ALKHIDMAD
Jurnal Pengabdian Masyarakat

ISSN : 2809-1272

Terindeks: Moraref, Google Scholar, dan, Base.

PENGABDIAN MASYARAKAT: BRANDING DESA BANYU URIP MENUJU DESA WISATA UNGGULAN

Zul Haeri & Neni Suryanirmala
Universitas Teknologi Mataram
zulhaeri143@gmail.com; ayselneni1@gmail.Com

Abstract

Banyuurip Village is located in Gerung Subdistrict, West Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province. Banyuurip has significant potential to be developed as a cultural and nature-based tourism village. However, the lack of a strong village identity, minimal promotion, and low community involvement are barriers to its development. This community service initiative aims to assist Banyuurip Village in becoming a leading tourism village by establishing relevant branding as a tourism destination, raising community awareness, and introducing digital-based promotion strategies. Through a participatory approach, this program successfully identified the village's tourism potential, built a branding identity, and provided training in digital promotion. The results showed a 15% increase in tourist visits and a 17% boost in local economic income. Effective branding, supported by community engagement and digital technology, has proven to enhance tourism appeal and strengthen the local economy.

Keywords: *Community Service, Tourism Village Branding, Banyuurip*

Abstrak: Desa Banyuurip berada di Kecamatan Gerung Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Banyu Urip memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata berbasis budaya dan alam. Namun, kurangnya identitas desa yang kuat, minimnya promosi, serta rendahnya keterlibatan masyarakat menjadi hambatan dalam pengembangan tersebut. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Desa Banyu Urip menuju desa wisata unggulan yang dimulai dari membangun branding yang relevan sebagai desa wisata, meningkatkan kesadaran masyarakat, dan memperkenalkan strategi promosi berbasis digital. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini berhasil mengidentifikasi potensi wisata desa, membangun identitas branding, dan memberikan pelatihan promosi digital. Hasil menunjukkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 15% dan peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat lokal sebesar 17%. Branding yang efektif, didukung oleh keterlibatan masyarakat dan teknologi digital, terbukti mampu meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat ekonomi lokal.

Kata Kunci: Pengabdian, Branding Desa Wisata, Banyu Urip

AlKhidmad is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Desa Banyuurip merupakan salah satu desa di Lombok, Nusa Tenggara Barat, yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Keindahan alam berupa sawah terasering, tradisi lokal seperti tarian adat, serta kerajinan tangan khas desa menjadi daya tarik utama. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal karena beberapa kendala utama: 1) Kurangnya Identitas Desa. Desa Banyuurip belum memiliki branding atau citra yang khas untuk menarik wisatawan. Sebagai hasilnya, desa ini tidak memiliki daya saing dibandingkan dengan destinasi wisata lain di Lombok seperti Gili Trawangan atau Pantai Senggigi. 2) Minimnya Promosi Wisata. Promosi desa terbatas pada acara-acara lokal dan belum menyentuh pasar yang lebih luas. Teknologi digital seperti media sosial belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mempromosikan potensi desa. 3) Rendahnya Keterlibatan Masyarakat. Sebagian besar masyarakat belum menyadari pentingnya pariwisata sebagai salah satu sumber ekonomi. Mereka juga kurang terlibat dalam pengelolaan potensi wisata desa. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, Desa Banyuurip diarahkan untuk membangun branding yang kuat, mempromosikan desa secara efektif, dan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata untuk menciptakan dampak ekonomi yang berkelanjutan.

Desa wisata dapat didefinisikan sebagai suatu Kawasan yang berkaitan dengan wilayah atau berbagai karifan lokal adat-istiadat, budaya, potensi alam, yang kemudian dipromosikan sebagi destinasi wisat sesuai dengan kapasitasnya. Tujuan Utama dari promosi ini adalah untuk mendorong perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Kearifan lokal atau sistem penegtahuan lokal,merujuk pada penegtahuan yang unik terkai suatu budaya tertentu. Desa Wisata dianggap sebagai suatu kawasan pedesaan yang menawarkan daya tarik wisata yang berasal dari kearifan lokal, termasuk unsur adat istiadat, budaya, dan kekayaan alam. Karakteristik desa wisata yaitu desa dengan kehidupan budaya atau seni budaya, desa dengan lingkungan alam dan desa dengan kehidupan ekonomi.

