

MEMBANGUN DESA SIWALAN YANG BERDAYA MELALUI BRANDING DESTINASI DAN INOVASI EKONOMI BERBASIS *PARTICIPATORY ACTION RESEARCH*

Maria Yosepin Endah Listyowati ^{*1}, Tutik Heriana², Muhamad Rofi Tectona³, Aulia Zalzabela⁴,
Mulyono Eko Prasetyo⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Merdeka Malang
*e-mail: maria.listyowati@unmer.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal menjadi strategi penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan membangun Desa Siwalan yang berdaya melalui penguatan branding destinasi wisata serta inovasi ekonomi berbasis partisipasi masyarakat. Permasalahan utama yang dihadapi Desa Siwalan meliputi belum optimalnya pengelolaan Taman Wisata Belik Umbul, rendahnya identitas destinasi wisata, serta terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pengembangan ekonomi lokal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)* yang meliputi tahap survei kebutuhan, *focus group discussion (FGD)*, pelatihan, pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi secara kolaboratif bersama pemerintah desa, kelompok sadar wisata, dan pelaku UMKM. Program pengabdian menghasilkan beberapa capaian utama, yaitu terbentuknya identitas destinasi wisata baru sebagai Taman Bunga dan Pemancingan Belik Umbul, peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis komunitas (*community based tourism*), serta optimalisasi promosi digital melalui pembaruan informasi berbasis lokasi dan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan partisipasi masyarakat, penguatan modal sosial desa, serta meningkatnya visibilitas destinasi wisata yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal. Kegiatan ini menegaskan bahwa integrasi branding destinasi, inovasi ekonomi kreatif, dan kolaborasi multipihak mampu mendorong kemandirian desa sekaligus mendukung pembangunan berkelanjutan berbasis potensi lokal.

Kata kunci: desa wisata; branding destinasi; inovasi ekonomi; pemberdayaan masyarakat; community based tourism.

ABSTRACT

Community-based tourism development utilizing local potential represents an effective strategy to enhance sustainable rural economic independence. This community service program aimed to empower Siwalan Village through destination branding strengthening and community-based economic innovation. The main problems identified included suboptimal management of Belik Umbul Tourism Park, lack of destination identity, and limited utilization of digital media for tourism promotion and local economic development. The program applied a Participatory Action Research (PAR) approach consisting of needs assessment, focus group discussions (FGD), training, implementation assistance, and collaborative monitoring and evaluation involving village government, tourism awareness groups, and local MSME actors. The program outcomes included the establishment of a new tourism identity as Belik Umbul Flower Garden and Fishing Tourism, improved community capacity in community-based tourism management, and optimization of digital promotion through location-based platforms and social media utilization. The results demonstrated increased community participation, strengthened village social capital, improved tourism visibility, and positive impacts on local economic growth. This activity confirms that integrating destination branding, creative economic innovation, and multi-stakeholder collaboration effectively promotes village self-reliance while supporting sustainable local development.

Keywords: village tourism; destination branding; economic innovation; community empowerment; community-based tourism.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan desa menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam mewujudkan pemerataan pembangunan nasional. Desa tidak lagi dipandang sekadar sebagai wilayah administratif, melainkan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi baru yang berperan dalam penguatan ekonomi daerah dan nasional melalui kemandirian sosial dan ekonomi masyarakat. Penguatan desa berbasis potensi lokal menjadi strategi penting dalam mendorong pembangunan berkelanjutan.

Desa Siwalan memiliki potensi sumber daya alam dan kearifan lokal yang dapat dikembangkan sebagai kekuatan ekonomi desa, antara lain Taman Wisata Belik Umbul, Rumah Peradaban, keberadaan UMKM lokal seperti produksi kerupuk merek “Siwalan” dan bawang goreng, serta dukungan organisasi kepemudaan yang aktif. Taman Wisata Belik Umbul merupakan destinasi wisata alam berbasis sumber mata air yang memiliki nilai historis dan kultural serta menjadi daya tarik wisatawan karena keasrian lingkungan dan keramahan masyarakat desa.

Potensi lokal merupakan kemampuan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pembangunan desa secara berkelanjutan. Namun, pengelolaan kawasan wisata Belik Umbul belum optimal, khususnya pada penataan taman bunga dan pengembangan kolam pemancingan yang sebenarnya memiliki nilai estetika dan potensi ekonomi tinggi. Keberhasilan destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh promosi, tetapi juga oleh penciptaan *tourism experience* yang menarik dan berkesan (Kastuti & Susanto, 2024). Selain itu, kombinasi atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya tarik wisata (Herman et al., 2023).

