbasis komunitas, yaitu Lingkar Sosial (LINKSOS) Indonesia. Dengan penetapan target ini, akan memudahkan dalam pemilihan gaya bahasa isyarat, saluran komunikasi, dan model pendekatan dalam berkomunikasi.
- b) Mengetahui masalah serta kebutuhan konsumen. Hal yang dapat dilakukan pada tahap ini yaitu menggali informasi dari sumber terpercaya, seperti pengurus yayasan pemberdaya penyandang disabilitas. Informasi dari narasumber akan memberikan kemudahan untuk mengidentifikasi kebutuhan penyandang disabilitas akan layanan pariwisata.
- c) Mengetahui perilaku konsumen. Ini memerlukan observasi untuk memahami dengan benar perilaku penyandang disabilitas akan kebutuhan pariwisata.

Setelah semua tahap dilakukan, maka selanjutnya dapat ditetapkan model komunikasi yang harus dilakukan oleh CMT dalam menghadapi konsumen penyandang disabilitas. Komunikasi menggunakan bahasa isyarat yang dilakukan oleh CMT dengan penyandang disabilitas sebagai calon konsumennya, direncanakan sebagai berikut:

- a) Berlatih berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat dengan dipandu oleh salah satu tim pelaksana pengabdian, serta diarahkan oleh pengurus komunitas difabel.
 - b) Langsung berkomunikasi dengan teman tuli, untuk lebih cepat mempelajari bahasa isyarat.
 - c) Menggunakan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO), yaitu menggunakan dua tangan dalam pengisyarat dan memiliki struktur yang lebih sederhana, sehingga lebih mudah dipelajari. BISINDO juga disertai dengan penggunaan gestur dan ekspresi wajah sehingga lebih fleksibel dan dinamis untuk berkomunikasi.
 - d) Memilih materi komunikasi yang ringan dan mudah dipahami serta fokus pada kebutuhan penyandang disabilitas.
2. Pendampingan kepada pemilik CMT dan staf untuk menyusun strategi bisnis yang fleksibel dan mudah mengikuti perkembangan bidang pariwisata. Saat ini perkembangan bisnis bergeser pada *customized model*, dimana model ini dianggap mampu menangkap perubahan selera konsumen dengan cepat. Demikian halnya dengan bisnis pariwisata, semua orang berkeinginan untuk rekreasi, namun ada beberapa pertimbangan, seperti keterbatasan dana, waktu, dan akses sehingga layanan pariwisata tidak dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat. Pada kegiatan ini ditawarkan strategi bisnis *customized model* atau strategi bisnis yang dipersonalisasi yaitu menyesuaikan penawaran dengan karakteristik calon pelanggan. Tujuan dari penerapan model ini untuk menciptakan pengalaman konsumen yang sesuai dengan kebutuhan, dan mendapatkan keuntungan dengan

biaya serendah-rendahnya. Maka, yang harus dilakukan untuk menerapkan *customized model* yaitu:

- a) Mengumpulkan data penyandang disabilitas melalui komunitas yang menaungi mereka.
- b) Membuat *customer persona*, yaitu segmentasi calon konsumen berdasarkan faktor-faktor tertentu.

Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat merealisasikan target luaran pengabdian yaitu staf CMT dapat berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat dasar dan mampu menyusun strategi bisnis yang fleksibel dan mudah, dengan mengikuti perkembangan di bidang pariwisata.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Kegiatan pengabdian ini menggunakan kombinasi beberapa metode, yaitu sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi, penerapan teknologi, serta keberlanjutan program. Metode-metode tersebut diterapkan secara terpadu dan sistematis untuk mengatasi dua permasalahan utama mitra, yaitu belum memiliki kemampuan berkomunikasi dengan bahasa isyarat dan belum memiliki strategi bisnis yang berbasis pada kebutuhan konsumen.

1. Tahap Sosialisasi

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk diskusi interaktif dan rapat koordinasi dengan pembahasan mengenai bentuk, target, dan tugas serta tanggungjawab kepada anggota tim dan mitra. Adanya sosialisasi ini memiliki tujuan agar mitra memiliki gambaran dan pemahaman mengenai urgensi pengembangan layanan inklusif di sektor pariwisata.

2. Tahap Pelatihan

Kegiatan ini meliputi pelatihan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) dan pelatihan penyusunan strategi bisnis inklusif berbasis *customer centric*. Pada pelatihan bahasa isyarat, dipandu oleh salah satu tim pelaksana pengabdian, serta diarahkan oleh pengurus komunitas difabel dengan materi mengenai pengenalan gestur dasar, ekspresi, hingga praktik komunikasi layanan. Sedangkan pada pelatihan strategi bisnis inklusif, mitra diberikan materi mengenai identifikasi kebutuhan wisatawan disabilitas dan penyusunan paket wisatanya.

3. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Pada tahap ini bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari kegiatan pengabdian. Setelah pelatihan dilakukan, tim pengabdian mendampingi CMT dalam menerapkan layanan inklusif kepada wisatawan disabilitas. Pendampingan bersifat kolaboratif, dimana mitra terlibat aktif didalam rangkaian kegiatan.

4. Tahap Penerapan teknologi

Penerapan teknologi memiliki tujuan untuk memilih media komunikasi yang paling tepat untuk pemasaran dengan target pasar penyandang disabilitas. Pada kegiatan ini melibatkan komunitas LINKSOS.

5. Keberlanjutan Program

Pada tahapan terakhir ini, tim pengabdian berupaya untuk membantu mitra dalam membangun jejaring yang tepat sasaran, seperti bekerjasama dengan komunitas pemberdaya penyandang disabilitas LINKSOS.

Pelaksanaan Kegiatan

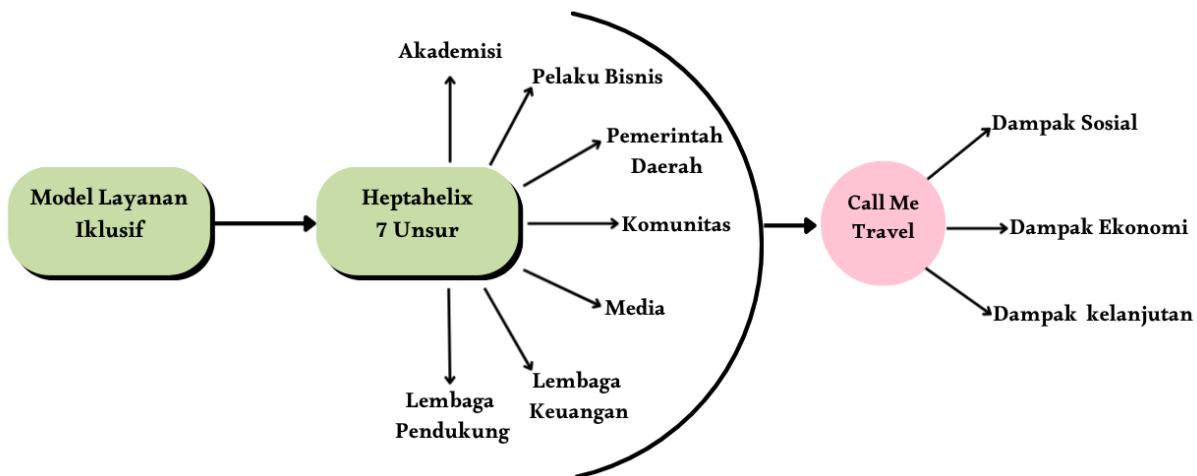
Lokasi kegiatan dilakukan di Kantor Call Me Travel dan Komunitas LINKSOS, Malang, Jawa Timur. Pengabdian ini dilaksanakan selama delapan bulan, mulai Bulan Januari hingga Agustus 2025. Peserta pengabdian berjumlah limabelas orang, terdiri dari dosen, mahasiswa, pemilik dan staff CMT, serta anggota komunitas LINKSOS. Peserta memiliki latar belakang pendidikan dan pengalaman yang berbeda-beda.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan prinsip partisipatif dan masing-masing peserta memiliki peran yang saling mendukung. Tim dosen memiliki peran sebagai narasumber dan fasilitator, mahasiswa sebagai asisten lapangan, CMT sebagai mitra sekaligus pelaku utama dalam penerapan layanan, dan komunitas LINKSOS sebagai mentor dalam praktik komunikasi menggunakan bahasa isyarat. Kolaborasi tersebut merupakan perwujudan dari model Heptahelix, yaitu kerja sama lintas bidang/sektor untuk mengembangkan inovasi sosial dan ekonomi berbasis Masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan Model Layanan Inklusif Berbasis Heptahelix di CMT awalnya berangkat dari kebutuhan untuk menghadirkan sistem pelayanan wisata yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, namun juga memperhatikan nilai kesetaraan dan empati. Selama ini, sebagian besar usaha atau biro perjalanan wisata cenderung fokus pada kepuasan pelanggan umum, sementara kelompok yang memiliki kebutuhan khusus seperti penyandang disabilitas, lansia dan kelompok rentan lain belum sepenuhnya mendapatkan akses yang setara. Adanya kondisi seperti ini menunjukkan pentingnya membangun pendekatan layanan yang berorientasi juga pada semua lapisan masyarakat tanpa membedakan fisik atau sosial.