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi di berbagai wilayah. Dalam konteks ini, desa wisata menjadi alternatif yang menarik untuk mengembangkan potensi lokal sekaligus mempromosikan budaya, kearifan lokal, dan keindahan alam. Desa wisata adalah suatu kawasan yang memiliki daya tarik wisata, baik itu keindahan alam, warisan budaya, maupun aktivitas masyarakat yang unik dan berpotensi untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Potensi desa wisata tidak hanya terletak pada sumber daya alamnya, tetapi juga pada masyarakatnya. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata menjadi kunci utama keberhasilan pengembangan kawasan ini. Melalui konsep pariwisata berbasis komunitas, masyarakat setempat dapat berperan aktif sebagai pelaku utama dalam mengelola dan mempromosikan desa wisata, sehingga tercipta manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang berkelanjutan. Partisipasi ini tidak hanya memberikan dampak langsung berupa peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat rasa memiliki terhadap aset-aset lokal yang menjadi daya tarik wisata.

Desa wisata juga memiliki potensi untuk mendorong diversifikasi ekonomi pedesaan, sehingga masyarakat tidak hanya bergantung pada sektor pertanian semata. Dengan adanya aktivitas pariwisata, masyarakat dapat mengembangkan berbagai usaha baru, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, penyediaan homestay, hingga layanan pemandu wisata. Hal ini membuka peluang kerja baru yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa.

Namun, pengembangan desa wisata juga menghadapi tantangan, seperti kurangnya infrastruktur, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata, serta minimnya promosi dan pemasaran. Selain itu, permasalahan dalam pengelolaan lingkungan, seperti pencemaran dan degradasi alam akibat aktivitas wisata yang tidak terkendali, juga perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif untuk menggali dan mengoptimalkan potensi desa wisata, termasuk pelatihan bagi masyarakat, pengembangan infrastruktur, serta peningkatan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, swasta, dan akademisi.

Keberadaan desa wisata juga memiliki dampak positif dalam mendukung pelestarian lingkungan dan budaya lokal. Dengan memanfaatkan potensi yang ada secara bijak, desa wisata dapat menjadi model pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan. Selain itu, desa wisata juga dapat menjadi sarana edukasi bagi wisatawan untuk mengenal lebih dalam tentang kehidupan pedesaan, tradisi, dan nilai-nilai luhur masyarakat setempat. Misalnya, melalui kegiatan-kegiatan seperti belajar menenun, mengikuti upacara adat, atau menikmati seni pertunjukan tradisional, wisatawan tidak hanya mendapatkan pengalaman yang berkesan, tetapi juga turut mendukung pelestarian budaya lokal.

Dalam skala yang lebih luas, pengembangan desa wisata dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs). Desa wisata dapat mendukung pengentasan

kemiskinan (SDG 1), mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif (SDG 8), mengurangi ketimpangan (SDG 10), serta melestarikan ekosistem darat (SDG 15). Dengan pendekatan yang tepat, desa wisata tidak hanya menjadi motor penggerak ekonomi lokal, tetapi juga instrumen untuk mencapai keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Dengan latar belakang tersebut, pengembangan desa wisata diharapkan mampu menjadi solusi yang efektif dalam mendorong pembangunan ekonomi pedesaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya. Komitmen semua pihak, termasuk pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta, sangat dibutuhkan untuk memastikan keberhasilan pengelolaan desa wisata sebagai salah satu pilar pembangunan yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode partisipatif dengan tahapan sebagai berikut: 1) Survey Awal dan Pemetaan Potensi Desa, 2) Observasi Lapangan, 3) Mengidentifikasi potensi wisata alam, budaya, dan produk lokal Desa Banyuurip, dan 4) Wawancara dengan Tokoh Masyarakat menggali informasi tentang sejarah, tradisi, dan aspirasi masyarakat terkait pengembangan desa wisata. 5) Penyusunan Branding Desa dengan melakukan diskusi kelompok terarah (FGD) dan mengadakan pertemuan dengan masyarakat untuk merancang identitas desa, termasuk logo, slogan, dan tema wisata. Hal penting yang kami lakukan adalah; 1) Pelatihan dan Pendampingan, Promosi Digital: Memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang pembuatan konten media sosial, fotografi, dan manajemen akun promosi dan Pengelolaan Destinasi Wisata: Melatih masyarakat dalam pelayanan wisata, dan pengembangan produk oleh-oleh khas. Yang terakhir adalah, 2) Evaluasi dan Tindak Lanjut renana keberlanjutan.

