

Penguatan *Cultural Branding* dan Komitmen Pariwisata Berkelanjutan dalam Pengembangan Desa Wisata Klungkung Jember

Cempaka Paramita*, Gusti Ayu Wulandari, Ika Barokah Suryaningsih, Kristian Suhartadi Widi Nugraha, Fajar Destari, Firjin Safira, Enggita Salsabila, Putra Bagus Trihandoyo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Jember, Jember, Indonesia

Email: ¹*cempaka.feb@unej.ac.id, ²ga.wulandari@unej.ac.id, ³barokah.fe@unej.ac.id, ⁴kristian.fe@unej.ac.id,

⁵fajar.fe@unej.ac.id, ⁶firjinsafira847@gmail.com, ⁷enggitasalsabila235@gmail.com, ⁸putrabagus29082002@gmail.com

(*: corresponding author)

Abstrak—Program pengabdian masyarakat di Desa Klungkung, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember merupakan upaya penguatan *cultural branding* sebagai identitas desa wisata berbasis budaya dengan mengimplementasikan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Hasil pemetaan masalah menunjukkan bahwa *stakeholder* terkait belum bersinergi kuat dalam upaya pengembangan wisata desa. Desa Klungkung juga belum memiliki paket wisata dan *road map* pengembangan wisata jangka panjang. Selain itu, pemahaman dan komitmen untuk mengimplementasikan pariwisata berkelanjutan masih perlu diperkuat. Promosi yang dilakukan masih terbatas karena belum optimalnya penggunaan media sosial. Belum ada video profil wisata komersil sebagai media untuk promosi dan penguatan *branding* desa. Sarana penunjang seperti papan penunjuk jalan/penanda arah dan papan penanda pelestarian lingkungan juga belum ada di sekitar objek wisata. Berdasarkan potensi yang dimiliki, identifikasi permasalahan, dan melihat pada kondisi *real* di lapangan, maka pengabdian masyarakat ini menawarkan solusi penyelesaian melalui beberapa kegiatan yaitu: sosialisasi program, FGD, *capacity building* dengan skema Rembug Desa, pendampingan dan pelatihan insentif, serta pemberian bantuan berupa sarana penunjang wisata. Adapun luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai dengan permasalahan yang dihadapi; pembuatan video profil wisata desa; optimalisasi media sosial untuk promosi dan penguatan *cultural branding*; serta papan penunjuk jalan/penanda arah dan papan tanda pelestarian lingkungan.

Kata Kunci: *Cultural; Branding; Desa; Wisata; Berkelanjutan*

Abstract—The community service program in Klungkung Village, Sukorambi District, Jember, aims to enhance cultural branding as part of its identity as a culture-based tourist village through sustainable tourism principles. Problem mapping reveals that local stakeholders have not yet collaborated effectively to promote tourism. Additionally, the village lacks a commercial tour package and a comprehensive long-term development roadmap, while understanding and commitment to sustainable practices remain insufficient. Current promotional activities are limited due to the underutilization of social media, and there is no promotional video to showcase the village's tourism profile. Furthermore, essential infrastructure, such as road signs and environmental conservation signage, is lacking near tourist attractions. To address these challenges, this community service program proposes several strategic actions, including program socialization, FGDs, and capacity-building activities, including intensive training and mentoring targeted to management and the local society. The expected outcomes include enhanced partner empowerment, development of tourism profile videos, improved social media promotion, stronger cultural branding, and the installation of road and environmental conservation signs.

Keywords: *Cultural; Branding; Sustainability; Tourism; Village*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata berbasis budaya merupakan bagian dari *masterplan* pengembangan wilayah pedesaan di Indonesia yang bertujuan untuk memajukan pariwisata, melestarikan budaya, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Secara konseptual, desa wisata merupakan model pengembangan wilayah yang menggabungkan identitas sosial budaya (termasuk adat istiadat, seni, dan keseharian hidup masyarakat) dan arsitektur atau tata ruang tradisional yang unik dan original, yang ditawarkan dalam komponen pariwisata terpadu yang terdiri dari atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian dan pelestarian budaya lokal secara berkelanjutan (Adenidji & Özçatalbaş, 2021; Yang *et al.*, 2022). Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (<https://jadesta.kememparekraf.go.id/peta>, 2023), per tahun 2023 terdapat 4.781 desa wisata yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya adalah Desa Klungkung di Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember, Jawa Timur. Desa Klungkung merupakan desa wisata dengan luas sekitar 3,59 km², berada di dataran tinggi di lereng Gunung Argopuro, dengan jumlah penduduk sekitar 5.726 jiwa yang sebagian besar bekerja di sektor pertanian (BPS Kabupaten Jember, 2022).

Pada tahun 2023, Desa Klungkung mendapatkan anugerah dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi sebagai Desa Budaya Tahun 2023. Prestasi nasional ini didapat setelah berhasil menyisihkan 230 desa dari seluruh Indonesia. Prestasi ini merupakan bentuk apresiasi dari pemerintah dan masyarakat wisata sekaligus sebagai amanah dan tanggung jawab bagi seluruh *stakeholder* terkait untuk terus mempertahankan dan meningkatkan capaian tersebut. Untuk mewujudkan hal tersebut, kolaborasi Penta Helix ABCGM (Akademisi, Bisnis, *Community* atau Komunitas, *Government*/Pemerintah, serta Media) sangat diperlukan dalam menciptakan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, serta pengalaman, dan nilai manfaat kepariwisataan yang memberikan

dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat (Hakim, 2022). Dalam konteks ini, perguruan tinggi sebagai bagian dari ABCGM, berperan strategis dalam membangun desa wisata berbasis pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) sebagai bentuk implementasi Tri Dharma perguruan tinggi di bidang pengabdian kepada masyarakat. Oleh karena itu, Universitas Jember (Program Pengembangan Desa Binaan di bawah Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat/LP2M) melalui tim pengabdian masyarakat (Kelompok Riset dan Pengabdian/KeRis) berkolaborasi dengan pemerintah desa, pengelola wisata dan masyarakat Desa Klungkung, termasuk sinergi dengan DPC HPI (Dewan Pengurus Cabang Himpunan Pramuwisata Indonesia) Jember dan *stakeholder* lainnya, dalam berbagai program pengembangan Desa Wisata Klungkung Jember.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, penelusuran data sekunder, dan koordinasi dengan Perwakilan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Desa Klungkung memiliki beragam potensi wisata untuk terus dikembangkan terutama dengan penguatan pada budaya lokal sebagai identitas utama (*cultural branding*). Objek wisata unggulan Desa Klungkung adalah wisata Ghir Songai (taman wisata di pinggir sungai yang dilengkapi fasilitas gazebo dan permainan tradisional panahan, egrang, dan bakiak) dan Air Terjun Tunjung Angin. Selain itu, Desa Klungkung juga memiliki objek wisata alam Batu Ampar, Museum Kalijompo, Wisata dan Perkebunan Kalijompo, Kampung Edukasi Kambing, serta Sembah Lanceng (wisata berbasis religi). Semua objek wisata tersebut masih sangat membutuhkan sentuhan artistik agar tampilannya lebih atraktif dan bisa menarik lebih banyak pengunjung. Selama ini, promosi yang dilakukan juga masih sangat minim. Belum banyak informasi di *website* maupun konten kreatif di media sosial, baik dari media sosial yang dimiliki Desa Klungkung (<https://www.instagram.com/desaklungkung/>), maupun media sosial lain khusus ulasan wisata, yang mempromosikan semua objek wisata Desa Klungkung.

Mengacu pada perspektif kebudayaan (khususnya dalam literatur semiotik pemasaran), konsep *brand positioning* disebut sebagai *brand narrative* (Rossolatos, 2013) atau *cultural branding* (Holt and Cameron, 2010). Menurut Holt dan Cameron (2010), *cultural branding* merupakan konsep penguatan atau penggabungan merek dengan cara yang sugestif dan kredibel dengan ide budaya yang tepat. Implementasi konsep *cultural branding* pada desa wisata bertujuan untuk menguatkan identitas budaya yang dimiliki desa tersebut yang membuatnya unik dan berbeda dengan desa lainnya dan mengembangkan semua kearifan lokal yang dimiliki. Identitas budaya tersebut sangat penting untuk *brand positioning* desa agar mereka memiliki ciri khas yang membuat wisatawan selalu mengingat desa tersebut. Pendekatan *cultural branding* ini juga didasarkan pada asumsi bahwa modal budaya dan sejarah yang ada dapat menjadi modal yang berperan dalam perekonomian desa sekaligus mendukung mata pencaharian asli penduduk setempat (Chen *et al.*, 2021; Št' Astná *et al.*, 2020). Desa Klungkung yang memiliki kekayaan seni dan budaya daerah yang kuat sangat tepat untuk dikembangkan menjadi desa wisata berbasis budaya. Beberapa atraksi budaya yang dimiliki adalah "Kaodhi'en" yaitu Festival Ketahanan Pangan Lereng Argopuro dalam rangka implementasi Program Pemajuan Kebudayaan Desa dan Rangkaian *Event* Galang Gerak Budaya Tapal Kuda 2023. Beberapa *event* budaya lain yang juga rutin dilakukan adalah Tasyakuran Bersih Desa, Ritual Ritus Sandorellang untuk memperingati 1 Suro Tahun Baru Islam, dan Karnaval Budaya setiap tanggal 17 Agustus untuk memperingati hari kemerdekaan Indonesia. Desa Klungkung juga memiliki kesenian lokal Patrol Remika, Kesenian Ludruk Hasib Budaya, Kesenian Ludruk Sumber Mawar, Kesenian Pencak Silat Garda Pati, Kesenian Pencak Silat Rukun Pemuda, dan Seni Ukir Rumah Merpati. Di Desa Klungkung juga terdapat Rumah Adat Pacenan sebagai salah satu objek wisata.

Selain penguatan *cultural branding*, wisata ramah lingkungan yang mendukung aspek pariwisata berkelanjutan saat ini tengah menjadi tren dalam pengembangan industri pariwisata, terutama bagi desa wisata. Pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pariwisata yang mempertimbangkan dampak sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan dari aktivitas wisata yang bertujuan untuk memastikan bahwa pariwisata memberikan manfaat positif jangka panjang bagi masyarakat setempat dan generasi mendatang, menjaga keanekaragaman budaya, serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan (Streimikiene *et al.*, 2021; Thullah & Jalloh, 2021). Mengacu pada Peraturan Menteri Pariwisata No. 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan (<https://peraturan.bpk.go.id/Details/171159/permenpar-no-14-tahun-2016>), terdapat 4 (empat) pilar utama pengembangan pariwisata berkelanjutan, sejalan dengan kriteria yang dirumuskan oleh Global Pariwisata Berkelanjutan Council, yaitu: pengelolaan destinasi pariwisata/*sustainable management*, pemanfaatan ekonomi/*sustainable economy*, pelestarian budaya/*sustainable culture*, dan pelestarian lingkungan/*sustainable environment*. Pendekatan pariwisata berkelanjutan sejalan dengan semangat SDGs, yang mengusung tema pemberdayaan dan keberlanjutan (Linggarwati *et al.*, 2022). Melihat pada manfaat dari pariwisata berkelanjutan tersebut, maka pengembangan wisata Desa Klungkung sebagai desa budaya berbasis pariwisata berkelanjutan merupakan sebuah keharusan untuk menjaga kelestarian potensi wisata yang dimiliki.

