



Pendampingan Program *Branding* Desa Pagelaran Sebagai Destinasi Eduwisata Gerabah Malang Selatan

Lohana Juariyah, Syihabudhin

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

lohana@um.ac.id

Abstracts

Community based tourism is a concept of active participation with the purpose of increasing the prosperity of the local people as well as keeping the environmental quality, preserving the cultural heritage, and socio-cultural values. There are plenty of government effort to optimizing the potential of tourism using this concept. Tourism village, for instance, is one of the focus of Indonesian Government initiated in order to reduce poverty. Desa Pagelaran has a huge potential as this village producing a handcrafted terracotta pots that the knowledge has passed on generation to generation. The arising problem in this place was lack of innovation, generation gaps hinder the knowledge and skill transfer, and only a few families left are producing the terracotta pots. This community development program aims to rebranding the village as a Tourism Village. The program then divided into three sequence starting from planning, execution, and evaluation stage. The outcome of this program is video profile, social media as a promotion tools, and the arrangement of POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) which then aiming to strengthen the brand of Desa Pagelaran as a Tourism Village.

Keywords : *Branding, Tourism, Community Based Tourism (CBT),*

Abstrak

Pariwisata berbasis masyarakat adalah sebuah konsep partisipasi aktif dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus menjaga kualitas lingkungan hidup, melestarikan sosial dan budaya masyarakat. Ada banyak usaha-usaha pemerintah untuk mengoptimalkan potensi dari daerah wisata dengan menggunakan konsep ini. Desa Wisata, adalah salah satu fokus dari pemerintah Indonesia yang digadang-gadang dapat mengurangi angka kemiskinan. Desa Pagelaran memiliki potensi yang luas untuk dikembangkan menjadi Desa Wisata. Desa Pagelaran memproduksi gerabah yang mana ilmunya telah diwariskan dari generasi ke generasi. Permasalahan yang muncul adalah kurangnya inovasi, kesenjangan generasi menghambat proses transfer ketrampil dan pengetahuan, serta hanya beberapa keluarga saja yang tersisa yang masih fokus pada gerabah. Program pengabdian ini bertujuan untuk melakukan *rebranding* terhadap Desa Pagelaran menjadi sebuah Desa Wisata. Program pengabdian ini dibagi menjadi tiga tahap yakni perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil dari program pengabdian ini adalah video profil Desa Pagelaran. Sosial Media sebagai alat promosi, dan terbentuknya POKDARWIS di Desa Pagelaran yang ketiganya bertujuan untuk memperkuat *brand* Desa Pagelaran sebagai Desa Wisata.

Kata Kunci : *Branding, Pariwisata, Pariwisata Berbasis Masyarakat*

1. Pendahuluan

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan sebuah upaya pemerintah untuk mengoptimalkan potensi kawasan wisata baik secara ekonomi, ekologis, sosial budaya, dan juga teknologi. Konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism/CBT*) ini mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup sekaligus menjaga kualitas lingkungan, serta melestarikan budaya dan kehidupan sosial masyarakat, serta bertujuan untuk mengembangkan wilayah tersebut. Desa wisata merupakan salah satu fokus di dalam CBT yang telah



menjadi agenda pemerintah Indonesia (Buku Pedoman Pengembangan Desa Wisata, halaman 17-26) sebagai upaya pengentasan kemiskinan dan juga pengembangan masyarakat (Mtapuri and Giampiccoli, 2016).