Melalui kegiatan pengabdian ini, CMT diposisikan sebagai contoh nyata untuk menguji penerapan konsep inklusivitas di sektor usaha perjalanan wisata. Pendekatan yang digunakan adalah model *heptahelix*, dimana menekankan kolaborasi lintas sektor antara akademisi, pelaku bisnis, pemerintah daerah, komunitas dan media. Hasil penerapan model ini divisualisasikan dalam diagram berikut:



Gambar 1. Visualisasi Model Layanan Inklusif berbasis heptahelix untuk usaha perjalanan wisata "Call Me Travel"

Dapat dilihat pada gambar, bahwa model ini tidak hanya menghasilkan rancangan konseptual, namun juga memperlihatkan seperti apa hubungan antar pelaku tersebut bekerja dalam praktik. Setiap unsur dalam *heptahelix* memiliki kontribusi yang berbeda, misalnya akademisi mendukung dengan riset dan pendampingan, pelaku bisnis menjadi pelaksana utama di lapangan, dan seterusnya. Hubungan kolaboratif inilah yang kemudian diwujudkan dalam rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat berikut.

Bentuk penerapan kolaborasi antar unsur *heptahelix* tersebut diwujudkan melalui serangkaian kegiatan yang dilaksanakan secara bertahap, mulai dari kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi, penerapan teknologi, hingga keberlanjutan program. Tujuan dari dilaksanakannya pengabdian ini adalah untuk membantu mitra, yaitu berkolaborasi dengan CMT untuk mengembangkan layanan inklusif di bidang pariwisata.

Kegiatan dimulai pada Bulan Januari 2025 dengan melakukan sosialisasi di Kantor CMT dan Komunitas LINKSOS, Kabupaten Malang. Pada kegiatan ini dihadiri oleh lima belas peserta, yang terdiri dari dosen, mahasiswa, pemilik dan staf CMT, serta perwakilan komunitas difabel. Soaialisasi ini bertujuan untuk menumbuhkan komitmen dari mitra mengenai pentingnya layanan inklusif di dalam industri pariwisata. Pada kesempatan tersebut juga disampaikan mengenai model Heptahelix yang digunakan dalam kegiatan pengabdian.

Selanjutnya dilakukan pelatihan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO). Kegiatan ini dipandu oleh salah satu tim pelaksana pengabdian, serta diarahkan oleh pengurus komunitas LINKSOS dengan metode pembelajaran secara demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung. Pada pelatihan tersebut, peserta dilatih untuk mengenali huruf-huruf, ekspresi wajah, serta gestur sederhana yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari, yang terkait dengan layanan kepada wisatawan difabel, khususnya tuli dan bisu. Dari pelatihan ini menunjukkan bahwa pemilik dan staf CMT mampu memahami dan

menggunakan BISINDO dasar. Hal tersebut menjadi sebuah kemajuan mengingat sebelumnya mereka tidak memiliki kemampuan komunikasi nonverbal, dan kini mampu untuk berinteraksi menggunakan isyarat sederhana seperti salam, arah lokasi, dan menawarkan bantuan selama perjalanan wisata.

Selain pelatihan komunikasi menggunakan bahasa isyarat, juga dilakukan pelatihan penyusunan strategi bisnis inklusif berbasis *customer centric*. Pada pelatihan ini, menggunakan metode diskusi kelompok dengan mengarahkan mitra untuk mengidentifikasi kebutuhan wisatawan disabilitas. Dari hasil pelatihan tersebut, CMT berhasil menyusun rancangan wisata inklusif yang ramah bagi wisatawan disabilitas tuli dan bisu. Kegiatan ini memperlihatkan bahwa pemahaman kebutuhan konsumen dapat menjadi nilai tambah untuk daya saing usaha, khususnya perjalanan wisata.

Setelah kegiatan pelatihan selesai, selanjutnya dilakukan pendampingan dan evaluasi guna memastikan bahwa praktik yang dijalankan oleh mitra sesuai dengan yang telah dipelajari. Pada kegiatan ini, tim pengabdian membantu CMT melakukan uji coba layanan wisata berbasis inklusif. Pendampingan dilakukan di area wisata Kabupaten Malang. Dalam pelaksanaan uji coba, pihak mitra mempraktikkan cara berkomunikasi dengan menggunakan bahasa istarat saat melayani wisatawan difabel. Pada kesempatan tersebut, tim dosen melakukan observasi. Berdasarkan hasil observasi dilapangan, menunjukkan bahwa staf CMT mampu menggunakan BISINDO dasar dalam komunikasi layanan dan wisatawan penyandang disabilitas menunjukkan rasa antusiasme. Mereka juga memahami informasi yang disampaikan oleh staf CMT.