Selama ini, pemerintah desa, pengelola wisata, dan masyarakat Desa Klungkung sudah melakukan beberapa upaya untuk pengembangan Klungkung sebagai desa wisata. Namun, dalam membangun suatu destinasi wisata yang lebih mandiri dan *sustainable* dibutuhkan masih banyak proses dan penanganan yang berkelanjutan (Alsharif *et al.*, 2024). Kolaborasi dari berbagai sektor serta pendampingan intensif dengan mitra merupakan kunci utama untuk membangun komunitas (Purwaningtyas *et al.*, 2021). Pembangunan desa wisata dengan pendekatan

Community Based Tourism atau CBT merupakan kegiatan yang bersifat holistik serta membutuhkan proses dan waktu (Nugraha *et al.*, 2024). Secara umum, beberapa masalah yang dihadapi dalam pengembangan Desa Klungkung adalah belum adanya kerja sama sinergis yang solid antar pihak terkait, pemahaman dan komitmen untuk mengimplementasikan pariwisata berkelanjutan yang masih belum kuat, belum dikenalnya Desa Klungkung sebagai desa wisata budaya karena minimnya promosi yang dilakukan (media sosial yang dimiliki desa belum dimanfaatkan secara optimal) dan belum memiliki paket dan *road map* pengembangan wisata jangka panjang, belum ada rambu-rambu atau penanda jalan yang jelas, serta beberapa sarana dan prasarana penunjang wisata masih belum memadai. Pembuatan papan petunjuk jalan/penanda arah titik strategis dekat tepatnya di persimpangan jalan menuju Desa Klungkung merupakan sarana pendukung wisata yang sangat penting mengingat bahwa lokasi Desa Klungkung yang cukup jauh dari akses jalan raya utama Kabupaten Jember. Selain itu, untuk meningkatkan kesadaran pengunjung agar selalu menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar ketika berwisata di Desa Klungkung, maka perlu diberi rambu-rambu peringatan dalam bentuk papan tanda pentingnya menjaga kelestarian lingkungan alam. Papan tanda ini dapat diletakkan di titik tertentu yang mudah dilihat pengunjung dari berbagai arah dengan tulisan yang dapat terbaca dan mudah dipahami.

Selama beberapa tahun terakhir, Desa Klungkung telah menjadi objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Universitas Jember, melalui skema pengabdian Desa Binaan dan Program Mahasiswa Berdesa (Promahadesa) di bawah LP2M maupun program pengabdian mandiri. Fokus kegiatan pengabdian tersebut pada umumnya ada pada bidang manajemen kebencanaan, masalah sosial kemasyarakatan (pernikahan dini), pelestarian seni dan budaya lokal, pengembangan bisnis UMKM lokal, dan pengelolaan sumber daya air dengan berbasis pada pengembangan masyarakat. Masih belum ada kegiatan pengabdian yang secara spesifik fokus pada pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan penguatan *cultural branding* sebagai identitas dan keunggulan utama Desa Klungkung. Oleh karena itu, berangkat dari permasalahan yang ada, maka tim pengabdian kepada masyarakat (dosen dan mahasiswa) yang tergabung dalam KeRis RisMart (*Tourism Marketing Management*) memberikan beberapa alternatif solusi atau penyelesaian masalah dengan mengangkat tema utama terkait penguatan *cultural branding* dan komitmen pariwisata berkelanjutan sebagai strategi pengembangan Desa Klungkung, menguatkan *positioning*-nya sebagai desa wisata budaya. Aktivitas pengabdian masyarakat yang dilakukan sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dengan pendekatan SBE (*sustainable business environment*), yang mana Universitas Jember melalui LP2M, dalam kegiatan pengabdian telah mengacu pada keberlanjutan proses, ekonomi, ekologis, sosial (terutama regenerasi) dan tentunya keberlanjutan kelembagaan.

2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian di Desa Klungkung Kecamatan Sukorambi Kabupaten Jember mengadopsi metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang mana metode ini mengakomodasi dan mengkolaborasi seluruh pihak yang terkait untuk bersama-sama meningkatkan keterampilan dengan melibatkan fasilitator sebagai tim pengarah (Darwis *et al.*, 2020; Maulani *et al.*, 2020; Muhsin *et al.*, 2018; Paramita *et al.*, 2022). Metode PRA memungkinkan masyarakat secara bersama-sama melakukan analisis terhadap masalah dengan cara merumuskan perencanaan dan kebijakan secara mandiri (Trapsila 2017). Dengan demikian, penggunaan metode PRA dalam pemberdayaan masyarakat membuka ruang partisipatif yang luas bagi masyarakat untuk menentukan program-program prioritas dalam bentuk aksi yang nyata, pengawasan, dan evaluasi kebijakan yang berpengaruh terhadap kehidupan mereka (Rahadi, 2018).

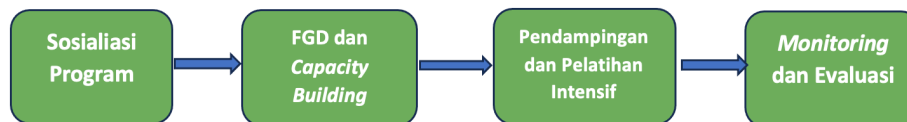
Penggunaan metode PRA dalam pengabdian ini memungkinkan berbagai pihak terkait yaitu pemerintah desa, Pokdarwis, BUMDES, perangkat desa, dan masyarakat lokal Desa Klungkung Jember untuk secara aktif berpartisipasi dan berkolaborasi dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dengan tim pelaksana pengabdian dari Universitas Jember sebagai fasilitator dari luar, maupun *stakeholder* lain, yang kemudian saling berbagi informasi, serta mendesain perencanaan dan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi Desa Klungkung dalam proses pengembangan desa tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, berbasis metode PRA, tim pelaksana menawarkan beberapa solusi dalam bentuk kegiatan seperti yang disajikan dalam Gambar berikut:

- a. Survei awal program pada bulan Januari 2024. Tim pengabdian melakukan survei awal ke lokasi untuk melihat kondisi di lapangan dan berdiskusi dengan perwakilan dari Pokdarwis dan aparat desa terkait masalah yang dihadapi dan terkait rencana kegiatan yang akan dilakukan ke depan.
- b. Sosialisasi program pada bulan Juni 2024. Tahapan selanjutnya adalah sosialisasi terkait berbagai kegiatan yang akan dilaksanakan bersama mitra dan *stakeholder* terkait selama program pengabdian.
- c. *Focus Group Discussion* (FGD) dan *Capacity Building* pada bulan Juli dan Agustus 2024. FGD dilakukan secara intensif terkait penentuan spesifik untuk hari pelaksanaan dan lokasi kegiatan pendampingan dalam bentuk edukasi atau pelatihan bagi perwakilan Pokdarwis, BUMDES, aparat desa, para pengelola berbagai objek wisata dan bisnis penunjang wisata di Desa Klungkung termasuk juga masyarakat lokal. Selain itu, tim pengabdian

juga melakukan *capacity building* dengan skema “Rembug Desa” untuk penguatan kelembagaan dan organisasional terutama pada pihak-pihak dalam manajemen inti pengelolaan Desa Klungkung. Rembug Desa tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan solidaritas, soliditas, dan rasa saling memiliki antar pengelola sehingga mereka dapat bersama-sama memajukan dan mengembangkan desanya menjadi desa wisata unggulan di Kabupaten Jember.

d. Pendampingan dan Pelatihan Intensif pada bulan Juni hingga November 2025:

1. Pelatihan terkait penyusunan paket wisata dan *road map* pengembangan wisata serta dan pelatihan terkait pariwisata berkelanjutan. Melalui pelatihan ini mitra dan pihak-pihak terkait akan diberi pemahaman mendalam terkait bagaimana membuat paket-paket wisata komersil sesuai potensi yang dimiliki, menyusun *road map* pengembangan wisata jangka panjang sekaligus menekankan pentingnya mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan agar pelestarian lingkungan sekitar dapat tetap terjaga dan meminimalisir kerusakan alam.
 2. Pendampingan pembuatan video profil wisata komersil. Video ini dibutuhkan sebagai media promosi yang dipublikasikan di berbagai media sosial baik yang dimiliki secara resmi oleh pengelola wisata Desa Klungkung maupun *stakeholder* terkait. Isi video akan fokus pada penguatan *cultural branding* Desa Klungkung.
 3. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten promosi dan optimalisasi penggunaan media sosial untuk promosi dan memperkuat *cultural branding* Desa Klungkung. Promosi wisata menggunakan konten berbasis digital dapat meningkatkan citra positif destinasi wisata (Tanjung *et al.*, 2024:) yang mana pada akhirnya akan menarik minat kunjungan wisata (Baber & Baber, 2023; Ahmad *et al.*, 2021). Fokus konten yang akan dipublikasikan di berbagai media sosial yang dimiliki Desa Klungkung, terutama Instagram: <https://www.instagram.com/desaklungkung/>, adalah konten terkait promosi berbagai objek wisata yang dimiliki, khususnya yang menonjolkan keindahan alam dan budaya dengan berbasis pariwisata berkelanjutan.
- e. Kegiatan *monitoring* dan evaluasi (*monev*) dilaksanakan dalam bentuk diskusi bersama antara tim pengusul dengan mitra. Seluruh kegiatan yang telah terlaksana kemudian dilakukan *monev* mulai dari sosialisasi program hingga pelaksanaan keseluruhan program. Pada saat tertentu tim pengabdian juga dapat sesekali datang ke Desa Klungkung untuk mengetahui bagaimana perkembangan kegiatan pariwisata di desa tersebut dan kemungkinan pengembangan kerjasama di masa mendatang.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat di Desa Klungkung Jember

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengacu pada program kegiatan, sejauh ini, program pengabdian desa binaan di Desa Klungkung Jember telah terlaksana dengan baik dan lancar, meskipun ada beberapa penyesuaian. Adapun serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Sosialisasi Program. Pada bulan Juni 2024, tim pengabdian melakukan sosialisasi rencana program kegiatan pengabdian bersama dengan perwakilan mitra dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Pokdarwis, perwakilan perangkat desa, dan perwakilan bisnis/UMKM lokal (lihat Gambar 2). Dalam kegiatan ini juga dilakukan konsolidasi awal terkait berbagai program yang akan dilaksanakan berdasarkan observasi lanjutan langsung di Desa Klungkung dan pemetaan ulang terhadap potensi wisata desa. Tim pengabdian mengunjungi balai desa, wisata Ghir Songai, wisata kuliner lokal, menyusuri jalan di sekitar beberapa titik wisata potensial dan juga berdiskusi dengan masyarakat sekitar. Hasil dari kegiatan sosialisasi ini adalah terkait jadwal spesifik pelaksanaan program pengabdian masyarakat dan kesiadaan masyarakat lokal serta *stakeholders* terkait lainnya untuk berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Mitra dari pihak desa berkontribusi dalam penyediaan tempat dan sarana pendukung (meja, kursi, tikar, proyektor, dan TV/LCD) dilakukannya kegiatan FGD, *capacity building*, dan pelatihan intensif. Mitra dari pihak Pokdarwis juga akan membantu dalam proses distribusi undangan kegiatan pada pihak-pihak terkait.



