

**LAPORAN AKHIR**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN**



**SAMBIROTO ECOTOURISM AND VILLAGE BRANDING INITIATIVE:  
KOLABORASI AKADEMISI DAN PEMUDA ANSOR UNTUK  
PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Tim Pengusul:**

Moh Mustofa, S.E.,M.M  
Dr. Moh Saiful Anam, S.E.,M.M  
Diana Dwi Susanti  
Mutia Indah Wulandari

***Nomor Kontrak:***

**034 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025**

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro  
Periode 1 Tahun Anggaran 2025/2026

**UNIVERSITAS BOJONEGORO**

**2026**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN TINGGI**

- 1. Judul Pengabdian** : Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative: Kolaborasi Dosen dan Pemuda ANSOR untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan
- 2. Ketua**
- a. Nama Peneliti : Moh Mustofa, S.E.,M.M
  - b. NIDN : 0727098605
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Mohtoefa123@gmail.com](mailto:Mohtoefa123@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- 3. Anggota 1**
- a. Nama : Dr. Moh Saiful Anam, S.E.,M.M
  - b. NIDN/NIM : 0719119101
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [anamsaiful9119@gmail.com](mailto:anamsaiful9119@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 2**
- a. Nama Mahasiswa : Diana Dwi Susanti
  - b. NIDN/NIM : 22602011006
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [dianadwisusanti13@gmail.com](mailto:dianadwisusanti13@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 3**
- a. Nama Mahasiswa : Mutia Indah Wulandari
  - b. NIDN/NIM : 22602011104
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : [Mutiaindahwulandari1707@gmail.com](mailto:Mutiaindahwulandari1707@gmail.com)
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
4. Jangka Waktu Pengabdian :
5. Lokasi Pengabdian : Desa Sambiroto Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro
6. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000,-

Bojonegoro, 21 Januari 2026

**Mengetahui,**  
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 07 2108 8601

**Moh Mustofa, S.E.,M.M**  
NIDN. 07 2709 8605

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan pengabdian masyarakat yang berjudul Green Action Project: Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative: Kolaborasi Dosen dan Pemuda ANSOR untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal pengabdian ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu yang menjadi kewajiban seorang akademisi dalam mengamalkan ilmunya kepada masyarakat. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga pengabdian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Arif Januwarso, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Yayasan Suyitno Universitas Bojonegoro.
2. Ibu Dr. Tri Astuti Handayani, S.H, M, M.Hum, selaku Rektor Universitas Bojonegoro dan seluruh Wakil Rektor beserta jajarannya.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan laporan pengabdian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa pengabdian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan laporan pengabdian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan pengabdian ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bojonegoro, 21 Januari 2026

Pengusul

**Moh Mustofa, S.E.,M.M**

NIDN. 07 1911 9101

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KELAYAKAN PENGABDIAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Isu dan Fokus Pengabdian .....	1
1.2. Lokasi Pendampingan.....	4
<b>BAB II SOLUSI PERMASALAHAN</b>	
2.1. Solusi Permasalahan Pendampingan .....	5
2.2. Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan .....	6
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b>	
3.1. Teknik Pendampingan.....	13
3.2. Strategi Yang Digunakan .....	14
3.3. Tahap Kegiatan .....	14
<b>BAB IV LUARAN DAN TARGET PENCAPAIAN</b>	
4.1 Luaran Pendampingan .....	17
4.2 Indikator Keberhasilan Pendampingan.....	18
<b>BAB V HASIL PEMBAHASAN</b>	
5.1.Pembahasan .....	20
5.2. Dokumentasi Kegiatan .....	21
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1.Kesimpulan.....	26
6.2.Saran .....	27
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Justifikasi kegiatan yang akan diusulkan.....	5
-----------	---	---

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1	Teknik Pendampingan PKM.....	13
Gambar 3.2	Tahapan kegiatan PKM.....	15
Gambar 5.1	Pelatihan pengembangan Ekowisata.....	22
Gambar 5.2	Pelatihan Pembuatan media social.....	23
Gambar 5.3	Taman Ekowisata di Desa Sambiroto.....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian Masyarakat .....	30
Lampiran 2	Surat Kesanggupan Mitra .....	31
Lampiran 3	Logbook Pengabdian Masyarakat .....	32
Lampiran 4	Bukti Submit Jurnal Pengabdian.....	33

## **INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Judul : Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative:  
Kolaborasi Dosen dan Pemuda ANSOR untuk  
Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan

Nomor Kontrak : 034 / LPPM-PENGMAS / UB / XI / 2025

Nama Ketua : Moh Mustofa, S.E.,M.M

NIDN Ketua : 0727098605

SINTA ID Ketua : 6700537

Nama Anggota 1 : Moh Saiful Anam, S.E.,M.M

NIDN Anggota 1 : 0719119101

SINTA ID Anggota 1 : 6700537

Nama Anggota 2 : Diana Dwi Susanti

NIM Anggota 2 : 22602011006

Nama Anggota 3 : Mutia Indah Wulandari

NIM Anggota 3 : 22602011104

Tahun Usulan : 2025

Tahun Pelaksanaan : 2025

Luaran Wajib : Publikasi Artikel Ilmiah

Alamat OJS : <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/commen>

Nama OJS : Community Empowerment: Jurnal Pengabdian dan  
Pemberdayaan Masyarakat

Volume dan Issue : -

ISSN : ISSN 3031-8610

## RINGKASAN

Program “*Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative*” merupakan upaya kolaboratif antara akademisi dan Pemuda ANSOR Ranting Sambiroto untuk mengembangkan potensi desa melalui pendekatan ekowisata dan penguatan identitas destinasi. Program ini berangkat dari kebutuhan desa untuk memanfaatkan kekayaan alam, budaya, serta modal sosial yang selama ini belum terkelola secara optimal, sekaligus menjawab tantangan rendahnya kapasitas masyarakat dalam manajemen wisata dan promosi digital. Pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari pemetaan potensi, pelatihan kapasitas pemuda, perancangan paket wisata tematik, pengembangan brand desa, penguatan UMKM lokal, penyusunan media promosi digital, hingga rekomendasi pengembangan infrastruktur pendukung wisata. Seluruh kegiatan dirancang berdasarkan prinsip pembangunan komunitas berkelanjutan agar desa mampu mengelola ekowisata secara mandiri, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal. Program ini diharapkan menjadi model pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan pemuda dan kolaborasi akademik yang berdampak jangka panjang bagi Desa Sambiroto. kegiatan ini akan dipublikasikan pada jurnal *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* ISSN 3031-8610 dengan link jurnal <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/commen>

Kata kunci : Ecotourism Development, Village Branding, Community Empowerment

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Isu dan Fokus Pengabdian

Desa Sambiroto Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro sebuah komunitas pedesaan yang secara administratif tercatat dan memiliki potensi sumber daya alam serta kultural yang belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata lokal menjadi lokasi strategis bagi inisiatif “*Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative*” yang diusulkan dalam bentuk kolaborasi akademisi dan Pemuda ANSOR. Desa ini memiliki kanal informasi resmi yang memuat data RPJMDes, RKPDes, dan statistik desa yang menegaskan keberadaan infrastruktur kelembagaan desa serta program-program pembangunan yang sedang berjalan; pengembangan ekowisata akan memperkuat sinergi antara perencanaan desa dan partisipasi pemuda setempat. Kondisi makro wilayah Kecamatan Kapas menunjukkan skala demografis dan ekonomi yang relevan. Publikasi Kecamatan Kapas Dalam Angka memberikan gambaran jumlah penduduk dan struktur ekonomi lokal yang menjadi basis perencanaan intervensi ekonomi kreatif dan pariwisata berbasis komunitas. Penggunaan data resmi Kecamatan Kapas dan Kabupaten Bojonegoro memungkinkan perumusan target yang realistis, misalnya menentukan sasaran pasar (*domestic day-trippers vs. regional tourists*), kapasitas akomodasi, serta titik-titik atraksi yang potensial untuk dikurasi sebagai paket wisata berkelanjutan.

Isu utama yang melatarbelakangi intervensi ini adalah: (1) rendahnya pemanfaatan potensi alam dan budaya lokal menjadi produk wisata dan ekonomi kreatif yang ter-branding; (2) kapasitas sumber daya manusia pemuda meskipun memiliki motivasi tinggi masih memerlukan peningkatan keterampilan dalam *hospitality, content creation, dan community management*; (3) lemahnya data ekonomi dan profil destinasi yang membuat perencanaan promosi dan pengembangan pasar menjadi kurang terarah; dan (4) kebutuhan diversifikasi ekonomi desa agar ketahanan ekonomi tidak semata bergantung pada sektor pertanian. Studi dan laporan regional menunjukkan bahwa potensi pariwisata Kabupaten

Bojonegoro secara keseluruhan sedang mengalami peningkatan minat kunjungan, tetapi jumlah dan kualitas destinasi berbasis komunitas masih jauh di bawah potensi nyata, sehingga intervensi berbasis *community empowerment* dan *branding* dapat menutup gap ini. Dengan demikian, fokus program dirancang untuk menjawab gap-gap tersebut melalui tiga pilar utama: *capacity building* (pelatihan pemuda tentang *ecotourism management, hospitality, digital marketing, dan sustainable practices*), *product development* (penyusunan paket wisata *nature walks, cultural heritage tours, homestay experience* serta pengembangan produk kreatif seperti batik motif lokal), dan *destination branding digital promotion* (pembuatan *content strategy, social media campaign, dan small-scale visitor management systems*).