Kemudian, sebagai bagian dari pendampingan promosi digital, tim pengabdian juga membantu CMT dalam pengembangan media promosi dengan melibatkan teman-teman komunitas LINKSOS. Pada saat melakukan promosi, konten promosi diposting melalui media sosial CMT. Selain itu, pada tahap terakhir, tim pengabdian melakukan program keberlanjutan yaitu membantu CMT dalam membangun jejaring yang tepat sasaran dengan komunitas yang memiliki kepedulian terhadap pemberdayaan penyandang disabilitas, yaitu LINKSOS. Dengan dukungan jejaring, CMT dapat melanjutkan kerjasama pelatihan lanjutan untuk memperdalam kemampuan berkomunikasi dengan bahasa isyarat dan memperluas segmen pasar wisata inklusif.

Setelah seluruh kegiatan pendampingan dan uji coba layanan selesai, tim pengabdian melakukan evaluasi menyeluruh untuk menilai efektivitas program yang telah dilaksanakan.

1. Analisa Efektivitas Kegiatan

Pada kegiatan pengembangan layanan inklusif di Biro Perjalanan Wisata Call Me Travel difokuskan pada peningkatan kepasitas sumber daya manusia. Selain itu penguatan pada layanan yang berpihak pada semua kelompok wisatawan, termasuk penyandang disabilitas. Hal ini sejalan dengan prinsip *inclusive tourism* yang menekankan bahwa pariwisata harus dapat diakses oleh semua orang tanpa hambatan fisik, sosial dan kultural (Scheyvens and Biddulph, 2018). Dalam efektivitas kegiatan diukur berdasarkan

tiga aspek utama, antara lain: peningkatan kompetensi SDM, penerapan praktik layanan inklusif serta respon positif dari mitra maupun peserta kegiatan.

a) Efektivitas Pelatihan Komunikasi Inklusif

Pada kegiatan pelatihan komunikasi yaitu menggunakan pendekatan BISINDO. Kegiatan ini menjadi salah satu inti yang memiliki tujuan untuk membangun kemampuan para staf CMT dalam berinteraksi dengan wisatawan penyandang disabilitas tuli dan bisu. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta pelatihan memiliki pengalaman baru dan peningkatan pemahaman terhadap dasar komunikasi nonverbal dan etika pelayanan. Sebelum diadakan pelatihan tersebut, staf hanya memahami konsep umum mengenai keramahan pelanggan (*customer service*). Namun setelah kegiatan berlangsung dan telah diikuti oleh para staf CMT, mereka mampu:

- 1) Menggunakan ungkapan dasar dalam BISINDO seperti salam, respon pelayanan dan arahan sederhana.
- 2) Menunjukkan sikap empatik yang kuat dalam simulasi pelayanan terhadap wisatawan difabel (tuli dan bisu).
- 3) Mampu mengidentifikasi kebutuhan komunikasi alternatif yang lebih inklusif, misalnya dengan media visual dan simbol.

b) Efektivitas Pemahaman Peluang Bisnis Wisata Inklusif

Kegiatan yang kedua berfokus pada memberikan pemahaman peluang dan strategi bisnis berbasis inklusif dan keberlanjutannya kepada mitra atau biro perjalanan wisata. Kegiatan ini merujuk pada konsep *inclusive green growth* yang dikemukakan oleh Zhang dimana menekankan keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan dalam industri pariwisata (Zhang, Guo and Bashir, 2022). Pemahaman yang diberikan meliputi analisis pasar inklusif, desain paket wisata yang ramah disabilitas, serta nilai-nilai pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang akan diterapkan dalam praktik bisnis wisata. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa staf CMT mulai memahami bahwa wisata inklusif tidak hanya berdampak sosial, namun juga membuka peluang ekonomi baru serta perluasan pasar bisnis. Hal ini bisa dilihat dari beberapa inisiatif yang dikemukakan oleh mitra CMT, berikut:

- 1) Mengembangkan paket wisata "*custom*" dimana pelanggan dapat melakukan pemesanan sesuai dengan kebutuhan. Pengembangan paket ini melibatkan komunitas disabilitas LINKSOS sebagai narasumber pengalaman wisata.
- 2) Menyusun daftar kelayakan akses fasilitas wisata bagi pelanggan dengan kebutuhan khusus.
- 3) Membangun komunikasi dengan komunitas difabel.

Hasil evaluasi setelah kegiatan menunjukkan adanya perubahan cara berpikir pemilik dan staf CMT dari yang awalnya hanya berorientasi pada layanan umum menjadi memperhatikan juga layanan berbasis kebutuhan individual pelanggan. Perubahan orientasi bisnis ini menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya

layanan berbasis kebutuhan individu pelanggan dan penguatan citra usaha perjalanan wisata (Sumetri *et al.*, 2022).