Gambar 2. Sosialisasi Rencana Program Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

- b. FGD dan *Capacity Building* dalam Skema “Rembug Desa”. Pada bulan Juli dan Agustus 2024, tim pengabdian melaksanakan FGD dan *capacity building* (lihat Gambar 3) dalam skema Rembug Desa yang bertempat di area Ghir Songai. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan sinergitas dan kolaborasi serta menyamakan persepsi dan visi misi antar *stakeholder* dari unsur Penta Holix ABCGM (akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media) untuk bersama-sama memajukan Desa Klungkung sebagai desa wisata, khususnya berbasis wisata budaya. Kegiatan FGD dan Rembug Desa dihadiri oleh tim pengabdian, perwakilan dari aparat desa, BUMDES, Pokdarwis, penggiat wisata Jember, kader Rumah Desa Sehat (RDS), pelaku bisnis wisata, dan masyarakat yang tinggal di sekitar Ghir Songai. Pihak-pihak yang hadir sangat antusias. Diskusi berlangsung intensif dan kondusif yang mana masing-masing pihak memberikan opini dan keluh kesahnya terhadap pengembangan wisata Desa Klungkung selama ini. Dari hasil kegiatan ini, didapatkan banyak *insight* baru yang kemudian menjadi dasar penyesuaian terhadap program-program lanjutan yang akan dijalankan oleh tim pengabdian dari FEB UNEJ. Pihak terkait juga menyepakati terkait kegiatan lanjutan yang akan dilaksanakan termasuk bantuan fisik yang benar-benar dibutuhkan saat ini.



Gambar 3. FGD dan *Capacity Building* dalam Skema “Rembug Desa”

- c. Pendampingan dan Pelatihan dalam Pembuatan Video Profil Wisata, Konten Promosi, dan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial. Tim pengabdian masyarakat memberikan pelatihan dalam pembuatan video profil wisata komersil Desa Klungkung. Dalam beberapa kali kunjungan ke Desa Klungkung dari bulan Juni hingga November 2024, tim dosen dan mahasiswa juga sekaligus melakukan dokumentasi dalam bentuk foto dan video (*footage*) sebagai bahan untuk membuat video profil dan konten wisata komersil yang akan digunakan sebagai alat promosi. Data-data tambahan dalam bentuk data primer berupa informasi dari hasil wawancara dan observasi langsung juga digali lebih mendalam. Selain itu, juga dilakukan penelusuran dan analisis sekunder pendukung untuk memperkuat informasi pada video profil wisata Desa Klungkung. Pembuatan

video profil ini difokuskan pada berbagai kegiatan kebudayaan yang ada di Desa Klungkung untuk semakin menguatkan *cultural branding* desa tersebut. Video profil tersebut kemudian akan dipublikasikan di Instagram FEB UNEJ, Instagram Desa Klungkung, dan YouTube resmi milik FEB dan LP2M UNEJ. Video profil ini akan aktif digunakan untuk mempromosikan keindahan wisata Desa Klungkung terutama dari sisi identitas kebudayaan yang kuat. Dalam video tersebut akan ditampilkan berbagai *events* maupun ikon wisata berbasis seni dan budaya (seperti kegiatan Tasyakuran Bersih Desa, Ritual Ritus Sandorellang, Karnaval Budaya, Patrol Remika, Kesenian Ludruk Hasib Budaya, Kesenian Ludruk Sumber Mawar, Kesenian Pencak Silat Garda Pati, Kesenian Pencak Silat Rukun Pemuda, dan Seni Ukir Rumah Merpati) serta keindahan objek wisata alam (air terjun, Ghir Songai, rumah adat lokal) yang menjadi daya tarik utama Desa Wisata. Selain pendampingan dalam pembuatan video profil, tim pengabdian juga memberikan pelatihan terkait pembuatan konten promosi dan optimalisasi penggunaan Instagram sebagai media promosi wisata Desa Klungkung. Konten promosi akan fokus pada pemberitaan informasi positif dan *marketable* terkait berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Klungkung. Optimalisasi media sosial dilakukan dengan aktif mempublikasikan berbagai objek wisata dan *events* budaya desa dalam bentuk Instagram *story* maupun *reels* (foto dan video). Bahasa yang digunakan adalah bahasa khas konten promosi digital untuk wisata sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Desa Klungkung. Dengan adanya video profil wisata komersil yang atraktif dan memiliki identitas budaya yang kuat, tentunya dapat menambah citra positif *event* budaya Desa Klungkung untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Paramita *et al.* (2025) yang telah membuktikan bahwa sikap positif wisatawan dapat terbentuk dari adanya citra positif *event* budaya yang akan meningkatkan kecenderungan untuk kunjungan ulang. Selama kegiatan ini, seluruh mitra pengabdian berpartisipasi aktif baik sebagai penyedia informasi terkait Desa Klungkung, nara sumber dalam video profil, *talent* sebagai aktor dalam video, dan membantu dalam mengarahkan ke lokasi-lokasi pengambilan video.