Dukungan data lokal memperkuat urgensi dan arah intervensi publikasi desa dan berita lokal mencatat bahwa Desa Sambiroto aktif dalam program-program pemberdayaan dan telah menjadi lokasi program infrastruktur serta kemitraan dengan berbagai pihak; hal ini menunjukkan adanya momentum kelembagaan untuk mensinergikan program pengembangan ekowisata dengan agenda pembangunan desa (RPJMDes/RKPDDes). Selain itu, inisiatif kreatif lokal seperti pengembangan motif batik yang terinspirasi oleh flora lokal (motif batik Sambiroto) menjadi contoh potensi *cultural branding* yang dapat diangkat menjadi identitas destinasi menghubungkan produk tekstil lokal dengan *storytelling* pariwisata.

Peran Pemuda ANSOR sebagai mitra strategis adalah kunci catatan kegiatan GP Ansor atau ANSOR di wilayah Bojonegoro menunjukkan keterlibatan aktif organisasi kepemudaan ini dalam program-program sosial dan infrastruktur desa, keterlibatan mereka dalam fungsi mobilisasi komunitas, penjagaan nilai-nilai kearifan lokal, serta kapasitas organisasi menjadikan ANSOR mitra ideal untuk menjalankan program berbasis partisipasi (*community-led*). Kolaborasi formal antara akademisi (dosen Fakultas Ekonomi) dan pemuda lokal akan menggabungkan keahlian teknis dalam analisis pasar, model bisnis pariwisata berkelanjutan, dan

*monitoring-evaluation* (M&E) dengan kemampuan lokal ANSOR dalam implementasi lapangan, pengelolaan acara, dan outreach ke komunitas.

Dari sisi outcome yang diharapkan, intervensi ini memusatkan pada hasil yang terukur: peningkatan kemampuan 20 sampai 30 pemuda (pelatihan dan sertifikasi dasar hospitality & guide), terbentuknya minimal 3 paket wisata lokal siap jual (day-trip, homestay cultural package, agro-walk), peningkatan pendapatan rumah tangga yang terlibat sebesar persentase target (mis. 15–25% pada tahun pertama pilot), dokumentasi dan digitalisasi profil desa (profil ekonomi dan destinasi dalam dashboard sederhana untuk desa), serta brand assets (logo, storytelling, katalog produk, social media channel) yang dikelola bersama oleh tim desa–ansor–akademisi. Perencanaan berbasis data yang memanfaatkan publikasi statistik Kecamatan Kapas dan data desa akan memudahkan penentuan baseline dan indikator keberhasilan.

Aspek sustainability dan *risk mitigation* juga menjadi fokus pendekatan ecotourism menekankan prinsip-prinsip lingkungan (*conservation, waste management, controlling visitor impact*), ekonomi lokal (*local procurement, fair benefit-sharing*), dan sosial-budaya (*respect local customs, capacity building*). Program ini akan merancang SOP pengelolaan kunjungan, pelatihan pemandu lokal mengenai konservasi, serta model pengelolaan keuangan partisipatif (*community fund*) untuk pemeliharaan site. Dukungan dari pemerintah desa dan sinergi dengan dinas pariwisata kabupaten yang menunjukkan data kenaikan kunjungan wisata di tingkat kabupaten memberi peluang agar inisiatif pilot di Sambiroto dapat dijadikan best-practice dan direplikasi.

Secara ringkas, inisiatif “Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative” berangkat dari kebutuhan untuk mentransformasikan potensi alam dan budaya lokal menjadi ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui pemberdayaan pemuda ANSOR dan dukungan akademik. Dengan basis data administratif-resmi, contoh produk kreatif lokal, dan jaringan organisasi kepemudaan yang aktif, program ini menargetkan hasil nyata berupa peningkatan kapasitas, produk wisata terstandarisasi, peningkatan

pendapatan lokal, serta terbentuknya brand desa yang kredibel langkah awal menuju desa wisata yang *resilient, community-led, dan market-ready*

## **1.2 Lokasi Pendampingan**

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini berada di Desa Sambiroto, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, sebuah desa yang berada di wilayah penyangga pusat kota Bojonegoro dan memiliki karakter sosial-ekonomi khas pedesaan Jawa Timur. Desa Sambiroto dikenal memiliki lingkungan yang relatif asri dengan hamparan persawahan, saluran irigasi, ruang terbuka, serta beberapa titik potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik ekowisata berbasis komunitas. Wilayah ini memiliki aksesibilitas yang baik karena berada tidak jauh dari jalur utama Bojonegoro–Kapas, sehingga memudahkan mobilitas pengunjung maupun aktivitas pendampingan program. Secara sosial, Desa Sambiroto memiliki komunitas pemuda yang aktif, termasuk Pemuda ANSOR Ranting Sambiroto sebagai mitra utama kegiatan, serta dukungan pemerintah desa yang terbuka terhadap inovasi pembangunan berbasis potensi lokal. Kombinasi antara potensi alam, budaya, aksesibilitas, dan modal sosial inilah yang menjadikan Desa Sambiroto sebagai lokasi yang strategis untuk pengembangan Ecotourism & Village Branding Initiative berbasis pemberdayaan pemuda dan kolaborasi akademisi.

## BAB II

### SOLUSI PERMASALAHAN

#### 2.1. Solusi Permasalahan Pendampingan

Solusi pendampingan yang ditawarkan dalam program ini dirancang untuk menjawab secara langsung berbagai permasalahan yang dihadapi Desa Sambiroto terkait optimalisasi potensi ekowisata dan penguatan branding desa. Pendampingan dilakukan melalui pendekatan capacity building, product development, dan penguatan identitas destinasi. Melalui capacity building, pemuda ANSOR diberikan pelatihan praktis mengenai manajemen ekowisata, pemanduan wisata, pelayanan pengunjung, pembuatan konten digital, serta pemasaran berbasis media sosial agar mereka mampu menjadi motor penggerak pariwisata yang berkompeten. Pada aspek product development, tim akademisi bersama pemuda desa melakukan pemetaan potensi alam, budaya, dan ekonomi lokal untuk menghasilkan paket wisata yang menarik, seperti jalur agrowisata, tur budaya, serta pengalaman lokal berbasis kehidupan sehari-hari masyarakat. Sementara itu, solusi branding dilakukan melalui pembuatan identitas visual desa, cerita destinasi, katalog wisata, dan kanal promosi digital yang dikelola dengan baik untuk membangun citra Sambiroto sebagai destinasi ekowisata berkelanjutan.

Tabel 2.1 Justifikasi kegiatan yang akan diusulkan

<b>Permasalahan</b>	<b>Kegiatan Yang Ditawarkan</b>
Belum optimalnya pemanfaatan potensi alam dan budaya sebagai produk ekowisata desa	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pemetaan potensi wisata (nature spot, budaya, kuliner, pertanian lokal).</li><li>2. Penyusunan paket wisata: <i>agro-walk</i>, tur budaya, dan pengalaman kehidupan desa.</li><li>3. Pelatihan manajemen ekowisata untuk pemuda ANSOR dan kelompok masyarakat.</li><li>4. Penataan titik-titik destinasi awal (kebersihan, akses kecil, signage sederhana).</li></ol>
Lemahnya branding dan promosi desa sebagai destinasi wisata	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pelatihan digital marketing dan pembuatan konten bagi pemuda.</li><li>2. Penyusunan identitas visual desa (logo, tagline, dan brand story).</li><li>3. Pembuatan katalog wisata, profil desa digital, dan media promosi (foto, video, website/IG).</li><li>4. Pendampingan strategi promosi berbasis media sosial dan jejaring pariwisata</li></ol>