Dapat disimpulkan, keseluruhan evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan efektif dalam membentuk dasar perilaku layanan inklusif di lingkungan CMT. Selain itu, dari kegiatan ini menjadi pondasi untuk pengembangan model kolaboratif berbasis *heptahelix* pada tahap berikutnya. Dimana setiap pelaku (akademisi, pebisnis, pemerintah, komunitas, dan media) berperan dalam menciptakan pariwisata yang adil dan setara.

2. Keterkaitan Model Heptahelix dalam Implementasi

Upaya dalam pengembangan layanan inklusif di Biro Perjalanan Wisata Call Me Travel tidak hanya dilakukan melalui peningkatan kemampuan internal saja, namun juga melalui kerja sama dengan berbagai sektor di luar organisasi. Pendekatan yang digunakan ialah model *heptahelix*, dimana model tersebut berkolaborasi dengan beberapa unsur utama yang saling melengkapi. Seperti sektor akademisi, pelaku bisnis, pemerintah, komunitas, dan media.

a) Peran setiap Unsur dalam Implementasinya

Pada kegiatan pengabdian ini, kolaborasi dilakukan dengan sektor akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Berikut peran setiap unsur dalam implementasinya:

1) Akademisi

Perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian berperan dalam memberikan pendampingan dalam melakukan pelatihan bagi SDM di CMT. Kegiatan pengabdian melakukan pendekatan pembelajaran partisipatif, dimana akademisi membantu staf CMT memahami konsep inklusivitas dan cara menerapkannya dalam situasi nyata. Pendekatan ini diadopsi dari penelitian Etzkowitz dan Leydesdorff, dimana akademisi pada universitas tidak hanya sebagai penghasil pengetahuan, namun juga sebagai sumber inovasi dan riset terapan yang dapat dimanfaatkan oleh dunia industri (Etzkowitz and Leydesdorff, 2000).

2) Pelaku bisnis

Dalam hal ini yaitu Call Me Travel sebagai pelaku bisnis menjadi pusat penerapan model. Seperti pendapat Zhang yang mengemukakan bahwa pelaku bisnis berfungsi sebagai laboratorium hidup (*living lab*) untuk menguji berbasis empati dan keberlanjutan ekonomi (Zhang, Guo and Bashir, 2022). Pada kegiatan pengabdian yang dilakukan bersama Call Me Travel sebagai pelaku bisnis atau mitra, bukan hanya bersifat teoritis, namun juga menjadi tempat praktik langsung untuk menerapkan dan menguji ide-ide baru tentang layanan wisata yang inklusif. Seperti Biro Perjalanan CMT menerapkan nilai-nilai inklusif ke dalam praktik layanan sehari-hari, mulai dari cara berkomunikasi dengan pelanggan sampai merancang layanan wisata berbasis *customer centric*. Kemudian, CMT tidak hanya menjadi mitra pelaksana kegiatan pengabdian saja, namun juga menjadi contoh

nyata penerapan konsep layanan berbasis empati dan keberlanjutan ekonomi (usaha wisata yang tetap menghasilkan nilai ekonomi tanpa mengabaikan aspek sosial dan lingkungan).

3) Pemerintah Daerah

Peran pemerintah daerah dalam hal ini tidak terlibat langsung dalam kegiatan. Namun, melalui kebijakan yang telah dibuat tertuang dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menekankan prinsip kesetaraan dan keberlanjutan dalam pengembangan destinasi. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas yang menjadi hak penyandang disabilitas atas akses terhadap wisata dan rekreasi. Sehingga peran pemerintah ialah memberikan dukungan regulatif, misalnya melalui kebijakan pariwisata inklusif.

4) Komunitas dan kelompok disabilitas

Dalam kegiatan pengabdian ini melibatkan komunitas disabilitas yang berada di Kota Malang yaitu LINKSOS (Lingkar Sosial Inndonesia) yang telah berdiri sejak tahun 2014. LINKSOS merupakan pusat pemberdayaan bagi penyandang disabilitas yang memiliki tujuan untuk melindungi hak dan meningkatkan kesadaran inklusif. Komunitas difabel tidak hanya menjadi penerima manfaat dari kegiatan pengabdian saja, namun juga berperan sebagai pendamping dalam pelatihan bahasa isyarat BISINDO. Keterlibatan mereka bertujuan untuk memastikan setiap aspek layanan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