Optimalisasi wisata desa juga berkaitan erat dengan peningkatan ekonomi masyarakat. Pembangunan ekonomi pedesaan dapat tercapai melalui penguatan sektor produktif lokal yang mampu menciptakan peluang usaha dan sumber pendapatan baru (Liu et al., 2023). Branding desa dan inovasi ekonomi menjadi strategi penting dalam membangun identitas desa, meningkatkan nilai tambah potensi lokal, serta memperluas pemasaran produk masyarakat melalui pemanfaatan media digital.

Pendampingan branding desa sebelumnya telah dilakukan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development (ABCD)* yang berfokus pada penguatan aset lokal masyarakat (Tamam et al., 2025). Adapun kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada pengembangan identitas khas desa berbasis potensi budaya dan wisata lokal melalui Taman Wisata Belik Umbul secara terstruktur sehingga menciptakan diferensiasi desa wisata di wilayah sekitarnya.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pengelolaan Taman Wisata Belik Umbul melalui revitalisasi kawasan wisata, penguatan branding destinasi, pemanfaatan promosi digital dan media sosial, serta edukasi literasi digital guna memperkuat sektor produktif lokal, meningkatkan eksposur potensi desa, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Research (PAR)* yang menekankan keterlibatan masyarakat sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena relevan dengan program pengembangan destinasi wisata desa yang membutuhkan partisipasi, rasa memiliki, serta penguatan kapasitas masyarakat lokal.

Tahapan PAR dalam kegiatan pengabdian ini meliputi lima proses utama sebagai berikut:

1. Mengetahui Kondisi Nyata (*Knowing*)

Tahap awal merupakan proses kodifikasi, yaitu menghimpun berbagai persoalan komunitas yang masih tersebar dan belum tersusun secara sistematis. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan, identifikasi langsung di Desa Siwalan, serta wawancara dengan pemerintah desa untuk memperoleh data riil mengenai potensi desa dan permasalahan pengelolaan Taman Wisata Belik Umbul.

2. Memahami Permasalahan (*Understanding*)

Tahap berikutnya dilakukan melalui analisis partisipatif bersama masyarakat menggunakan *focus group discussion (FGD)*. Tahap ini disebut sebagai dekodifikasi, yaitu proses mensistematisasi permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat. Diskusi difokuskan pada pengelolaan taman bunga, pemancingan wisata, strategi penataan kawasan, serta kebutuhan peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis komunitas.

3. Perencanaan Pemecahan Masalah (*Planning*)

Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis masalah, dilakukan perencanaan aksi secara partisipatif. Perencanaan disusun secara kolaboratif antara tim pengabdian, pemerintah desa, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan masyarakat. Tahap ini memastikan bahwa program yang dirancang bersifat kontekstual dan sesuai kebutuhan masyarakat.

4. Implementasi Aksi (*Action*)

Tahap implementasi merupakan pelaksanaan program yang telah dirumuskan sebelumnya. Kegiatan meliputi revitalisasi taman bunga, penataan lingkungan wisata, penanaman tanaman hias, pembuatan spot foto, serta perbaikan fasilitas pemancingan. Tim pengabdian melakukan pendampingan intensif dan monitoring berkala guna memastikan keberlanjutan kegiatan serta mengevaluasi hambatan yang muncul di lapangan. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan (Suryadi, DE Sulistyaningrum & WN Hidayatullah, E Prayitno, T Heriana, 2026) bahwa PAR tidak hanya menghasilkan perubahan fisik, tetapi juga memperkuat kemampuan masyarakat dalam menyelesaikan persoalan secara mandiri.