## **2.2. Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan**

### **A. Riset Terdahulu**

1. Penelitian oleh M. Iqbal (2021) tentang Community-Based Ecotourism in Nglanggeran Tourism Village mengkaji peran masyarakat termasuk organisasi pemuda dalam memperkuat konsep ekowisata di Desa Nglanggeran. Permasalahan utama adalah bagaimana mengaktifkan partisipasi lokal sehingga pengelolaan destinasi dapat berkelanjutan; hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan pemuda sebagai pemandu, pelaksana program, dan pembuat konten terbukti meningkatkan kapasitas pengelolaan destinasi dan mendukung transformasi Nglanggeran menjadi desa wisata yang lebih terorganisir.
2. Studi kasus oleh R. R. Aji (2024) pada Pentingsari Tourism Village menelaah keberlanjutan pengelolaan desa wisata berbasis komunitas. Masalah yang diidentifikasi adalah rendahnya kemandirian organisasi lokal dan ancaman terhadap sustainabilitas ekonomi; temuan menunjukkan bahwa melalui penguatan modal sosial, pemanfaatan modal alam-budaya, serta tata kelola komunitas yang lebih formal, Pentingsari berhasil mencapai self-organization dan self-sustainability sehingga destinasi dapat menyediakan ekowisata yang konsisten dan memberi manfaat ekonomi bagi warga.
3. Penelitian oleh S.O. Sihombing (2023) pada Sawarna Tourism Village mengangkat isu pengembangan ekowisata berbasis pemberdayaan masyarakat. Fokus permasalahan adalah bagaimana program pemberdayaan dapat meningkatkan pendapatan lokal dan pelestarian budaya; hasil menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang mengutamakan pelatihan kapasitas, pembagian manfaat yang adil, dan pengelolaan sumber daya lokal berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga identitas budaya setempat.
4. Artikel W. Wiratno et al. (2022) di jurnal Sustainability membahas ecotourism sebagai strategi resource-sharing dalam konteks taman nasional/destinasi konservasi. Permasalahan yang dikaji adalah

bagaimana menciptakan alternatif penghidupan bagi komunitas lokal sambil mencegah kegiatan ilegal yang merusak ekosistem; hasilnya menunjukkan bahwa jika masyarakat lokal diberi akses untuk mendapatkan penghasilan dari ekowisata (mis. sebagai pemandu, pengelola homestay, penjual produk lokal), hal itu efektif mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam dan meningkatkan perlindungan kawasan.

5. Tesis/penelitian M. A. Elfahmi (2022) tentang Perancangan Ekowisata Waduk Pacal (Bojonegoro) mengangkat problematika khusus konteks Bojonegoro: potensi wisata air dan lanskap yang belum termanfaatkan serta kebutuhan desain yang mengakomodasi konservasi dan akses publik. Temuan penelitian menyarankan rencana desain yang mengintegrasikan fasilitas edukasi lingkungan, zonasi kunjungan, serta pengembangan rute agro-rekreasi; rekomendasi ini menegaskan bahwa dengan perancangan yang tepat Waduk Pacal berpotensi menjadi destinasi ekowisata yang memberdayakan ekonomi lokal tanpa merusak fungsi ekologis.
6. Penelitian oleh LIC Ombeng (2022) tentang Destination Branding Strategy for Taman Rekso Wilis Tourism Village (Madiun) mengkaji kendala branding desa wisata yang masih fragmentaris dan kurangnya strategi promosi terpadu. Permasalahan yang ditemukan meliputi lemahnya identitas visual, kurangnya konten digital berkualitas, dan koordinasi antar-stakeholder; hasil studi menunjukkan bahwa strategi branding yang sistematis (penentuan brand story, visual identity, paket produk, dan kanal promosi terintegrasi) dapat meningkatkan awareness kunjungan dan membantu pengelola desa menasar segmen pasar yang tepat.

## **B. Teori yang Relevan**

### **1. Teori Ekowisata (Ecotourism Theory)**

Teori Ekowisata (Ecotourism Theory) menekankan bahwa pengembangan pariwisata berbasis alam harus mengutamakan tiga prinsip utama: konservasi lingkungan, pemberdayaan sosial-ekonomi masyarakat lokal, dan penyediaan pengalaman edukatif bagi wisatawan. Ceballos-Lascuráin (1996) menjelaskan bahwa ekowisata bukan

sekadar aktivitas wisata di alam, tetapi sebuah pendekatan pembangunan yang meminimalkan kerusakan lingkungan, menjaga keunikan budaya setempat, serta memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi. Dalam konteks komunitas pedesaan, teori ini juga menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan destinasi, transparansi dalam pembagian manfaat, serta kesadaran lingkungan sebagai fondasi keberlanjutan jangka panjang.

Relevansi teori ini terhadap program “Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative” sangat kuat karena kegiatan pengabdian yang dirancang berfokus pada pemanfaatan potensi alam dan budaya Desa Sambiroto secara bijaksana dan berkelanjutan. Melalui teori ini, program pendampingan dapat menetapkan bahwa pengembangan paket wisata tidak hanya bertujuan menarik kunjungan, tetapi juga mendorong konservasi lingkungan desa, seperti menjaga kebersihan area persawahan, jalur agro-wisata, maupun ruang alam lainnya. Selain itu, teori ekowisata mendukung strategi pemberdayaan Pemuda ANSOR sebagai penggerak utama dalam edukasi lingkungan, pemanduan wisata, hingga pengelolaan destinasi, sehingga manfaat ekonomi yang timbul dari kegiatan wisata dapat dinikmati langsung oleh warga setempat. Teori ini juga menuntun proses branding desa agar tetap menonjolkan identitas lokal yang autentik—baik dari sisi budaya, lanskap, maupun nilai-nilai sosial—sehingga Sambiroto dapat tampil sebagai destinasi ekowisata yang menarik, bertanggung jawab, dan berdaya saing tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan maupun kearifan lokal.

## **2. Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment Theory)**

Menurut Teori Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment Theory) berangkat dari gagasan bahwa masyarakat memiliki potensi dan kekuatan internal yang dapat dikembangkan untuk memperbaiki kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungannya secara mandiri. Menurut Chambers (1997), pemberdayaan merupakan proses di mana masyarakat memperoleh kendali lebih besar atas keputusan dan

tindakan yang memengaruhi kehidupan mereka, termasuk dalam pengelolaan sumber daya lokal. Proses ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan atau bantuan eksternal, tetapi juga pada pembentukan kesadaran kritis, peningkatan kapasitas, serta kemandirian dalam mengelola potensi yang dimiliki. Zimmerman (2000) memperluas konsep ini dengan menegaskan bahwa pemberdayaan mencakup tiga dimensi utama, yaitu: dimensi psikologis (rasa percaya diri dan kontrol diri), dimensi organisasi (kemampuan berpartisipasi dalam kelompok atau komunitas), dan dimensi sosial (pengaruh terhadap kebijakan dan sistem yang lebih luas).

Dalam konteks kegiatan Green Action Project, teori ini menjadi dasar pendekatan pelaksanaan pengabdian melalui pelibatan aktif Komunitas Pemuda Lore-X sebagai subjek utama kegiatan, bukan sekadar objek penerima manfaat. Pendekatan ini dilakukan melalui pelatihan teknis pengelolaan limbah plastik menjadi media tanam, pendampingan pembuatan sistem vertigasi tetes, serta penguatan kapasitas kewirausahaan hijau. Dengan demikian, proses pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun rasa kepemilikan (*sense of ownership*), tanggung jawab sosial, serta kemampuan pemuda untuk mengembangkan kegiatan serupa secara mandiri di masa depan. Implementasi teori ini mendukung terwujudnya kemandirian komunitas dan memperkuat jejaring sosial yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal.

### **3. Teori Pengembangan Desa Wisata (Tourism Village Development Theory)**

Berdasarkan Teori Pengembangan Desa Wisata (*Tourism Village Development Theory*) menekankan bahwa desa wisata berkembang melalui pemanfaatan potensi lokal secara terencana dan berkelanjutan, mencakup unsur alam, budaya, aktivitas ekonomi, kehidupan masyarakat, serta identitas desa yang autentik. Lane (1994) menjelaskan bahwa desa wisata bukan sekadar objek wisata, tetapi sebuah ruang hidup yang menawarkan pengalaman khas pedesaan melalui keterlibatan aktif masyarakat. Teori ini juga menekankan pentingnya

integrasi antara potensi fisik (landscape, pertanian, lingkungan alam), potensi sosial (komunitas, budaya, adat, kelembagaan lokal), serta potensi ekonomi (produk lokal, UMKM, jasa wisata) dalam menciptakan destinasi yang menarik, berkelanjutan, dan memiliki diferensiasi yang kuat dibanding desa lainnya. Pendekatan ini menekankan bahwa pembangunan desa wisata harus melibatkan masyarakat sebagai aktor utama mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga evaluasi agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan langsung oleh warga.

Relevansi teori ini terhadap pengabdian masyarakat yang dirancang untuk Desa Sambiroto sangat kuat. Program “*Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative*” sejatinya merupakan implementasi langsung dari prinsip-prinsip pengembangan desa wisata, di mana potensi lokal seperti lingkungan pedesaan, budaya masyarakat, dan aktivitas agraris akan dipetakan dan dikembangkan menjadi paket ekowisata yang bernilai tambah. Keterlibatan Pemuda ANSOR sebagai kelompok pemuda aktif desa mencerminkan unsur partisipasi masyarakat yang ditegaskan dalam teori tersebut, sekaligus memperkuat kelembagaan lokal yang penting dalam keberlanjutan desa wisata. Selain itu, teori ini mendukung kebutuhan branding desa, karena identitas desa wisata harus dibangun berdasarkan keunikan lokal dan nilai yang menjadi ciri khas Sambiroto. Dengan demikian, teori ini menjadi fondasi konseptual yang menjelaskan mengapa pengembangan ekowisata.