5) Media

Media memiliki peran menyebarkan informasi dan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya wisata inklusif. Penyebaran kegiatan dan publikasi konten yang edukatif membantu memperkuat citra pelaku bisnis (CMT) sebagai biro wisata yang memiliki tanggung jawab sosial. Media, baik media massa, digital maupun promosi pariwisata memiliki peran penting dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan mudah diakses. Media memuat tentang informasi fasilitas dan layanan wisata bagi penyandang disabilitas. Ketika informasi tidak tersedia atau tidak disampaikan dengan cara yang inklusif, banyak calon wisatawan difabel akhirnya merasa ragu atau enggan bepergian karena mereka tidak yakin apakah destinasi yang dituju dapat mengakomodasi kebutuhan mereka. Media yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini adalah social media milik CMT berupa Instagram.

b) Integrasi Kolaborasi Heptahelix dalam Praktik Layanan

Penerapan model *heptahelix* pada Biro Perjalanan Wisata CMT dilakukan secara bertahap. Pada tahap awal, akademisi dan komunitas disabilitas dilibatkan dalam perancangan kegiatan. Setelah kegiatan berjalan, media ikut terlibat untuk membantu publikasi. Melalui tahapan tersebut, CMT berhasil membangun sistem kolaborasi yang

tidak hanya memperluas jangkauan kegiatan, namun juga memperkuat daya tahan program terkait wisata inklusif. Hubungan yang terjalin antarpihak menciptakan pertukaran ide, sumber daya dan pengalaman yang saling menguntungkan. Kolaborasi antar unsur ini memperlihatkan bahwa inovasi di bidang pariwisata akan berjalan efektif bila semua pihak bergerak bersama.

c) Dampak dari Implementasi Model Heptahelix

Hasil penerapan model heptahelix dalam kegiatan pengabdian ini terlihat dari beberapa capaian penting, antara lain:

- 1) Terbentuknya jejaring kerja antara CMT dengan komunitas disabilitas (LINKSOS).
- 2) Meningkatkan kepedulian terhadap kegiatan wisata inklusif melalui media sosial.
- 3) Meningkatkan citra sosial CMT yang memperlihatkan keberagaman pelanggan.

Ini memperlihatkan bahwa sinergi antar unsur dalam model heptahelix mampu menciptakan perubahan sosial nyata di tingkat lokal. Seperti pendapat Carayannis yang mengemukakan jika *inclusive service innovation* dapat terwujud melalui interaksi dan sinergi yang berkelanjutan antar aktor/pelaku (Carayannis and Campbell, 2011).

3. Refleksi terhadap Penerapan Model

Selama mendampingi mitra, kami mendapat bahwa penerapan model layanan inklusif berbasis *heptahelix* di CMT memang memberikan banyak pembelajaran berharga, baik dari sisi keberhasilan maupun tantangan yang dihadapi di lapangan. Model ini, terbukti mendorong kolaborasi lintas sektor namun penerapannya juga memperlihatkan bahwa membangun sistem layanan yang benar-benar inklusif membutuhkan waktu, komitmen dan penyesuaian yang berkelanjutan.

a) Tantangan dalam Implementasi

Selama penerapan model ini, beberapa tantangan muncul. Pertama, masih ada keterbatasan kapasitas SDM dalam memahami konsep inklusif secara menyeluruh. Sebagian staf CMT memahami kata inklusif hanya sebatas melayani pelanggan dengan sopan, padahal inklusivitas mencakup aspek yang lebih luas, seperti komunikasi, aksesibilitas, hingga cara berpikir empati terhadap kebutuhan setiap individu, khususnya disabilitas. Kedua, keterbatasan waktu dan sumber daya yang membuat pelatihan tidak bisa dilakukan secara mendalam untuk semua karyawan CMT. Beberapa staf yang tidak terlibat langsung dalam kegiatan awal membutuhkan pendampingan lanjutan agar pemahaman tentang inklusif dapat menyebar ke seluruh organisasi. Sehingga perlunya sistem pelatihan yang berkelanjutan dalam penerapan model ini.

b) Peluang dan Pembelajaran

Meskipun dalam penerapan model layanan inklusif menemui sejumlah tantangan, namun penerapan ini membuka peluang baru. Salah satu temuan penting adalah bahwa kolaborasi antar unsur mampu memperluas dampak sosial dan memperkuat keberlanjutan ekonomi. Melalui kemitraan dengan komunitas disabilitas yaitu

LINKSOS Malang, CMT mendapatkan wawasan langsung tentang kebutuhan wisatawan penyandang disabilitas, sehingga dapat menyesuaikan produk lebih tepat sasaran.

c) Pembelajaran untuk Pengembangan Selanjutnya

Refleksi lain yang muncul adalah perlunya memperkuat sistem pendokumentasi dan diseminasi praktik yang baik. Banyak praktik lapangan yang sebenarnya sudah berhasil, namun belum terdokumentasi secara sistematis. Hal ini penting agar pengalaman CMT dapat direplikasi oleh biro perjalanan wisata lain yang ingin mengembangkan layanan inklusif.