- d. Pelatihan Penyusunan Paket dan *Road Map* Pengembangan Wisata Berbasis Pariwisata Berkelanjutan. Sebagai upaya untuk meningkatkan kapabilitas SDM pengelola wisata di Desa Klungkung, maka perlu diberikan pemahaman dan peningkatan keterampilan melalui berbagai pelatihan intensif. Pada bulan November 2024 diadakan pelatihan penyusunan paket dan *road map* pengembangan wisata berbasis pariwisata berkelanjutan (lihat Gambar 4) bertempat di Balai Desa Klungkung. Pemateri berasal dari pakar dan praktisi pariwisata, yaitu perwakilan dari DPC HPI Jember, bersama seluruh tim pengabdian. Pelatihan diikuti oleh peserta yang terdiri dari Kelompok Masyarakat dan Pokdarwis Desa Klungkung serta perangkat desa yang aktif dalam pengelolaan wisata budaya serta ekowisata Desa Klungkung. Pemberian pelatihan penyusunan paket wisata bertujuan agar pengelola Desa wisata Klungkung dapat lebih aktif dalam mempromosikan semua atraksi wisata di desa tersebut dengan mengeksplorasi potensi-potensi wisata yang kompeten dan menarik untuk dijadikan satu rangkaian paket wisata bagi pengunjung. Dari hasil pelatihan tersebut, pengelola wisata diharapkan agar dapat lebih semangat dan termotivasi untuk mempromosikan potensi wisata daerah sebagai upaya untuk menarik para wisatawan agar berkunjung menikmati semua atraksi wisata yang ada di Desa wisata Klungkung. Pelatihan dilakukan secara intensif berbasis pada konsep pariwisata berkelanjutan sehingga para pengelola wisata dapat menjaga kelestarian budaya dan lingkungan Desa Klungkung. Peningkatan kapabilitas SDM sebagai *human capital* dalam pengembangan desa wisata sangatlah penting karena merekalah yang menjadi penggerak dan pemelihara keberlangsungan pariwisata jangka panjang (Wulandari *et al.*, 2025).



Gambar 4. Pelatihan Penyusunan Paket Wisata dan *Road Map* Pengembangan Wisata berbasis Pariwisata Berkelanjutan.

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, Desa Klungkung memiliki beberapa *event* budaya. Pemberian pelatihan penyusunan paket dan *road map* wisata juga fokus pada manajemen *event* budaya yang rutin diadakan selama ini. Tim pengabdian memberikan pemahaman dan pengetahuan pada tim pelaksana *event* agar semua *event* budaya yang diadakan di Desa Klungkung dapat dilaksanakan dengan mempertimbangkan

aspek-aspek lingkungan dan keberlanjutan jangka panjang agar menghasilkan produk wisata yang dapat menyejahterakan masyarakat sekitar dan berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Selain wisata alam, potensi lainnya yang juga dapat dieksplorasi sebagai salah satu pendukung produk wisata adalah pembuatan *souvenir* seperti kerajinan ukiran dan bambu, rumah rajut, serta beberapa *merchandise* yang dapat ditawarkan pada pengunjung wisata yang sayangnya juga masih belum dipromosikan dengan lebih giat sebagai produk wisata (oleh-oleh) yang dapat dibeli oleh masyarakat secara luas baik ketika berkunjung ke Desa Klungkung di gerai *offline* ataupun dijual di *platform online* (misalnya *marketplace* Shopee atau *website* dan *social commerce* seperti TikTok Shop). Penyusunan paket wisata ini tentunya perlu mendapat *support* penuh dari komunitas yang terlibat yaitu dari perangkat desa, BUMDes/Pokdarwis, bisnis lokal, dan masyarakat. Tim pengabdian aktif dalam mendampingi proses penyusunan paket wisata untuk tujuan komersil berisi atraksi-atraksi wisata yang dapat dinikmati dalam paket wisata Desa Klungkung. Seperti yang dikemukakan oleh Sirine *et al* (2023), penyusunan paket wisata dapat meningkatkan motivasi dan minat kunjungan wisatawan ke desa yang akhirnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Paket wisata juga merupakan upaya untuk mengemas potensi budaya dan kearifan lokal serta meningkatkan sinergitas dan *linkage* pengelola wisata, masyarakat, serta pemangku daerah dalam *Community Based Tourism* (Prasiasa, 2021). Selama kegiatan pendampingan dan pelatihan intensif, mitra pengabdian berkontribusi dalam mengakomodasi penyediaan sarana dan prasarana pendukung. Selain memberikan bantuan dalam bentuk pendampingan dan pelatihan intensif, tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan bantuan untuk perbaikan sarana berupa papan penunjuk arah, papan tanda pelestarian lingkungan, dan papan informasi yang sekaligus berfungsi menjadi *spot selfie* yang akan diletakkan di kawasan wisata Ghir Songai. Selain itu, bantuan juga diberikan untuk melakukan renovasi (pengecatan dan perbaikan furnitur) Rumah Adat Pacenan sebagai salah objek wisata desa. Kegiatan pembuatan sarana penunjang wisata ini dilakukan oleh mitra pengabdian secara gotong royong mulai dari proses desain hingga peletakan di area-area wisata di Desa Klungkung. Pemberian bantuan papan penunjuk arah tentunya sangat bermanfaat dalam membantu para wisatawan untuk mengakses Desa Klungkung sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Papan tanda pelestarian lingkungan dapat menjadi rambu peringatan bagi para pengelola wisata, wisatawan, dan masyarakat sekitar untuk selalu menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar. *Spot selfie* di area sekitar wisata memfasilitasi wisatawan untuk melakukan pengambilan foto yang harapannya tidak hanya untuk dokumentasi pribadi tapi juga dapat dipublikasikan di akun sosial media mereka masing-masing (misalnya melalui Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, dan YouTube) sehingga turut berperan dalam mempromosikan keindahan wisata di Desa Klungkung.