#### **4. Teori Pemasaran Pariwisata (Tourism Marketing Theory)**

Teori Pemasaran Pariwisata (*Tourism Marketing Theory*) menjelaskan bahwa keberhasilan sebuah destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengelolanya dalam mengidentifikasi kebutuhan wisatawan, menciptakan produk wisata yang bernilai, serta mengomunikasikan keunggulan destinasi secara efektif. Menurut Middleton & Clarke (2001), pemasaran pariwisata melibatkan proses memahami pasar melalui segmentasi, menetapkan target wisatawan, menentukan posisi atau citra destinasi (*positioning*), serta mengelola bauran pemasaran 7P: *product, price, place, promotion, people, process,*

*dan physical evidence*. Dalam konteks desa wisata, teori ini menekankan bahwa wisata bukan hanya tentang objek, tetapi keseluruhan pengalaman yang ditawarkan mulai dari atraksi, keramahan penduduk, akses, narasi budaya, hingga lingkungan fisik yang mendukung. Oleh karena itu, destinasi perlu dirancang sebagai produk yang memiliki daya tarik unik dan mampu memberikan pengalaman otentik bagi pengunjung.

Relevansi teori ini terhadap program pengabdian “*Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative*” sangat kuat, karena salah satu tantangan utama Sambiroto adalah lemahnya branding dan strategi promosi wisata yang terintegrasi. Melalui pendekatan pemasaran pariwisata, tim pendamping dapat membantu pemuda ANSOR dan masyarakat dalam merumuskan produk wisata unggulan yang berbasis potensi lokal seperti agrowisata, tur budaya, maupun pengalaman kehidupan desa. Selain itu, teori ini menjadi dasar dalam menyusun strategi promosi digital, termasuk pembuatan konten kreatif, pengelolaan media sosial, dan penciptaan identitas visual desa. Elemen *people* dan *process* dalam 7P juga sangat relevan, karena kualitas pelayanan pengunjung, kompetensi pemandu lokal, serta alur pelayanan wisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan mendorong kunjungan berulang. Dengan menerapkan prinsip-prinsip *Tourism Marketing Theory* secara baik, Sambiroto dapat membangun citra destinasi yang kuat, meningkatkan daya saing, dan menciptakan ekosistem pariwisata berkelanjutan yang memberikan dampak ekonomi nyata bagi masyarakat.

##### **5. Teori Pengembangan Komunitas Berkelanjutan (Sustainable Community Development Theory)**

Teori Pengembangan Komunitas Berkelanjutan (*Sustainable Community Development Theory*) menekankan bahwa pembangunan di tingkat komunitas harus dilakukan dengan menjaga keseimbangan antara aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Menurut teori ini, keberhasilan pembangunan tidak hanya diukur dari pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dari kemampuan masyarakat untuk mempertahankan kelestarian lingkungan, memperkuat kohesi sosial,

serta meningkatkan kapasitas mandiri untuk mengelola sumber daya lokal. Dalam model pembangunan berkelanjutan, masyarakat ditempatkan sebagai aktor utama yang memiliki kendali, bukan sekadar penerima manfaat. Pendekatan ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan (pemerintah desa, pemuda, akademisi, dan komunitas lokal) serta penggunaan aset lokal sebagai fondasi pembangunan jangka panjang.

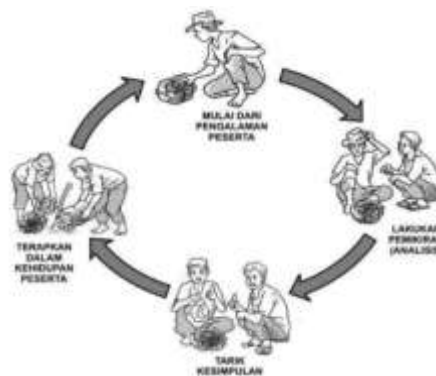
Relevansi teori ini sangat kuat terhadap program “*Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative*”. Pengembangan ekowisata pada hakikatnya merupakan bentuk pembangunan berkelanjutan, karena mengintegrasikan pelestarian alam, peningkatan ekonomi warga, dan penguatan identitas sosial–budaya desa. Program pendampingan yang melibatkan Pemuda ANSOR, akademisi, dan masyarakat desa sejalan dengan prinsip inti teori pengembangan komunitas berkelanjutan, yaitu *community-driven development*. Pelatihan kapasitas pemuda, pengelolaan potensi alam secara bijak, penciptaan peluang ekonomi melalui paket wisata, serta pengembangan branding desa merupakan bentuk nyata upaya menciptakan desa yang mandiri dan berkelanjutan. Dengan demikian, teori ini memberikan dasar konseptual bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan bukan sekadar kegiatan jangka pendek, melainkan investasi sosial-ekologis yang memperkuat ketahanan desa Sambiroto dalam jangka panjang.

## BAB III

### METODE PELAKSANAAN

#### 3.1 Teknik Pendampingan

Teknik pendampingan yang paling tepat digunakan untuk penyelesaian masalah dalam program *Ecotourism & Village Branding Initiative* di Desa Sambiroto adalah Participatory Action Learning (PAL), yaitu pendekatan pendampingan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, hingga evaluasi kegiatan. Pendampingan ini menggabungkan proses belajar bersama (*collective learning*), aksi nyata (*community-based action*), dan refleksi berkelanjutan untuk memastikan setiap kegiatan benar-benar sesuai dengan kebutuhan desa. Melalui PAL, akademisi bersama Pemuda Ansor dapat memfasilitasi diskusi kelompok, lokakarya kreatif, *field coaching*, dan *problem-solving session* yang memungkinkan warga terutama kelompok pemuda, pelaku UMKM, dan pengelola potensi wisata mengemukakan gagasan, menilai alternatif solusi, serta mengembangkan kapasitas mereka secara bertahap. Pendekatan ini juga efektif untuk menumbuhkan rasa kepemilikan (*sense of ownership*), meningkatkan motivasi, dan memperkuat keberlanjutan program jangka panjang, karena setiap keputusan lahir dari partisipasi aktif masyarakat. Dengan teknik PAL, strategi pengembangan ekowisata dan *village branding* di Sambiroto dapat berjalan adaptif, inklusif, dan berorientasi hasil, serta mendorong masyarakat mampu mengelola destinasi wisata secara mandiri dan profesional.



**Gambar 3.1 Teknik Pendampingan PKM**

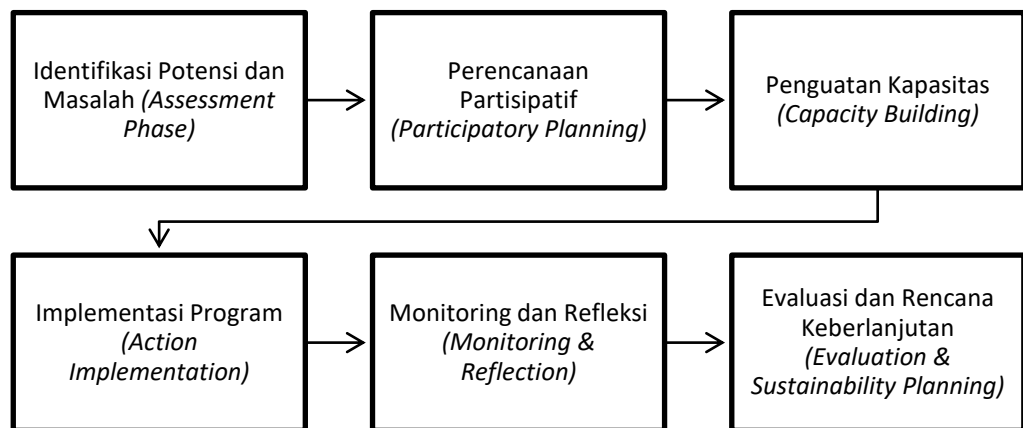
### 3.2 Strategi Yang Digunakan

Untuk Strategi pendampingan yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan pengembangan ekowisata dan branding Desa Sambiroto adalah melalui pendekatan *participatory action approach*, yaitu strategi yang menempatkan Masyarakat khususnya Pemuda Ansor, perangkat desa, dan pelaku UMKM sebagai aktor utama dalam setiap tahap kegiatan. Strategi ini menekankan kolaborasi antara akademisi dan komunitas lokal melalui rangkaian kegiatan seperti *capacity building*, pelatihan manajemen destinasi, penguatan literasi digital, serta pendampingan intensif dalam perencanaan, implementasi, dan evaluasi program. Tahapan pendampingan dilakukan secara bertahap mulai dari asesmen kebutuhan, pemetaan potensi wisata, formulasi program branding desa, hingga uji coba paket wisata berbasis komunitas. Pendekatan ini dipilih karena mendorong kepemilikan program (*local ownership*), memperkuat keberlanjutan jangka panjang, serta memastikan bahwa solusi yang dirumuskan benar-benar sesuai dengan nilai budaya, kapasitas, dan kebutuhan warga Sambiroto. Dengan demikian, pendampingan tidak hanya berfokus pada peningkatan kompetensi teknis, tetapi juga pada penguatan jejaring.