Selain itu, kegiatan ini menegaskan pentingnya digitalisasi dalam mendukung inklusivitas. Penggunaan media sosial, platform informasi wisata dan konten edukatif digital dapat memperluas jangkauan pesan inklusif dan memperkuat citra positif perusahaan. Dengan memanfaatkan media digital, CMT tidak hanya dapat memperkenalkan layanan inklusifnya, tetapi juga memberikan edukasi publik tentang hak wisatawan difabel dan pentingnya peristiwa untuk semua.

d) Relevansi dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)

Penerapan model layanan inklusif ini juga memiliki relevansi langsung dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya:

- 1) SDG 8: Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, karena memberikan kesempatan ekonomi bagi semua kelompok masyarakat.
- 2) SDG 10: Mengurangi ketimpangan dengan memastikan akses wisata bagi penyandang disabilitas dan kelompok rentan.
- 3) SDG 11: Kota dan komunitas yang berkelanjutan dengan menciptakan sistem wisata yang ramah, inklusif dan memberdayakan masyarakat lokal.

Dengan demikian, implementasi *heptahelix* bukan hanya membantu meningkatkan kualitas layanan bisnis, tetapi juga menjadi bagian dari kontribusi nyata terhadap pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata. Kemudian, diperlukan konsistensi, komunikasi lintas sektor dan pendokumentasi berkelanjutan agar model ini dapat diterapkan secara luas dan menjadi bagian dari pihak pariwisata inklusif di Indonesia.

4. Peran Pemerintah Daerah dalam Keberlanjutan Model

Dalam kerangka Pengembangan Layanan Inklusif Berbasis Heptahelix yang dikembangkan bersama Call Me Travel (CMT), keterlibatan pemerintah daerah tidak muncul secara langsung pada tahap pelaksanaan kegiatan. Hal ini disebabkan karena fokus utama kegiatan berada pada penguatan kapasitas internal biro perjalanan (CMT) dan kolaborasi dengan komunitas difabel (LINKSOS). Namun demikian, secara konseptual dan strategis, unsur pemerintah daerah tetap menjadi bagian penting dalam struktur *heptahelix*, utamanya dalam menjadi keberlanjutan hasil kegiatan pengabdian ini di tingkat kebijakan dan program pembagunan daerah.

Keberlanjutan model ini, diperlukan keberadaan pemerintah daerah untuk memastikan bahwa model layanan inklusif yang telah diuji melalui pendekatan akademik dan komunitas serta mitra dapat diintegrasikan ke dalam kebijakan nyata. Misalnya, dengan memberikan dukungan terhadap program pelatihan ramah disabilitas, menyediakan insentif bagi biro wisata yang menerapkan prinsip inklusif dan lainnya. Seperti yang tertuang dalam semangat UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menekankan prinsip kesetaraan dan keberlanjutan dalam pengembangan destinasi (Indonesia, 2009). Kemudian, pada UU No. Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas yang menjamin hak penyandang disabilitas atas akses terhadap wisata dan rekreasi (Indonesia, 2016).

Dengan demikian, meskipun pemerintah daerah belum terlibat langsung pada tahap awal kegiatan, keberadaannya tetap memiliki arti strategis. Pemerintah menjadi unsur penguat yang menjembatani hasil kegiatan berbasis riset dan pengambilan kebijakan publik. Kedepannya, kolaborasi dengan pemerintah daerah diharapkan mampu memperluas jangkauan model ini melalui dukungan kebijakan, pendanaan serta replikasi di destinasi wisata lain. Sehingga pariwisata inklusif benar-benar menjadi bagian dari pembagunan daerah yang berkeadilan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan judul, "Pengembangan Layanan Inklusif Berbasis Heptahelix di Biro Perjalanan Wisata Call Me Travel" berhasil mencapai tujuan yaitu dapat meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pada staf mitra dalam melakukan pelayanan, serta meningkatkan kemampuan dalam menyusun strategi bisnis inklusif berbasis *customer centric*. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan tahapan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi, penerapan teknologi, dan keberlanjutan program. Dari kegiatan tersebut, pemilik dan staf Call Me travel yang sebelumnya tidak dapat berkomunikasi secara nonverbal, menunjukkan adanya peningkatan dalam berkomunikasi menggunakan bahasa iyalat (BISINDO) serta dapat memahami kebutuhan wisatawan penyandang disabilitas.