- e. Kegiatan *Monitoring* dan *Evaluasi*. Tim pengabdian masyarakat juga melakukan monev untuk memastikan bahwa semua kegiatan yang dilakukan berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan dan target atau capaian kegiatan. Monev dilakukan sebanyak 4 (empat) kali seperti yang ditampilkan pada Gambar 5. Monev awal dilakukan dengan pendampingan dari LP2M Universitas Jember sekaligus melaporkan kemajuan kegiatan tepatnya pada bulan Juli 2025. Kemudian monev dilakukan juga pada bulan November tahun 2025 bersamaan dengan kegiatan Kolokium Hibah Internal Universitas Jember Tahun 2025 sebagai *event* tahunan untuk diseminasi hasil penelitian dan pengabdian masyarakat civitas akademik. Monev ketiga dilakukan pada bulan November dalam bentuk kunjungan langsung ke lapangan pada saat seluruh program telah terlaksana untuk memastikan bahwa mitra dan masyarakat sekitar benar-benar menerima manfaat dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Kemudian pada bulan Januari 2025, tim pengabdian juga melakukan kunjungan lapang untuk melihat apakah sarana fisik yang diberikan digunakan dan dipelihara dengan baik agar dapat bermanfaat dalam jangka panjang. Dalam kegiatan monev ini, mitra memberikan laporan bahwa semua yang telah diberikan sudah dimanfaatkan dengan baik dan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan ke Desa Klungkung dan semakin dikenalnya desa tersebut sebagai salah satu desa wisata di Jember yang berbasis budaya.



Gambar 5. Kegiatan Monev dan Kolokium Hibah Pengabdian Masyarakat Universitas Jember 2025

Berdasarkan keseluruhan rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Klungkung Jember, luaran yang telah dicapai, terutama terkait peningkatan keberdayaan mitra, adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan profesionalisme dan penguatan sinergitas dalam pengelolaan Desa Wisata Klungkung oleh pemerintah desa, BUMDES, Pokdarwis, pemilik bisnis lokal, masyarakat, serta *stakeholder* terkait lainnya.
- b. Peningkatan kompetensi (pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku) mitra dalam mewujudkan Desa Klungkung menjadi desa wisata budaya yang berbasis pariwisata berkelanjutan
- c. Video profil komersil Desa Klungkung yang akan digunakan sebagai media promosi dan penguatan *cultural branding*. Selain itu, tim pengelola media sosial dan promosi wisata Desa Klungkung memiliki kecakapan dan kreativitas dalam membuat konten wisata komersil dan optimalnya penggunaan media sosial sebagai saran promosi dan penguatan *branding*.

Meskipun kegiatan pengabdian di tahun 2024 ini sudah terlaksana, namun tim pengabdian masyarakat akan terus menjalin komunikasi dan kerja sama dengan seluruh *stakeholder* terkait untuk pengembangan wisata Desa Klungkung agar dapat menjadi salah satu desa wisata unggulan di Kabupaten Jember. Kerja sama tersebut untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian yang telah dilakukan akan terus berlanjut secara kelembagaan dengan potensi lanjutan pada tahun-tahun mendatang dan tidak hanya fokus pada aspek wisata saja, tapi juga aspek lain seperti lingkungan, ekonomi, dan sosial masyarakat lainnya. Implikasi tindak lanjut di masa mendatang dapat diwujudkan antara lain dalam bentuk peningkatan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan besar (melalui skema CSR atau *Corporate Social Responsibility* misalnya dengan pemberian bantuan sarana prasarana fisik penunjang wisata, pemberian pelatihan lanjutan untuk para pengelola wisata desa, serta bermitra dengan para *influencer* lokal maupun nasional untuk membuat konten wisata yang mempromosikan keindahan Desa Klungkung.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian di Desa Klungkung Jember telah dilaksanakan dengan baik dan lancar terbukti dari adanya kerja sama yang sinergis dan terdapat peningkatan keberdayaan mitra serta kesadaran dan komitmen para *stakeholder* dalam upaya pengembangan wisata Desa Klungkung Jember. Semua program mulai dari survei awal, sosialisasi, pendampingan dalam bentuk pelatihan, pemberian bantuan sarana penunjang wisata, hingga tahap *money* berhasil diselesaikan sesuai *time line* kegiatan dan mendapatkan respons positif khususnya dari pengelola dan masyarakat Desa Klungkung. Promosi Desa Klungkung sebagai desa wisata berbasis budaya akan terus dilakukan terutama setelah adanya video profil komersil yang menampilkan berbagai objek wisata unggulan serta *event* budaya yang rutin diadakan oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Hal tersebut tentunya akan semakin memperkuat identitas budaya atau *cultural branding* Desa Klungkung yang membedakannya dengan desa wisata lainnya yang ada di Kabupaten Jember maupun di Propinsi Jawa Timur. Promosi ini diharapkan dapat membuat Desa Klungkung semakin dikenal di tingkat lokal, nasional, regional, bahkan internasional dan dapat menarik lebih banyak wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mengunjungi desa tersebut. Pemberian bantuan dalam bentuk perbaikan sarana penunjang wisata diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik dan dilakukan pemeliharaan rutin. Selain itu, dengan adanya pelatihan tentang pariwisata berkelanjutan serta penyusunan paket dan *road map* wisata, diharapkan dapat memperkuat komitmen pengelola wisata dan masyarakat setempat sehingga dalam jangka panjang Desa Klungkung dapat menjadi contoh desa wisata unggulan berwawasan budaya dan lingkungan. Seperti yang dikemukakan oleh Chen *et al.* (2020) dan Nugraha *et al.* (2024), desa wisata berbasis budaya dan pariwisata berkelanjutan merupakan langkah strategis dalam pengembangan suatu kawasan dengan tetap berwawasan lingkungan untuk memastikan bahwa kegiatan berwisata harus berdampak positif bagi perkembangan ekonomi dan pelestarian lingkungan, di masa kini dan masa mendatang. Dalam jangka panjang, diharapkan agar seluruh *stakeholder* terkait dapat terus bersinergi untuk mengembangkan, menjaga, dan melestarikan warisan budaya Desa Klungkung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenidji, E. M. C., & Özçatalbaş, O. (2021). Rural tourism and sustainable development: A bibliometric analysis. *Uluslararası Kırsal Turizm Ve Kalkınma Dergisi/International Rural Tourism and Development Journal*, 5(2), 56-69.
- Alsharif, A., Isa, S. M., & Alqudah, M. N. (2024). Smart tourism, hospitality, and destination: A systematic review and future directions. *Journal of Tourism and Services*, 15(29), 72-110.
- Ahmad, A., Jamaludin, A., Zuraimi, N. S. M., & Valeri, M. (2021). Visit intention and destination image in post-Covid-19 crisis recovery. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2392-2397.
- Baber, R., & Baber, P. (2023). Influence of social media marketing efforts, e-reputation and destination image on intention to visit among tourists: application of SOR model. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(5), 2298-2316.
- BPS Kabupaten Jember. (2022). *Kecamatan Sukorambi dalam Angka 2022*.
- Chen, Z., Ren, X., & Zhang, Z. (2021). Cultural heritage as rural economic development: Batik production amongst China's Miao population. *Journal of Rural Studies*, 81, 182-193.