### 3.3 Tahapan Kegiatan

Tahapan Tahapan pendampingan yang paling tepat untuk menyelesaikan berbagai persoalan pengembangan ekowisata dan *village branding* di Desa Sambiroto dimulai dari *community needs assessment*, yaitu proses identifikasi kebutuhan, potensi, dan hambatan masyarakat melalui diskusi kelompok terarah, observasi lapangan, serta wawancara dengan pemangku kepentingan lokal. Setelah kebutuhan dipetakan, tahap berikutnya adalah *capacity building*, berupa pelatihan literasi digital, pelatihan pemandu wisata, penguatan manajemen kelembagaan desa, serta pelatihan UMKM berbasis potensi wisata. Selanjutnya dilakukan *co-creation and co-design*, yaitu merancang paket wisata, merumuskan *brand identity* desa, serta menentukan narasi promosi bersama pemuda ANSOR dan masyarakat agar setiap produk wisata benar-benar mencerminkan nilai lokal. Tahap keempat adalah *implementation and mentoring*, berupa uji coba paket wisata, pendampingan produksi konten digital, perbaikan

sarana-prasarana sederhana, serta pendampingan UMKM dalam peningkatan kualitas produk. Tahap terakhir adalah monitoring, evaluation, and sustainability planning, yaitu memastikan setiap inisiatif berjalan efektif, mengukur dampaknya terhadap ekonomi masyarakat, serta menyusun *roadmap* keberlanjutan agar Desa Sambiroto mampu mengelola ekowisata secara mandiri. Pendekatan bertahap ini memastikan bahwa pendampingan tidak berhenti pada pelatihan semata, tetapi benar-benar menghasilkan perubahan nyata yang berkelanjutan.



**Gambar 3.2 Tahapan kegiatan PKM**

1. Tahap Identifikasi Potensi dan Masalah (*Assessment Phase*) Tahap awal dilakukan dengan pemetaan potensi ekowisata, aset desa, kekuatan komunitas, serta identifikasi kendala yang menghambat pengembangan pariwisata. Kegiatan meliputi observasi lapangan, community mapping, wawancara dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, karang taruna, dan pelaku UMKM. Hasilnya menjadi dasar untuk menentukan fokus pendampingan.
2. Tahap Perencanaan Partisipatif (*Participatory Planning*) Pada tahap ini fasilitator mengajak Masyarakat terutama Pemuda Ansor dan kelompok pemuda untuk ikut menyusun rencana aksi berbasis kebutuhan desa. Metode yang digunakan bisa berupa FGD, lokakarya perencanaan, dan problem-tree analysis. Tahap ini bertujuan memastikan setiap rencana kegiatan memiliki kesesuaian dengan kondisi desa serta memungkinkan adanya rasa kepemilikan (*sense of ownership*).

3. Tahap Penguatan Kapasitas (*Capacity Building*) Fokus tahap ini adalah peningkatan keterampilan masyarakat melalui pelatihan, coaching, dan praktik lapangan. Materi yang diberikan dapat meliputi pengembangan produk wisata, village branding, fotografi & digital marketing, manajemen destinasi, hospitality, hingga pengelolaan lingkungan. Penguatan kapasitas membuat masyarakat lebih siap mengelola ekowisata secara mandiri.
4. Tahap Implementasi Program (*Action Implementation*) Tahap ini merupakan eksekusi rencana yang telah disusun bersama. Contohnya penataan spot wisata, pembuatan konten promosi desa, pengembangan paket wisata, penanaman ruang terbuka hijau, pendataan UMKM, atau pembuatan media branding seperti logo, tagline, dan storytelling desa. Semua kegiatan dilakukan secara kolaboratif antara akademisi, Pemuda Ansor, dan warga.
5. Tahap Monitoring dan Refleksi (*Monitoring & Reflection*) Monitoring dilakukan secara berkala untuk mengukur kemajuan program, mengevaluasi efektivitas kegiatan, serta memeriksa apakah solusi yang diterapkan sudah sesuai dengan kebutuhan. Melalui sesi refleksi bersama, masyarakat diajak menilai apa yang sudah berjalan baik, apa yang perlu diperbaiki, dan apa langkah selanjutnya.
6. Tahap Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan (*Evaluation & Sustainability Planning*) Tahap akhir dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil pendampingan, dampak terhadap masyarakat, serta efektivitas metode yang digunakan. Bersama warga, dibuat rencana jangka panjang untuk memastikan keberlanjutan pengelolaan ekowisata dan village branding desa, misalnya pembentukan tim pengelola wisata, penyusunan SOP, model bisnis desa wisata, atau kemitraan dengan pihak luar.

## BAB IV

### LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

#### 4.1 Luaran Pendampingan

Luaran dari pendampingan dalam program pengabdian masyarakat ini dapat mencakup beberapa hal, antara lain:

1. Laporan kegiatan ini akan dipublikasikan pada jurnal *Community Empowerment: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* ISSN 3031-8610 dengan link jurnal <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/commen>
2. Profil Desa Wisata Sambiroto (*Village Tourism Profile*) Luaran berupa dokumen deskriptif yang memuat potensi alam, budaya, kuliner, sejarah, dan atraksi wisata desa. Dokumen ini menjadi landasan pengembangan paket wisata dan promosi digital.
3. Identitas Brand Desa (*Village Brand Identity*) Terciptanya *brand identity* berupa logo, tagline, dan narasi destinasi yang mencerminkan karakter Desa Sambiroto sebagai desa ekowisata berkelanjutan. Identitas ini akan digunakan dalam seluruh media promosi resmi desa.
4. Paket Wisata Tematik (*Thematic Ecotourism Packages*) Tersusunnya beberapa paket wisata tematik, seperti *Eco-Farming Tour*, *Culture & Heritage Walk*, atau *Rural Experience Journey*, yang bisa dijual kepada wisatawan dan agen perjalanan.
5. Peningkatan Kapasitas Pemuda ANSOR sebagai Pemandu Wisata Luaran berupa modul pelatihan dan peningkatan keterampilan pemuda ANSOR dalam guiding, hospitality, storytelling, dan manajemen wisata lokal, sehingga mereka siap menjadi motor penggerak desa wisata.
6. Media Promosi Digital Desa Tersedianya akun resmi media sosial, video promosi singkat, galeri foto profesional, dan *digital brochure* yang dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pemasaran desa ke audiens yang lebih luas.
7. Pendampingan UMKM Wisata Terlaksananya pendampingan UMKM lokal dalam pengembangan produk khas Sambiroto, seperti kuliner, kerajinan, atau souvenir, termasuk pelatihan *packaging*, standardisasi produk, dan strategi pemasaran.

8. Peta Wisata (*Tourism Map*) Tersusunnya peta wisata yang memuat lokasi spot foto, area hijau, jalur trekking, situs budaya, sentra UMKM, dan fasilitas publik sehingga memudahkan wisatawan dalam menjelajahi desa.
9. Rekomendasi Pengembangan Infrastruktur Dasar Wisata Dokumen rekomendasi berisi kebutuhan perbaikan akses, papan informasi, toilet umum, kebersihan lingkungan, hingga titik parkir, sebagai masukan bagi pemerintah desa dan kecamatan.
10. Modul Pengelolaan Ekowisata Berkelanjutan Modul pendampingan berisi prinsip-prinsip keberlanjutan, strategi konservasi lingkungan, pengelolaan limbah wisata, hingga mekanisme pelibatan masyarakat dalam menjaga kelestarian alam desa.

#### **4.2 Indikator Keberhasilan pendampingan**

Berikut adalah beberapa target capaian yang diharapkan dari program pengabdian masyarakat ini:

1. Terbentuknya Identitas Brand Desa yang Digunakan Secara Resmi Keberhasilan ditunjukkan dengan adanya logo, tagline, dan narasi brand yang disahkan oleh pemerintah desa serta digunakan pada papan informasi, media sosial, dan materi promosi.
2. Meningkatnya Kapasitas Pemuda ANSOR sebagai Agen Penggerak Ekowisata Indikator terlihat dari jumlah pemuda yang mengikuti pelatihan, peningkatan keterampilan guiding, kemampuan membuat konten digital, serta keterlibatan aktif mereka dalam setiap agenda pengembangan desa wisata.
3. Tersusunnya Paket Wisata Tematik yang Siap Dipromosikan Keberhasilan ditandai dengan adanya minimal 2–3 paket wisata berbasis alam, budaya, dan kehidupan lokal yang sudah terdokumentasi, teruji, dan dapat ditawarkan kepada calon wisatawan.
4. Meningkatnya Kesiapan UMKM Lokal Mendukung Wisata Desa Indikator berupa bertambahnya produk UMKM yang memiliki kemasan lebih baik, branding sederhana, dan standar kualitas yang lebih konsisten, serta meningkatnya partisipasi UMKM dalam mendukung desa wisata.
5. Terbangunnya Media Promosi Digital yang Aktif dan Konsisten Keberhasilan terlihat dari keberadaan akun media sosial desa yang dikelola

rutin, jumlah konten yang diproduksi, peningkatan interaksi publik (likes, komentar, viewers), serta adanya *digital brochure* atau video promosi.