Desa wisata merupakan salah satu pengembangan konsep dan kegiatan ekowisata kawasan tertentu yang melibatkan masyarakat lokal. Menurut Priasukmana & Mulyadin (2001), desa wisata merupakan suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan dan menawarkan keaslian pedesaan, baik terkait kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat dan keseharian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, situs, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya. Salah satu upaya untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata ini adalah melalui pemberdayaan. Menurut Connell (dalam Okazaki, 2008), partisipasi tidak hanya sekedar mencapai distribusi sumberdaya yang efisien dan adil, tetapi partisipasi juga melibatkan berbagi pengetahuan dan proses transformasi melalui pembelajaran dalam rangka pengembangan kapasitas diri. Tujuan dari partisipasi menurut Arnstein (dalam Okazaki, 2008) adalah terjadinya redistribusi kekutan/kekuasaan, sehingga masyarakat bisa terlibat dalam pertimbangan manfaat dan biaya dari setiap langkah yang diambil. Dalam konteks pengembangan konsep desa wisata, proses partisipasi masyarakat melibatkan seluruh komponen (*stakeholders*) seperti pemerintah desa, warga setempat, pengembang wisata, perencana pembangunan, pedagang/pebisnis, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), karang taruna, pemilik situs, dll sehingga pengambilan keputusan diambil bersama-sama (Haywood dalam Okazaki, 2008; Hilman, 2017). Agar bisa duduk bersama dalam proses pengambilan keputusan, maka syarat kesetaraan posisi tiap komponen masyarakat desa wisata harus harus terlebih dahulu dipenuhi. yang muncul dalam proses pengembangan desa wisata gerabah Pagelaran. Pertama, masyarakat merasa bahwa gerabah sudah bukan menjadi identitas masyarakat. Hanya ada beberapa warga saja yang menekuni produksi gerabah, bahkan hanya berpusat di 2-3 keluarga saja. Padahal, di era tahun 80-90an, gerabah merupakan sumber penghasilan utama keluarga di Pagelaran. Kedua, regenerasi keterampilan membuat gerabah ke generasi muda cukup terhambat. Generasi muda desa tidak tertarik untuk melanjutkan keterampilan ini karena merasa bahwa gerabah tidak bisa diandalkan sebagai sumber pendapatan keluarga. Ketiga, kualitas dan inovasi produk yang dihasilkan juga masih kurang berkembang. Sudah ada beberapa pembinaan yang dilakukan oleh beberapa dinas terkait, misalnya dinas perindustrian, pariwisata, bahkan program kuliah kerja nyata dari beberapa kampus ternama di Malang, namun belum mampu meningkatkan kualitas dan inovasi produk. Padahal pihak desa telah memfasilitasi pemuda desa untuk belajar ke Kasongan, Yogyakarta pada tahun 2018-2019, tapi masih belum nampak geliat semangat dan gairah masyarakat untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk. Dibalik semua masalah terkait identitas gerabah, kualitas dan inovasi produk, serta keengganan generasi penerus, masih ada semangat dari pihak desa untuk terus menggeliatkan kembali potensi ini sebagai ciri khas desa dan mengembangkannya menjadi desa wisata gerabah. meskipun belum memiliki fokus bidik mau diarahkan kemana. Jika dilihat perkembangannya sejauh ini, berdasarkan jumlah kunjungan yang ada, nampak bahwa mayoritas pengunjung sentra gerabah adalah dari institusi Pendidikan (anak didik SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi) yang ingin belajar dan tahu seluk beluk gerabah.

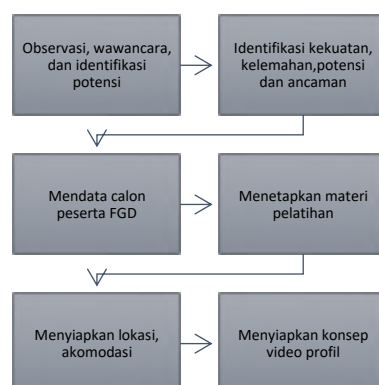
Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat ini qkan mencoba membantu menfokuskan kembali program desa wisata melalui pendampingan analisis SWOT dan perencanaan strategik desa wisata, menjadi desa wisata e dukasi gerabah melalui pelibatan semua elemen masyarakat yang berkaitan langsung dengan bisnis gerabah dan pengembangan desa wisata gerabah (*stakeholder*) untuk duduk bersama dalam forum