- Chen, X., Cheng, Z. Feng, & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–24. <https://doi.org/10.3390/su12051904>.
- Darwis, R. S., Resnawaty, R., & Nuriyah, E. (2020). Peningkatan Sensitivitas Kepemimpinan Lokal Dalam Pengelolaan Sungai Citarum Melalui Teknik Participatory Rural Appraisal (Pra) Di Desa Rancamanyar. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 48–59.
- Hakim, A. M. (2022). Strategi Pentahelix Pada Perencanaan Pariwisata di Desa Hegarmukti, Cikarang, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 4(1), 33–41.
- Holt D., & Cameron D. (2010). *Cultural Strategy*, Oxford University Press, New York. <https://jadesta.kememparekraf.go.id/peta> (Diakses pada 20 Januari 2024)
- <https://peraturan.bpk.go.id/Details/171159/permenpar-no-14-tahun-2016> (Diakses pada 20 Januari 2024)
- Linggarwati, T., Haryanto, A., & Darmawan, R. M. A. B. (2022). Implementasi SDGs Di desa pandak, kecamatan baturraden, kabupaten banyumas. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed* (Vol. 11, No. 1).
- Maulani, G., Rahardja, U., Hardini, M., Izzaty, R. D., Aini, Q., & Santoso, N. P. L. (2020). Educating farmers using participatory rural appraisal construct. *2020 Fifth International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–8.
- Muhsin, A., Nafisah, L., & Siswanti, Y. (2018). *Participatory Rural Appraisal (PRA) for Corporate Social Responsibility (CSR)* (1st ed.). Deepublish.
- Nugraha, K. S. W., Paramita, C., Wulandari, G. A., Suryaningsih, I. B., Destari, F., & Ramadina, N. A. (2024). Penguatan kelembagaan dan cultural branding Desa Kamal Jember menuju desa wisata sejarah dan budaya berbasis sustainable tourism. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 4403-4414.
- Paramita, C., Wulandari, G. A., & Salsabila, R. A. (2025). Enhancing Revisit Intention To Jember Fashion Carnival: The Role Of Celebrity Endorsement, Event Image, And Visitor Attitude. *Jurnal Mebis*, 10(1), 51-65.
- Paramita, C., Destari, F., & Nugraha, K. S. W. (2022). Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan manajemen usaha dalam menghadapi persaingan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(1), 159-165.
- Prasiasa, D. P. O. P. (2021). *Buku Paket Wisata Desa Wisata Baha* (Vol. 1). Pustaka Larasan.
- Purwaningtyas, A., Yustita, A. D., & Ermawati, E. A. (2021). Evaluasi pengelolaan desa wisata gintangan banyuwangi sebagai upaya pengembangan. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) KE VII*, 7(2), 278–285.
- Rahadi, D. R. (2018). Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif. *Firm Journal of Management Studies*, 3 (1): 16–31.
- Rossolatos, G. (2013, October). Brand equity planning with structuralist rhetorical semiotics: A conceptual framework. In *42nd European Marketing Academy Conference Proceedings (EMAC)*. Istanbul, Turkey (pp. 4-7).
- Sirine, H., Petrisia, G. M. C., Situmorang, U. E., Margaretha, Y. A., Triantoro, A., Noviana, I. G., & Simanungkalit, D. F. (2023). Program Perancangan Paket Wisata dan Simulasi Pengunjung sebagai Upaya Pembangunan Pariwisata Desa. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1611–1624.
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Pariwisata berkelanjutan development and competitiveness: the systematic literature review. *Sustainable development*, 29 (1), 259-271.
- Št' Astná, M., Vaishar, A., Brychta, J., Tuzová, K., Zloch, J., & Stodolová, V. (2020). Cultural tourism as a driver of rural development. Case study: Southern Moravia. *Sustainability*, 12(21), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su12219064>.
- Tanjung, H., Tanjung, I. S., & Astuti, R. (2024). Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital Tourism di Kabupaten Tapanuli Tengah. *PERSPEKTIF*, 13(3), 700-707.
- Thullah, A., & Jalloh, S. A. (2021). A review of the economic, social and environmental impacts of tourism development. *American Journal of Theoretical and Applied Business*, 7(2), 39-46.
- Trapsila, A. P. (2017). Pengembangan Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh (ZIS) Berbasis Energi Terbarukan Di Indonesia. *El Dinar* 5 (1): 9–16.
- Wulandari, G. A., Nugraha, K. S. W., Paramita, C., Suryaningsih, I. B., Sari, T. P. N., & Cahyani, D. W. (2025). Pengembangan Marketing Capability Wisata Bahari Puger Berbasis Sustainability. *Abdimas Universal*, 7(1), 229-235.
- Yang, Q., Li, J., & Tang, Y. (2022). The dilemma of the great development of rural tourism from the sustainable environment perspective. *Journal of environmental and public health*, 2022(1), 1-11,