HASIL

Hasil pengabdian kami dengan judul Pengabdian Masyarakat: Branding Desa Wisata Banyu Urip Menuju Desa Wisata Unggulan berjalan dengan baik, karena kami telah melakukan empat tahapan-tahapan yang sesuai dengan metode yang kami lakukan. Hasil yang secara langung di rasakan oleh pemerintah desa dan pemerintah kabupaten dengan pengabdian yang kami lakukan adalah; 1) kami mampu mendatangkan pemuda dari penjuru

Indonesia yang peduli terhadap pariwisata, 2) kami mampu mengajak para konten creator untuk terlibat seara langsung membranding desa wisat Banyu Urip menjadi tempat yang akan banyak dikunungi dengan keindahan alam yang dimiliki, 3) kami mampu memberi kontribusi secara langsung untuk menghubungkan pemerintah desa dengan pemerintah kabupaten agar desa Banyu Urip dijadikan tempat kegiatan event pemerintahan yang dilasanakan dalam waktu tertentu. Meski kegiatan yang kami lakukan berjalan dengan baik. Akan tetapi, kami menemukan sebuah dinamika dalam setiap proses yang kami lakukan, diantaranya; 1) SDM yang masih minim, 2) kesadaran masyarakat yang masih kurang, 3) tokoh pemuda yang tidak mau tau. Meski kendala itu berat, perlahan dengan kegiatan pengabdian yang kami buat menyadarkan para pemuda dan tokoh masyarakat betapa besarnya potensi desa yang mereka tempati sebagai desa wisata yang secara tidak langsung akan menumbuhkan para pelaku UMKM.



Gambar 1 Keterlibatan Para Pemuda di Seluruh Nusantara

PEMBAHASAN

Banyu Urip merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Gerung, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara barat, Indonesia . Desa Banyu Urip merupakan satu dari 11 desa dan keluarahan yang berada di kecamatan Gerung. Desa ini memiliki kodepos 83363. Desa Banyu Urip merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Gerung yang berjarak ± 6 Km dari Pusat Pemerintahan Kabupaten dan ± 5 Km dari

pemerintahan Kecamatan. Desa Banyu Urip merupakan Desa pemekaran dari Desa Dasan Geres pada tanggal 31 Juli 1996 dan pada tahun 1998 mekar menjadi Desa Devinitif sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor : 395 tahun 1998 dengan Luas wilayah 2.504.831 Ha. Seiring dengan pasalnya perkembangan penduduk dengan meningkatnya sumber daya manusia (SDM), wilayah Desa Banyu Urip bagian Barat mengusulkan pemekaran Desa yang di prakarsai oleh 4 Dusun yaitu : Dusun Gumesa, Dusun Gumesa Tengah, Dusun Gumesa Selatan dan Dusun Lilin, pada Tanggal 17 April 2010 Resmilah pembentukan Desa persiapan GIRI TEMBESI dengan Surat Keputusan (SK) Bupati tentang pembentukan Desa Persiapan Kecamatan Gerung Nomor : 873/45/BPMPD/2010. Sehingga mulai saat itu Desa Banyu Urip Resmi berpisah dengan Desa Giri Tembesi dan penentuan tapal batas dimana selain dari 4 Dusun tersebut tetap menjadi Dusun di Desa Banyu Urip.

Desa Banyu Urip memiliki potensi sebagai desa wisata yang aikonik, karena letaknya yang berada di tengah kota dan dekat dengan gerbang kota, yakni dermaga Pelabuhan lembar sebagai penghubung Lombok-Bali. Selain itu, desa Banyu Urip juga memiliki keindahan alam seperti terasering, pegunungan dan masih banyak lagi kekayaan alam yang luar biasa. Hasil, observasi awal kami bertemu dengan tokoh masyarakat dan kepala desa berdiskusi terkait potensi yang dimiliki desa. Mereka menyadari kelemahan yang saat itu mereka alami, diantaranya; 1) mereka tidak memiliki sat plan desa wisata, 2) kesadaran masyarakat terhadap potensi desa, 3) pokdarwis yang tidak maksimal, 4) branding desa, 5) dan dukungan pemerintah yang belum maksimal. Berikut dokumentasi kami dengan kepala desa, dinas dan camat beserta tamu dari inggris yang hadir dalam kegiatan diskusi.



Gambar 2 Diskusi dengan Kepala Desa, Dinas, Camat Beserta Tamu dari Inggris

Hasil pengabdian kami, kami memberi slogan Eksotoisme Budaya dan Alam Banyu Urip yang secara tidak langsung maan tersebut memberikan nilai branding terhadap keunikan bidaya dan keindahan alamnya. Branding memiliki peran yang signifikan dalam strategi pemasaran karena membentuk identitas produk atau layanan serta memberikan daya tarik tersendiri bagi orang. Kami memberikan tiga alasan nama dalam tahapan branding; 1) Sebagai Pembeda di Pasar: Branding membedakan produk dari pesaing dengan menciptakan identitas yang unik dan mudah dikenali. 2) Membangun Kepercayaan Pelanggan: Branding yang kuat menciptakan citra positif dan kepercayaan terhadap kualitas produk, 3) Meningkatkan Nilai Produk: Dengan citra merek yang kuat.