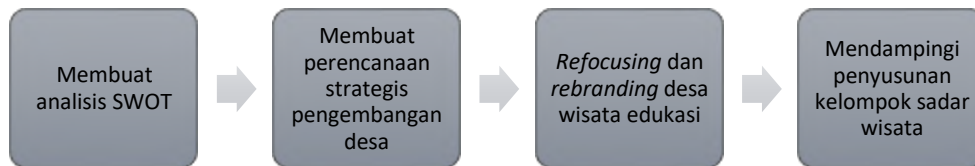
diskusi kelompok terpumpun (FGD). Dalam forum ini, para stakeholder akan berdiskusi dan merumuskan hendak dibawa kemana rencana pengembangan dan fokus desa wisata (eduwisata) gerabah. Dalam pertemuan ini juga diharapkan mampu terbentuk kelompok-kelompok sadar wisata (pokdarwis) yang menjadi motor penggerak dan pengelola desa wisata nantinya. Selain itu, untuk memulai geliat keberadaan kampung eduwisata gerabah, diperlukan penguatan identitas diri kampung gerabah, terutama yang fokus pada eduwisata gerabah. Branding/nama/identitas sebagai kampung eduwisata gerabah ini belum banyak dikenal dan populer di daerah Malang, terutama di Malang Selatan. Padahal, industri gerabah Pagelaran, merupakan industri kerajinan gerabah yang terbesar di Kawasan Malang Raya. Oleh karena itu diperlukan pemfokusan branding kampung eduwisata gerabah di Desa Pagelaran, agar makin populer dan menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Terlebih mengingat posisi kampung gerabah ini yang terletak di jantung desa, dekat dengan balai desa dan juga berada pada jalan poros provinsi yang menghubungkan Malang ke Pantai Selatan. Sehingga, posisinya strategis menjemput bola wisatawan yang berkunjung ke pantai-pantai Malang Selatan yang ada di sepanjang Jalur Lintas Selatan. tim pengabdian juga membantu kelompok sadar wisata ini untuk membangun *branding* (nama) Kampung Eduwisata Pagelaran agar lebih dikenal masyarakat luas dan menarik mereka untuk berkunjung, tim pengabdian membantu menguatkan branding tersebut. Proses *refocusing* pengembangan wisata edukasi gerabah di Desa Pagelaran merupakan langkah awal yang akan ditempuh oleh tim pengabdian masyarakat kali ini, melalui penguatan branding Desa Pagelaran sebagai Kampung Eduwisata Gerabah, tim pengabdian juga mendampingi *re-branding* kampung eduwisata melalui video profil kampung eduwisata dan juga video-vlog kampung eduwisata gerabah Pagelaran. Selain itu juga didampingi untuk membuat logo kampung eduwisata gerabah. Selanjutnya adalah pendampingan tim pelaksana/penggerak eduwisata gerabah dengan terlebih dahulu membentuk tim penggerak eduwisata berikut pembagian peran dan tanggung jawabnya. Harapannya tim yang terbentuk ini mampu menjadi penggerak warga dan membangkitkan kesadaran dan partisipasi warga untuk ikut memiliki dan mengembangkan kampung eduwisata gerabah ini. Proses pemberdayaan masyarakat adalah kegiatan yang penuh tantangan dan menjadi bagian tersulit, menurut kelompok kami. Oleh karena itu pendampingan pemberdayaan warga Pagelaran yang direncanakan oleh tim pengabdian meliputi tiga tahapan, yakni tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, dan tahap pemberian daya. Ketiga tahapan pemberdayaan ini mengadaptasi dari strategi pemberdayaan yang dilakukan Desa Wisata

2. Metode

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan dengan metode terencana dengan menggunakan tiga tahapan yakni tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi/refleksi. Tahap pertama yakni tahap perencanaan ditunjukkan pada Gambar 2.1 berikut ini :

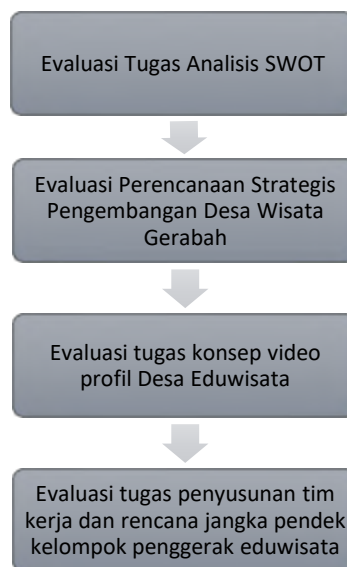


Pada tahap perencanaan ada enam rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memetakan kebutuhan dan keadaan dari Desa Pagelaran yang akan dilaksanakan pada tahap pelaksanaan seperti pada Gambar 2.2 berikut ini :



Gambar 2.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan terdiri dari empat tahapan yang *outcomenya* akan di evaluasi pada tahap ketiga yakni refleksi dan evaluasi seperti pada Gambar 2.3 berikut ini:



Gambar 2.3 Tahap Evaluasi/Refleksi

Pada tahap evaluasi/refleksi, team melakukan evaluasi terhadap hasil-hasil tugas yang telah diberikan dalam proses pelaksanaan. Diharapkan dengan adanya evaluasi ini, masyarakat di Desa Eduwisata Gerabah memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga konsep *branding* yang akan dilakukan