Penerapan model *heptahelix* juga terbukti efektif dalam mendorong kolaborasi antara akademisi, pelaku bisnis, komunitas disabilitas, pemerintah, dan media. Dengan adanya kolaborasi dari berbagai unsur, dapat menciptakan jejaring kerja yang berkelanjutan. Selain itu juga memunculkan dampak sosial dengan terlihatnya peningkatan empati dan kesadaran staf terhadap wisatawan berkebutuhan khusus, sementara itu untuk dampak ekonomi, memunculkan segmen pasar baru yang potensial.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan kontribusi nyata bagi penguatan konsep *inclusive tourism* di tingkat lokal dan dapat dijadikan contoh atau model bagi biro perjalanan wisata yang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim penulis mengucapkan terimakasih kepada Call Me Travel sebagai mitra utama yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, serta kepada Komunitas Lingkar Sosial (LINKSOS) Malang yang telah memberikan pendampingan pelatihan bahasa isyarat (BSINDO). Semoga kegiatan pengabdian ini menjadi inspirasi dalam pengembangan layanan pariwisata inklusif.

REFERENSI

- Andini, R. (2023). Inovasi Teknologi untuk Pariwisata Hijau: Solusi Berkelanjutan di Era Modern. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 39–44.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal Perjalanan 2025. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE4OSMy/>.
- Carayannis, E.G. and Campbell, D.F.J. (2011) “Open Innovation Diplomacy and a 21st Century Fractal Research, Education and Innovation (FREIE) Ecosystem: Building on the Quadruple and Quintuple Helix Innovation Concepts and the ‘Mode 3’ Knowledge Production System,” *Journal of the Knowledge Economy*, 2(3). Available at: <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0058-3>.
- Darcy, S. and Dickson, T.J. (2009) “A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences,” *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1). Available at: <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32>.
- Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (2000) “The dynamics of innovation: From National Systems and ‘mode 2’ to a Triple Helix of university-industry-government relations,” *Research Policy*, 29(2). Available at: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4).
- Fadhlani, M., & Subakti, G. E. (2023). Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia. *Indonesian Journal of Halal*, 5(1), 76–80.
- Hasan, H., Nikmah, F., & Pribadi, J. D. (2024). Community Based Approach: Empowering Persons with Disabilities. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences*, 4(2), 743–752.
- Hastuti, I. S., Anggrain, M., & Budiman, I. (2023). Konsep Pariwisata Hijau Bagi Pemulihian Model Pariwisata Indonesia Pasca Pandemi Covid. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 175–188.
- Indonesia (2009) *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009*. Jakarta.
- Indonesia (2016) *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016*. Jakarta.
- Murti, D. C. W., Putra, T. S., & Fauzi, G. A. (2024). Penguatan Pariwisata Inklusif: Dampak Pelatihan Public Speaking untuk Tour Guiding bagi Komunitas Difabel di Difabike. *Jurnal Atma Inovasia*, 4(6), 255–231.
- Pomohaci, M., & Sopa, I. S. (2018). Leisure Sport Activities and Their Importance in Living a Healthy Physical and Psicho-Social Lifestyle. *Scientific Bulletin*, 1(45), 36–43.
- Poria, Y., Reichel, A. and Brandt, Y. (2011) “Dimensions of hotel experience of people with disabilities: An exploratory study,” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5). Available at: <https://doi.org/10.1108/0959611111143340>.

- Pranandari, R. P., Afifah, A. A. N., & Prihatiningtyas, D. (2023). Perkembangan Pariwisata Halal di Indonesia. *Muamalah*, 9(1), 1–14.
- Prathama, A., Nuraini, R. E., & Firdausi, Y. (2020). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan dalam Perspektif Lingkungan. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 1(3), 29–39.
- Saputra, I. P. D. A. (2024). Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan. *Al Mikraj: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(2), 207–217.
- Scheyvens, R. and Biddulph, R. (2018) “Inclusive tourism development,” *Tourism Geographies*, 20(4). Available at: <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>.
- Sumetri, N.W. *et al.* (2022) “Governance Model for Inclusive Tourism Village Development in Klungkung Regency,” in, pp. 602–608. Available at: https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_105.
- Sutawa, G.K. (2012) “Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development,” *Procedia Economics and Finance*, 4. Available at: [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00356-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00356-5).
- Tech in Asia. (2025). Data Pariwisata Indonesia. Diakses dari [https://id.techinasia.com/data-pariwisata-indonesia-.](https://id.techinasia.com/data-pariwisata-indonesia-)
- Zhang, X., Guo, W. and Bashir, M.B. (2022) “Inclusive green growth and development of the high-quality tourism industry in China: The dependence on imports,” *Sustainable Production and Consumption*, 29. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.09.023>.