6. Tersedianya Peta Wisata dan Dokumen Profil Desa Wisata Indikator berupa peta wisata yang dapat digunakan pengunjung, serta dokumen profil desa yang memuat potensi, atraksi, dan informasi desa secara lengkap sebagai dasar perencanaan wisata.
7. Meningkatnya Pengetahuan dan Partisipasi Masyarakat terhadap Ekowisata Berkelanjutan Keberhasilan ditunjukkan dari peningkatan pemahaman warga tentang konservasi, kebersihan lingkungan, dan manfaat ekonomi wisata; diukur melalui observasi, wawancara, atau kuisioner.
8. Adanya Rekomendasi Pengembangan Infrastruktur Wisata yang Diterima Pemerintah Desa Indikator berupa dokumen rekomendasi teknis yang ditindaklanjuti atau dipertimbangkan dalam musyawarah desa, termasuk rencana perbaikan akses, papan petunjuk, atau titik parkir.
9. Terlaksananya Program Pendampingan secara Partisipatif Keberhasilan diukur dari tingkat keterlibatan warga, tokoh masyarakat, dan pemuda dalam proses pemetaan, perencanaan, dan pelaksanaan pendampingan; bukan hanya menjadi penerima manfaat tetapi aktor utama.

## **BAB V**

### **HASIL PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil**

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat berjudul Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative telah menghasilkan berbagai capaian nyata dalam penguatan kapasitas masyarakat dan pengembangan potensi desa secara berkelanjutan. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sambiroto, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, sebagai bentuk kolaborasi antara tim dosen Universitas Bojonegoro dan Pemuda GP Ansor Ranting Sambiroto. Pendekatan partisipatif menjadi kunci utama keberhasilan program ini, karena masyarakat ditempatkan sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan.

Hasil pertama yang signifikan adalah meningkatnya kapasitas pemuda ANSOR dalam pengelolaan ekowisata dan branding desa. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, pemuda memperoleh pengetahuan praktis mengenai manajemen destinasi wisata, pelayanan wisatawan (*hospitality*), teknik pemanduan, serta pembuatan konten promosi digital. Pemuda yang sebelumnya belum memiliki pengalaman di bidang pariwisata kini mulai memahami peran strategis mereka sebagai penggerak utama desa wisata berbasis komunitas. Peningkatan kapasitas ini terlihat dari keterlibatan aktif pemuda dalam diskusi perencanaan, uji coba paket wisata, hingga produksi konten promosi desa.

Hasil kedua adalah tersusunnya profil desa wisata dan pemetaan potensi ekowisata Sambiroto. Tim pengabdian bersama masyarakat berhasil mengidentifikasi dan mendokumentasikan potensi alam, budaya, aktivitas pertanian, serta produk ekonomi lokal yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Profil desa ini menjadi dasar penting dalam perencanaan pengembangan paket wisata tematik, seperti agrowisata, tur budaya, dan pengalaman kehidupan pedesaan. Dokumen profil desa juga berfungsi sebagai referensi strategis bagi pemerintah desa dalam mengintegrasikan pengembangan wisata ke dalam agenda pembangunan desa.

Hasil ketiga yang menonjol adalah terbentuknya identitas branding Desa Sambiroto sebagai desa ekowisata berkelanjutan. Melalui proses

diskusi dan co-creation, masyarakat dan pemuda berhasil merumuskan narasi desa, konsep visual, serta arah branding yang mencerminkan karakter lokal Sambiroto. Identitas ini menjadi fondasi awal dalam membangun citra desa di tingkat lokal maupun regional, sekaligus memperkuat rasa bangga dan kepemilikan masyarakat terhadap desanya.

Selain itu, program ini juga menghasilkan rancangan paket wisata tematik yang siap dikembangkan dan dipromosikan. Paket-paket wisata tersebut dirancang berbasis potensi lokal dan melibatkan partisipasi langsung masyarakat, sehingga manfaat ekonomi diharapkan dapat dirasakan secara lebih merata. Sejalan dengan itu, beberapa pelaku UMKM lokal mulai mendapatkan pendampingan awal terkait pengemasan produk, peningkatan kualitas, dan peluang integrasi dengan aktivitas wisata desa.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian menunjukkan bahwa kolaborasi antara akademisi dan pemuda desa mampu menjadi katalisator perubahan positif. Program ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa dokumen dan konsep, tetapi juga perubahan kapasitas, pola pikir, dan kesiapan masyarakat dalam mengelola potensi desa secara mandiri. Dengan fondasi awal yang telah terbentuk, Desa Sambiroto memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi desa ekowisata yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan di Kabupaten Bojonegoro.

## **5.2 Pembahasan**

### **1. Terbentuknya Identitas Brand Desa yang Digunakan Secara Resmi**

Keberhasilan pembentukan identitas brand Desa Sambiroto dapat dianalisis melalui perspektif *destination branding theory* yang menekankan pentingnya konsistensi identitas, legitimasi kelembagaan, dan keterikatan komunitas lokal (Kavaratzis & Hatch, 2013; Pike, 2009). Brand desa yang mencakup logo, tagline, dan narasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi sebagai mekanisme penyatuan makna kolektif (*shared meaning*) antara masyarakat dan destinasi. Pengesahan oleh pemerintah desa memperkuat *institutional legitimacy*, yang menurut Hankinson (2010) merupakan prasyarat keberlanjutan branding destinasi. Dengan digunakannya brand pada media fisik dan digital desa, Sambiroto telah memasuki fase *brand internalization*, di mana masyarakat mulai menjadi bagian dari brand itu sendiri, bukan sekadar audiensnya.

## 2. Meningkatnya Kapasitas Pemuda ANSOR sebagai Agen Penggerak Ekowisata



Gambar 5.1 Pelatihan pengembangan Ekowisata

Peningkatan kapasitas pemuda, khususnya dari unsur GP Ansor, mencerminkan implementasi *community empowerment theory* sebagaimana dikemukakan oleh Zimmerman (2000), yang menekankan dimensi psikologis, organisasi, dan sosial dalam proses pemberdayaan. Pelatihan guiding, hospitality, dan konten digital berkontribusi pada peningkatan *self-efficacy* dan *collective agency* pemuda, yang menurut Scheyvens (1999) merupakan indikator utama keberhasilan pariwisata berbasis komunitas. Keterlibatan aktif pemuda dalam perencanaan dan pelaksanaan desa wisata menunjukkan terjadinya pergeseran relasi kuasa, di mana pemuda tidak lagi berada pada posisi marginal, tetapi menjadi aktor sentral dalam pengelolaan sumber daya lokal.

## 3. Tersusunnya Paket Wisata Tematik yang Siap Dipromosikan

Tersusunnya paket wisata tematik menunjukkan keberhasilan tahap *tourism product development* sebagaimana dijelaskan oleh Middleton & Clarke (2001), bahwa destinasi harus mampu mengemas pengalaman menjadi produk yang terstruktur dan dapat dipasarkan. Paket wisata berbasis alam, budaya, dan kehidupan lokal Sambiroto sejalan dengan konsep *experiential tourism* (Pine & Gilmore, 1999), di mana wisatawan mencari pengalaman autentik yang melibatkan interaksi sosial dan budaya. Dokumentasi dan uji coba paket wisata juga mencerminkan penerapan *learning-based development*, yang menurut Briedenhann & Wickens (2004)

penting untuk memastikan produk desa wisata tidak bersifat spekulatif, tetapi berbasis realitas sosial dan kapasitas lokal.

#### 4. Meningkatnya Kesiapan UMKM Lokal Mendukung Wisata Desa

Peningkatan kesiapan UMKM lokal dapat dianalisis melalui kerangka *local economic development* dan *tourism value chain* (Mitchell & Ashley, 2010). Perbaikan kemasan, branding sederhana, dan konsistensi kualitas produk menunjukkan terjadinya proses *market adaptation* UMKM terhadap permintaan sektor pariwisata. Menurut Rogerson (2012), integrasi UMKM ke dalam ekosistem desa wisata merupakan indikator penting bahwa pariwisata mampu menghasilkan manfaat ekonomi yang inklusif. Dengan meningkatnya partisipasi UMKM, desa wisata Sambiroto tidak hanya menciptakan kunjungan, tetapi juga memperluas distribusi manfaat ekonomi di tingkat rumah tangga.