3. Hasil dan Pembahasan

1. Penyuluhan dan Sosialisasi Program Kampung Eduwisata Gerabah

Implementasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat diawali dengan observasi awal yang mendorong tim pengabdian untuk melakukan diskusi dan sosialisasi awal kepada para tokoh masyarakat kampung gerabah mengenai *refocusing* dan *rebranding* Kampung Gerabah menjadi Kampung Eduwisata Gerabah Pagelaran. Program ini diawali oleh pemateri Lohana Juariyah, S.E., M.Si., untuk menggali dan menyamakan persepsi tokoh- tokoh penggerak gerabah Pagelaran, pihak desa Pagelaran,

dan para pemuda yang nantinya akan menjadi penggerak Eduwisata Gerabah Pagelaran. Kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini dilakukan dengan menyesuaikan kondisi pandemic berikut aktivitas warga, sehingga diputuskan untuk dilaksanakan pada malam hari supaya lebih gayeng, akrab dan semua tokoh masyarakat penggerak industri gerabah Pagelaran bisa turut serta untuk menyamakan persepsi dan memiliki semangat yang sama memajukan Kampung Eduwisata Gerabah sebagaimana yang terlihat dalam Gambar 3.1 dan Gambar 3.2. Kegiatan ini dihadiri kurang lebih 15 orang tokoh kampung Gerabah,



Gambar 1. Sosialisasi dan Diskusi Kampung Eduwisata Gerabah

Refocusing dan *Rebranding* menjadi Eduwisata Gerabah dilakukan untuk menguatkan keunggulan kampung gerabah yang selama ini diminati para siswa dan guru sekolah dasar, TK dan PAUD untuk mengenalkan kerajinan gerabah serta praktek langsung pembuatannya. Fokus menjadi Eduwisata juga akan meningkatkan profil dan popularitas desa, memudahkan orang untuk mengingat, serta meminimalkan kekurangan kampung gerabah berupa kualitas produk yang beragam. Harapan ke depan tidak hanya siswa sekolah yang datang untuk berkunjung, tetapi masyarakat luas juga bisa datang berwisata sekaligus belajar tentang gerabah ke Pagelaran. Tidak hanya itu saja, dengan semakin banyak tamu datang berkunjung, tata letak kampung dan kebersihan serta keindahan lokasi juga meningkat. Selain itu aktivitas eduwisata juga mampu meningkatkan ekonomi warga dan juga menarik minat generasi penerus untuk belajar dan terus berkreasi gerabah, sehingga kebudayaan gerabah yang menjadi ikon kampung/desa bisa lestari.

2. Pendampingan Analisis SWOT Kampung Eduwisata Gerabah (FGD-1)

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang kedua berupa pendampingan melalui *focus group discussion*/FGD atau yang biasa disebut sebagai diskusi kelompok terpumpun untuk menggali keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari penajaman fokus kampung gerabah menjadi kampung Eduwisata Gerabah Pagelaran. Kegiatan ini dilakukan oleh Cesia Rizkika Parahiyanti, S.E., M.B.A., dan Rayie Tiaranie Wiraguna, S.E., M.M. melalui daring via *Google Meet* sebagaimana yang nampak dalam Gambar 3.3



Gambar 3.3 Pendampingan Analisis SWOT Kampung Eduwisata Gerabah

Pendampingan ini dilakukan untuk menguatkan semangat warga/penggerak Kampung Eduwisata agar paham dan punya konsep yang kuat sebagai dasar pegangan rencana aksi kampung eduwisata ke depan. Kegiatan ini diikuti dan didominasi oleh para pemuda kampung yang memang akan menjadi pengurus inti tim penggerak dan pengelola eduwisata gerabah Pagelaran. Sejumlah kurang lebih 10-12 orang calon penggerak inti eduwisata gerabah terlibat dalam kegiatan ini.