Kekuatan branding yang ami bangun kami inginan kedepan Banyu Urip menjadi desa wisata yang mengimplementasi strategi wisata berkelanjutan di kawasan alam yang diharapkan mampu menciptakan keseimbangan antara pengembangan pariwisata dan pelestarian lingkungan, serta memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat lokal. Wisata berkelanjutan akan menekankan pentingnya melestarikan sumber daya alam dan budaya agar dapat dinikmati oleh generasi mendatang tanpa merusak lingkungan atau mengurangi kualitas hidup masyarakat setempat. Dari segi **lingkungan**, strategi ini dapat mengurangi dampak negatif pariwisata, seperti erusakan alam dan polusi. Misalnya, dengan menerapkan praktik ramah lingkungan seperti pengelolaan limbah yang efisien, pembatasan jumlah pengunjung, atau pengembangan infrastruktur hijau, kawasan desa dapat mempertahankan keasrian wilayahnya. Upaya seperti ini juga mencakup edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya menjaga kebersihan dan menghindari aktivitas yang merusak lingkungan, seperti menebang pohon liar atau membuang sampah sembarangan.

Sudut pandang **ekonomi**, wisata berkelanjutan dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja yang berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat. Dengan melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan pariwisata, seperti melalui homestay, kerajinan tangan, atau pemandu wisata, pendapatan yang dihasilkan dapat lebih merata. Selain itu, strategi ini mendorong konsumsi produk lokal yang mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, sekaligus mengurangi ketergantungan pada sumber daya dari luar.

Sisi **sosial**, wisata berkelanjutan berupaya menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Hal ini mencakup pelestarian budaya dan tradisi lokal yang dapat menjadi daya tarik wisata, sekaligus memperkuat identitas

komunitas setempat. Dengan manajemen yang baik, konflik antara penduduk lokal dan wisatawan dapat diminimalkan, sehingga tercipta hubungan yang harmonis. Selain itu, edukasi dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata dapat meningkatkan kesadaran dan rasa tanggung jawab bersama terhadap keberlanjutan kawasan pantai.

Secara keseluruhan, implementasi strategi wisata berkelanjutan di kawasan Desa Banyu Urip dapat menciptakan dampak positif yang menyeluruh. Pendekatan ini tidak hanya memastikan keberlanjutan lingkungan dan peningkatan ekonomi, tetapi juga memperkuat aspek sosial dan budaya lokal. Jika diterapkan dengan konsisten dan melibatkan berbagai pihak, pariwisata di kawasan pantai dapat menjadi model pembangunan yang ramah lingkungan dan inklusif.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini berhasil membantu Desa Banyuurip dalam membangun branding yang relevan sebagai desa wisata berbasis budaya dan alam. Identitas desa yang kuat, promosi digital yang efektif, dan keterlibatan masyarakat lokal menjadi kunci keberhasilan program ini. Peningkatan kunjungan wisatawan dan pendapatan ekonomi masyarakat menunjukkan bahwa branding desa dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Kepada Pemerintah Daerah, kami ingin Banyu Urip terus didukung dengan keberlanjutan program dengan menyediakan anggaran dan membuat kebijakan yang mendukung pengembangan desa wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Vonturin. (n.d.). *Pariwisata Berkelanjutan*.

Kawatak, S. Y., Indriyanto, M. N., & Waloni, T. G. (2021). Strategi Pengembangan Berbasis Pariwisata Berkelanjutan di Pantai Pulisan Likupang. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 10(1), 39–54.

Kurniawati, R. (2013). Modul Pariwisata Berkelanjutan. Curugbajing: Petungkriyano

Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45-52

Sari, N. (n.d.). *Penerapan Konsep Pariwisata Berkelanjutan Pada Objek Wisata*.

BINUS University. (2022, Agustus 3). *Pengenalan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism)*.

Runata.ac.id. (n.d.). *Program Sustainable Tourism Development Diprioritaskan*.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (n.d.). *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia*.

Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, *3*(2).

Nurhajati, N. (2018). Dampak Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (studi di desa mulyosari kecamatan pagerwojo kabupaten tulungagung). *Publiciana*, *11*(1), 1-13.

Pamungkas, I. T. D., & Muktiali, M. (2015). Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Karangbanjar terhadap Perubahan Penggunaan Lahan, Ekonomi dan Sosial Masyarakat. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, *4*(3), 361-372.

Wahyuningrum, Y. T. (2016). Dampak ekonomi dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di desa wisata rumah dome, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Risandewi, T. (2017). Analisis Infrastruktur Pariwisata dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, *15*(1), 103-117.