#### 5. Terbangunnya Media Promosi Digital yang Aktif dan Konsisten



Gambar 5.2 Pelatihan Pembuatan media sosial

Keberadaan media promosi digital yang dikelola secara aktif mencerminkan penerapan *digital destination marketing* yang semakin relevan dalam pariwisata skala lokal (Xiang & Gretzel, 2010). Konsistensi produksi konten dan meningkatnya

interaksi publik menunjukkan bahwa desa mulai menguasai *user-generated and community-managed content*, yang menurut Munar & Jacobsen (2014) memiliki tingkat kredibilitas tinggi di mata wisatawan. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran kolektif bagi masyarakat desa dalam membangun narasi dan citra destinasi secara mandiri.

#### **6. Tersedianya Peta Wisata dan Dokumen Profil Desa Wisata**

Penyusunan peta wisata dan profil desa wisata memperkuat aspek *destination planning and governance* dalam pengembangan desa wisata. Menurut Hall (2011), perencanaan pariwisata yang berkelanjutan harus didukung oleh data spasial dan sosial yang sistematis. Dokumen ini berfungsi sebagai instrumen *evidence-based planning* yang memungkinkan pengambilan keputusan berbasis potensi dan kapasitas nyata desa. Dalam konteks pengabdian masyarakat, luaran ini menunjukkan bahwa intervensi tidak berhenti pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga menghasilkan perangkat kelembagaan yang mendukung tata kelola jangka panjang.

#### **7. Meningkatnya Pengetahuan dan Partisipasi Masyarakat terhadap Ekowisata Berkelanjutan**



Gambar 5.3 Taman Ekowisata di Desa Sambiroto

Peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konservasi dan manfaat ekonomi wisata mencerminkan internalisasi prinsip *sustainable community development* (Pretty, 1995; Swarbrooke, 2011).

Perubahan sikap dan perilaku masyarakat menunjukkan keberhasilan pendekatan edukatif-partisipatif dalam membangun *environmental awareness*. Menurut Dangi & Jamal (2016), keberlanjutan pariwisata sangat ditentukan oleh sejauh mana masyarakat lokal memahami dan menerima nilai-nilai keberlanjutan, bukan hanya oleh regulasi atau infrastruktur fisik.

#### **8. Adanya Rekomendasi Pengembangan Infrastruktur Wisata yang Diterima Pemerintah Desa**



Dokumen rekomendasi infrastruktur wisata yang diterima pemerintah desa menunjukkan adanya *policy linkage* antara praktik pengabdian dan tata kelola pembangunan desa. Menurut Bramwell & Lane (2011), keberhasilan pariwisata berkelanjutan sangat bergantung pada integrasi antara inisiatif komunitas dan kebijakan publik. Ketika hasil pendampingan menjadi bahan

pertimbangan musyawarah desa, pengabdian berfungsi sebagai *knowledge broker* yang menjembatani pengetahuan akademik, pengalaman komunitas, dan pengambilan keputusan struktural.

#### **9. Terlaksananya Program Pendampingan secara Partisipatif**

Pelaksanaan pendampingan secara partisipatif memperkuat validitas program ini sebagai praktik *participatory action research* (Reason & Bradbury, 2008). Tingginya keterlibatan warga dan pemuda dalam seluruh tahapan kegiatan menunjukkan bahwa partisipasi tidak bersifat simbolik, tetapi substantif. Menurut Arnstein (1969), tingkat partisipasi yang tinggi merupakan indikator bahwa masyarakat memiliki kontrol nyata terhadap proses pembangunan. Hal ini menjadi fondasi utama keberlanjutan desa wisata Sambiroto, karena keberhasilan tidak bergantung pada kehadiran pendamping, tetapi pada kapasitas dan komitmen komunitas itu sendiri.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat di Desa Sambiroto, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro, telah berhasil mencapai tujuannya sebagai katalisator pengembangan potensi desa yang berbasis pada pemberdayaan komunitas. Program ini menyimpulkan bahwa kunci utama dalam mentransformasikan potensi alam dan budaya pedesaan menjadi destinasi ekowisata yang berdaya saing terletak pada sinergi antara keahlian akademis dan militansi organisasi kepemudaan lokal, dalam hal ini Pemuda ANSOR. Melalui penerapan metode *Participatory Action Learning* (PAL), masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai penerima manfaat, melainkan sebagai aktor utama yang terlibat aktif mulai dari tahap identifikasi masalah hingga perencanaan strategis, sehingga tercipta rasa kepemilikan (*sense of ownership*) yang sangat kuat terhadap keberlanjutan program.

Secara substansial, program ini telah menghasilkan perubahan nyata pada tiga pilar utama pembangunan desa wisata, yaitu sumber daya manusia, produk, dan identitas. Pertama, terjadi peningkatan kapasitas yang signifikan pada pemuda lokal dalam aspek *hospitality*, teknik pemanduan wisata (*guiding*), serta keterampilan manajemen konten digital yang menjadi syarat mutlak dalam pemasaran pariwisata modern. Kedua, program ini berhasil mengkurasi potensi lokal menjadi produk ekonomi kreatif yang terstruktur melalui penyusunan paket wisata tematik seperti *Eco-Farming Tour* dan *Culture Heritage Walk*, serta pendampingan UMKM untuk meningkatkan standar kualitas dan kemasan produk khas desa. Ketiga, Desa Sambiroto kini memiliki identitas brand yang resmi dan kredibel, lengkap dengan logo, *tagline*, serta narasi destinasi yang berfungsi menyatukan makna kolektif masyarakat sekaligus memperkuat posisi desa di pasar pariwisata regional.

Lebih jauh lagi, inisiatif ini membuktikan bahwa pengembangan ekowisata dapat menjadi instrumen diversifikasi ekonomi yang efektif agar ketahanan desa tidak lagi semata-mata bergantung pada sektor pertanian konvensional. Rekomendasi infrastruktur dan peta wisata yang dihasilkan menjadi dokumen perencanaan berbasis data (*evidence-based planning*) yang

dapat diintegrasikan oleh pemerintah desa ke dalam agenda RKPDes maupun RPJMDes untuk jangka panjang. Sebagai penutup, pengabdian ini menegaskan bahwa pembangunan komunitas yang berkelanjutan hanya dapat dicapai apabila kelestarian lingkungan dan penjagaan nilai-nilai kearifan lokal dijadikan fondasi utama dalam setiap inovasi ekonomi. Dengan fondasi yang telah diletakkan, Desa Sambiroto memiliki peluang besar untuk bertransformasi menjadi desa wisata yang mandiri, tangguh (*resilient*), dan siap menyongsong pasar pariwisata berkelanjutan di masa depan

## 6.2. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian di Desa Sambiroto, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan ke depan:

1. Pemerintah Desa Sambiroto: Diharapkan dapat segera mengintegrasikan dokumen rekomendasi infrastruktur dan profil desa wisata yang telah disusun ke dalam Rencana Kerja Pemerintah Desa (RKPDes) dan RPJMDes. Hal ini penting untuk memastikan ketersediaan dukungan anggaran dalam perbaikan aksesibilitas, sanitasi, dan sarana prasarana penunjang wisata lainnya.
2. Pemuda ANSOR Ranting Sambiroto: Sebagai mitra utama dan agen penggerak, diharapkan terus konsisten dalam mengelola media promosi digital yang telah dibangun agar interaksi dengan calon wisatawan tetap terjaga. Pengembangan keterampilan anggota dalam bidang *hospitality* dan *storytelling* perlu ditingkatkan secara mandiri melalui praktik langsung pada setiap kunjungan uji coba.
3. Pelaku UMKM Lokal: Disarankan untuk lebih terbuka dalam melakukan inovasi produk dan standarisasi kemasan sesuai dengan identitas visual (*branding*) desa yang telah disepakati agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi bagi wisatawan.
4. Akademisi (Universitas Bojonegoro): Perlu melakukan pendampingan lanjutan secara periodik, terutama dalam memantau efektivitas paket wisata yang telah dirancang serta membantu perluasan jejaring kerja sama dengan pihak agen perjalanan atau dinas terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoso, W. (2018). *Pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan desa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Amerta, I. M. S. (2017). The role of community participation in ecotourism development. *Journal of Tourism and Hospitality*, 6(1), 1–5.
- Ardika, I. W. (2015). *Pusaka budaya dan pariwisata*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baniya, R., & Paudel, K. (2016). Ecotourism development and its impact on community livelihood in Nepal. *International Journal of Tourism Sciences*, 16(2), 45–60.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2013). *Perencanaan ekowisata: Dari teori ke aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Ely, R. (2020). Destination branding for sustainable tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 34, 100–125.
- Endah, P. (2017). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 13(2), 89–102.
- Fandeli, C. (2015). *Pengembangan ekowisata*. Yogyakarta: Liberty.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2012). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (5th ed). New York: Routledge.
- Hadiwijoyo, S. S. (2018). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hall, C. M. (2011). Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457.
- Hawkins, D. E., & Mann, S. (2018). The World Bank's role in ecotourism development. *Annals of Tourism Research*, 47(2), 210–214.
- Hermawan, H. (2017). Komponen dan faktor penentu dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 23–35.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London: Pearson.
- Lane, B. (2009). Sustainable rural tourism strategies. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 543–557.
- López, M. A., & Martin, D. (2019). Community participation in tourism development: A case study. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 377–389.
- Nugroho, A. S. (2015). Pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(2), 112–125.
- Prakoso, A. (2022). Model pengembangan ekowisata untuk peningkatan ekonomi desa. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 5(1), 77–93.
- Putra, A. G., & Pitana, I. G. (2016). *Pariwisata berbasis masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Rahmawati, D., & Prabowo, F. (2020). Branding destinasi wisata melalui pendekatan digital. *Jurnal Komunikasi Terapan*, 8(2), 101–113.
- Rangkuti, F. (2016). *Strategi promosi yang kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and poverty*. London: Routledge.
- Sharpley, R. (2009). Tourism development and the environment: Beyond sustainability? *Earthscan*.
- Soemarwoto, O. (2014). *Ekologi, lingkungan hidup, dan pembangunan*. Jakarta: PT Djambatan.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, P., & Efendi, R. (2018). Community empowerment model in rural tourism. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 15–29.
- Swarbrooke, J. (2011). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CAB International.
- UNWTO. (2015). *Global report on community-based tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yoeti, O. A. (2013). *Pengantar ilmu pariwisata*. Bandung: Angkasa.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian Masyarakat