3. Pendampingan Pembentukan Tim Pengelola Eduwisata Gerabah Pagelaran

Implementasi tim pengabdian berikutnya merupakan realisasi inti dari program pendampingan program branding Desa Pagelaran sebagai Kampung Eduwisata Gerabah, yakni dengan mendampingi masyarakat, terutama para pemuda untuk berperan aktif dan secara bersemangat serta sukarela mau terlibat dalam pengelolaan eduwisata gerabah melalui sebuah kelompok sadar wisata gerabah. Pembentukan kelompok ini membutuhkan proses yang tidak sebentar, karena harus melakukan koordinasi dan konsolidasi dengan berbagai pihak baik dengan desa, tokoh masyarakat/kampung, pengrajin gerabah, para juragan gerabah, karang taruna, kader PKK dan masyarakat kampung. Ada beberapa kali pertemuan kecil yang dilaksanakan malam hari untuk melakukan konsolidasi dengan beberapa pihak, terutama para generasi kedua pengrajin gerabah dan anak-anak muda calon penggerak kampung eduwisata gerabah. Beberapa warga kampung yang sudah hijrah ke kota tapi tetap peduli dengan kemajuan kampung, juga terlibat dalam proses ini. Hingga pada akhirnya berhasil terbentuk sebuah tim inti pengelola Kampung Eduwisata Gerabah Pagelaran yang terdiri 12 orang pemuda kampung berdedikasi penuh dan sukarela berkontribusi dalam tata kelola kampung eduwisata gerabah. Kelompok ini diketuai oleh Saudara Puguh dan Widayat sebagai wakil ketua. Kelompok ini juga sudah mulai melakukan koordinasi tim inti untuk mensolidkan dan mulai melakukan rencana aksi. Pendampingan pembentukan tim pengelolam kampung eduwisata gerabah ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat lengkap berikut mahasiswa yang membantu.

Tim juga mulai melakukan uji coba lapangan dalam tata laksana eduwisata gerabah, meskipun belum siap betul dan masih perlu pelatihan dan pendampingan terkait SOP reservasi wisata, penerimaan tamu, jamuan tamu, penataan lokasi, dan juga agenda serta penentuan paket dan harga wisata, dll. Meskipun masih banyak yang perlu dibenahi, namun pelan-pelan tim pengelola eduwisata (yang belum memiliki nama ini) sudah mulai belajar mengelola dan menerima tamu (*learning by doing*),



Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang terakhir adalah melakukan penguatan identitas (*branding*) Kampung Eduwisata Gerabah Pagelaran melalui pembuatan video profil dan juga video vlog kampung eduwisata gerabah Pagelaran yang diseminasikan di media sosial seperti Facebook dan Instagram. Video profil Kampung Eduwisata Gerabah Pagelaran dapat dilihat melalui Instagram @kampung.gerabah atau di laman Facebook Sekretaris Desa Pagelaran Bapak Faris Agung Hermawan tentang Desaku Pagelaran di link berikut: <https://web.facebook.com/100006219641060/videos/2637077263176236/>

4. Kesimpulan

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan sebuah upaya pemerintah untuk mengoptimalkan potensi kawasan wisata baik secara ekonomi, ekologis, sosial budaya, dan juga teknologi. Konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism/CBT*) ini mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup sekaligus menjaga kualitas lingkungan, serta melestarikan budaya dan kehidupan sosial masyarakat, serta bertujuan untuk mengembangkan wilayah tersebut. Desa Pagelaran memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Desa ini telah turun temurun menghasilkan gerabah yang saat ini memiliki beberapa permasalahan utama untuk maju dan berkembang. Ketiga permasalahan utama tersebut berusaha kami selesaikan dengan cara melakukan pendampingan *rebranding* desa Pagelaran menjadi sebuah desa wisata. Program pengabdian ini menghasilkan video profil, sosial media sebagai alat promosi, dan juga pembentukan kelompok sadar wisata. Tanpa adanya partisipasi aktif dari warga desa dan juga pemangku kebijakan, kegiatan pengabdian ini tidak akan berjalan maksimal.

Daftar Pustaka

- Andayani, A. A. I., Martono, E. and Muhamad, M. (2017) 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)', *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), p. 1. doi: 10.22146/jkn.18006.
- Hilman, Y. A. (2017) 'Kelembagaan Kebijakan Pariwisata di level Desa', *Jurnal Ilmu Pemerintahan : Kajian Ilmu Pemerintahan dan Politik Daerah*, 2(2), p. 150. doi: 10.24905/jip.v2i2.711.
- Mtapuri, O. and Giampiccoli, A. (2016) 'Towards a comprehensive model of community- based tourism development', *South African Geographical Journal*, 98(1), pp. 154– 168. doi: 10.1080/03736245.2014.977813.
- Okazaki, E. (2008) 'A community-based tourism model: Its conception and use', *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), pp. 511–529. doi: 10.2167/jost782.0.
- Priasukmana, Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin. 2001. Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. Info Sosial Ekonomi.
- Pengembangan Desa Wisata*, Website Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Gianyar, diakses pada 21 Oktober 2019.
- <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/17/04/27/op299z359-ini-dia-model-desa-wisata-yang-jadi-prioritas-pemerintah> <https://wisatahalimun.co.id/pengembangan-desa-wisata>