UNIVERSITAS BOJONEGORO  
**FAKULTAS EKONOMI**

Website : <https://fe.unigoro.ac.id> e-mail : [fe@unigoro.ac.id](mailto:fe@unigoro.ac.id)

Sekretariat: Kampus Kalirejo Jl. Lettu Suyitno No. 02 Telp./Fax. (0353) 889006 Bojonegoro

Nomor : 941/FE-UB/XI/2025  
Lampiran : 1 (satu) Bendel  
Perihal : **Permohonan Pengajuan Dana Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kepada Yth:  
Rektor Universitas Bojonegoro  
Di  
Bojonegoro

Menindak lanjuti pengumuman/himbauan yang disampaikan oleh Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro, bahwa setiap Dosen di Universitas Bojonegoro wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dapat dilaksanakan melalui Hibah Internal Dosen. Maka bersama ini kami mengajukan usulan dana hibah internal dosen dengan keterangan berikut:

Nama Dosen I : Moh. Mustofa, S.E., M.M.  
NIDN : 07 2709 8605  
Judul Proposal : *Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative: Kolaborasi Dosen dan Pemuda ANSOR untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Bojonegoro, 14 November 2025  
Dekan,

*Endang, S.E., M.M.*  
NIDN. 07 2505 8006

**Tembusan kepada:**

Yth. Ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro  
Yth. Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

## Lampiran 2. Surat Kesanggupan Mitra



**MAJELIS TA'LIM DZIKIR DAN SHOLAWAT**  
**"RIJALUL ANSOR"**  
**PR. GP. ANSOR SAMBIROTO - KAPAS - BOJONEGORO**  
Sekretariat : Jl. Raya Desa Sambiroto Telp. 0822 5774 9381



### SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJASAMA MITRA

Nomor: 053/RA.PR/SR-04/XI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Agus Syaiful Alim  
Instansi/Lembaga : Ansor Desa Sambiroto Kecamatan Kapas Bojonegoro  
Jabatan : Ketua  
Alamat : Rt 02 Rw 01 Desa Sambiroto Kecamatan Kapas-Bojonegoro  
Nomor HP : 0822 5774 9371

Dengan ini menyatakan bersedia bekerjasama dengan dosen sesuai dengan nama yang tersebut di bawah ini, dan Bersama ini kami menyatakan bahwa di antara mitra dengan pelaksana kegiatan tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Judul Pengabdian : Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative: Kolaborasi Dosen dan Pemuda ANSOR untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Nama Ketua : Moh Mustofa, S.E.,M.M  
NIDN : 07 2709 8605  
Instansi : Universitas Bojonegoro  
Jabatan : Kaprodi  
Alamat : Desa Mojodelik Rt 07 Rw 02 Kecamatan Gayam-Bojonegoro  
Nomor HP : 0852 3255 9519  
Sumber Dana : Universitas Bojonegoro

Demikian Surat pernyataan kesediaan Kerjasama ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 11 November 2025

Ketua Ansor Sambiroto

M. AGUS SYAIFUL ALIM

### Lampiran 3. Logbook Pengabdian masyarakat

Tanggal	Uraian Kegiatan	Hasil Kegiatan	Kendala	Rencana Tindak Lanjut
22 Nov 2025	<i>Assessment Phase:</i> Pemetaan potensi dan identifikasi masalah di Desa Sambiroto.	Teridentifikasinya aset alam, budaya, dan kendala utama pengembangan wisata.	Cuaca yang tidak menentu menghambat observasi lapangan di area persawahan.	Verifikasi data melalui wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat.
29 Nov 2025	<i>Participatory Planning:</i> FGD dan penyusunan rencana aksi bersama Pemuda ANSOR.	Terbentuknya kesepakatan rencana kerja dan pembagian peran tim.	Kesulitan menyelaraskan jadwal pertemuan rutin dengan mitra kepemudaan.	Penetapan jadwal tetap koordinasi mingguan di balai desa.
6 Des 2025	<i>Capacity Building:</i> Pelatihan manajemen ekowisata dan <i>hospitality</i> .	Meningkatnya pengetahuan pemuda mengenai standar pelayanan wisatawan.	Terbatasnya fasilitas simulasi standar pelayanan yang representatif.	Pemanfaatan rumah warga sebagai lokasi praktik simulasi <i>homestay</i> .
13 Des 2025	<i>Co-Design:</i> Perancangan identitas visual dan narasi <i>branding</i> desa.	Terciptanya draf logo, <i>tagline</i> , dan <i>brand story</i> Desa Sambiroto.	Diskusi alot dalam menentukan filosofi visual yang mewakili identitas lokal.	Finalisasi desain berdasarkan masukan dari perangkat desa.
20 Des 2025	<i>Product Development:</i> Penyusunan paket wisata tematik ( <i>Eco-Farming &amp; Heritage</i> ).	Tersusunnya draf paket wisata <i>agro-walk</i> dan tur budaya desa.	Jalur trekking di area pertanian masih memerlukan penataan akses sederhana.	Pembuatan peta wisata dan rekomendasi <i>signage</i> petunjuk jalan.
27 Des 2025	Penguatan literasi digital dan pembuatan konten promosi.	Adanya akun resmi media sosial desa dan draf video promosi.	Keterampilan teknis peserta dalam pengeditan video masih bervariasi.	<i>Coaching</i> intensif pembuatan konten kreatif berbasis penceritaan ( <i>storytelling</i> ).
29 Des 2025 – 3 Jan 2026	<i>Implementation:</i> Uji coba paket wisata dan pendampingan UMKM lokal.	Terlaksananya simulasi kunjungan serta perbaikan kemasan produk UMKM.	Koordinasi alur antara pemandu dan penyedia jasa lokal masih perlu sinkronisasi.	Evaluasi teknis hasil uji coba untuk menyempurnakan alur pelayanan.
10 Jan 2026	<i>Monitoring &amp; Sustainability Planning:</i> Penyusunan SOP dan laporan akhir.	Tersusunnya draf SOP pengelolaan dan dokumen rencana keberlanjutan.	Kekhawatiran mengenai konsistensi pengelola pasca pendampingan selesai.	Penyerahan dokumen rekomendasi kebijakan kepada Pemerintah Desa Sambiroto.

## Lampiran 4. Bukti Submit Jurnal Pengabdian

The screenshot displays a web interface for journal submissions. At the top, a breadcrumb trail reads "Home > User > Author > Active Submissions". Below this, the "Active Submissions" section features two tabs: "ACTIVE" (selected) and "ARCHIVE". A table lists the active submission with the following data:

ID	MM-DD SUBMIT	SEC	AUTHORS	TITLE	STATUS
20585	15-01		Tofa	Sambiroto Ecotourism & Village Branding Initiative: Kolab.....	Awaiting assignment

Below the table, there is a "Start a New Submission" section with a link: "CLICK HERE to go to step one of the five-step submission process." The "Rebacks" section has tabs for "ALL", "NEW", "PUBLISHED", and "IGNORED". A table header for rebacks includes columns for "DATE ADDED", "HITS", "URL", "ARTICLE", "TITLE", "STATUS", and "ACTION". The content of this table is empty, with the message "There are currently no rebacks." At the bottom of the rebacks section are buttons for "Publish", "Ignore", "Delete", and "Select All". On the right side, a vertical sidebar menu contains the following items: "Focus And Scope", "Indexing", "Editor Board", "Reviewer", "Visitor Statistics", "Contact", "Peer Review", "Screening For Plagiarism", "Open Access Statement", "Copyright Without Restrictions", and a "FOR AUTHOR" section with sub-items: "Call For Paper", "Publication Ethics", and "Online Submission".