5. Refleksi dan Perubahan (*Reflection and Transformation*)

Tahap akhir kegiatan merupakan proses refleksi hasil pendampingan yang bertujuan membangun kesadaran masyarakat dan pemerintah desa terhadap potensi lokal yang dimiliki, sehingga mendorong perubahan pola pikir menuju kemandirian desa melalui penguatan inovasi ekonomi, pengelolaan wisata berkelanjutan, serta keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan survei lapangan dan analisis kebutuhan bersama perangkat desa dan pengelola wisata Belik Umbul untuk mengidentifikasi potensi yang belum optimal serta aspirasi masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata, kemudian dilanjutkan melalui forum diskusi kelompok (FGD) yang meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan taman wisata, meliputi strategi perawatan taman bunga, pengelolaan kolam pemancingan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi wisata. Pendampingan implementasi dilaksanakan secara kolaboratif dengan melibatkan pemerintah desa, kelompok sadar wisata, dan pelaku UMKM lokal sebagai bentuk sinergi lintas sektor yang mendukung pengembangan destinasi wisata berkelanjutan sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Pengembangan Desa Wisata. Secara konseptual, desa wisata dipahami sebagai integrasi antara atraksi, akomodasi, fasilitas pendukung, dan kehidupan sosial masyarakat yang menyatu dengan tradisi lokal, sehingga optimalisasi taman bunga dan pemancingan di Desa Siwalan diarahkan sebagai strategi pengembangan wisata berbasis kearifan lokal dan ekonomi kreatif yang berdaya saing. Partisipasi aktif masyarakat menjadi elemen kunci keberhasilan program karena mampu memperkuat rasa memiliki, meningkatkan kesejahteraan, serta menjamin keberlanjutan pengelolaan wisata berbasis komunitas (*community based tourism*), dimana masyarakat tidak lagi menjadi objek pembangunan, melainkan subjek utama pengelolaan potensi wisata desa, sejalan dengan kebijakan pembangunan nasional dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang menegaskan pembangunan desa berbasis pemberdayaan dan pemanfaatan potensi lokal secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian diawali dengan proses pemahaman kondisi desa melalui focus group discussion antara tim pengabdian dan pemerintah Desa Siwalan. Diskusi ini mengidentifikasi potensi utama desa berupa Taman Wisata Belik Umbul, keberadaan UMKM lokal, serta rencana pengembangan desa. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa permasalahan utama terletak pada belum optimalnya pengelolaan Taman Wisata Belik Umbul sebagai aset unggulan desa yang berpotensi menjadi ikon wisata dan penggerak ekonomi lokal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian bersama pemerintah desa menyusun strategi pemecahan dan hasil kegiatan pengabdian menunjukkan empat program utama optimalisasi destinasi wisata yang dilaksanakan secara partisipatif.

1. Revitalisasi Taman Wisata Belik Umbul

Revitalisasi dilakukan melalui penataan ulang kawasan wisata yang meliputi pembersihan lingkungan, pengecatan fasilitas, perbaikan infrastruktur sederhana, penataan taman bunga, serta revitalisasi area pemancingan. Taman bunga yang sebelumnya kurang terawat ditanami kembali dengan berbagai tanaman hias yang adaptif terhadap kondisi iklim lokal sehingga mudah dirawat dan berkelanjutan. Penataan taman dilengkapi jalur pejalan kaki dan spot foto estetik sebagai upaya menciptakan pengalaman wisata yang menarik. Strategi ini sejalan dengan konsep *experiential tourism* yang menekankan penciptaan pengalaman wisata yang berkesan bagi pengunjung (Soria et al., 2024). Pada area pemancingan dilakukan pembersihan kolam, penyediaan tempat duduk, serta pembangunan gazebo sebagai ruang interaksi sosial pengunjung. Perbaikan fasilitas tersebut tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru melalui jasa penyewaan alat pancing dan usaha kuliner lokal. Keberhasilan destinasi wisata ditentukan oleh kombinasi atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas yang memadai (Ramadhan & Rifani, 2023). Indikator keberhasilan revitalisasi terlihat dari meningkatnya kualitas visual kawasan, kenyamanan pengunjung, serta partisipasi masyarakat dalam menjaga lingkungan wisata. masalah secara partisipatif melalui empat program utama optimalisasi wisata.



Gambar 1. Gazebo dan spot photo

2. Branding Taman Wisata Belik Umbul

Branding destinasi dilakukan sebagai strategi membangun identitas wisata yang kuat, mudah dikenali, dan memiliki diferensiasi yang jelas di mata masyarakat dan wisatawan. Implementasi branding diwujudkan melalui kegiatan berbasis budaya dan partisipasi masyarakat, salah satunya penyelenggaraan event senam bersama bertema budaya lokal dalam rangka peringatan HUT Kemerdekaan Republik Indonesia, yang terbukti mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat sekaligus memperkuat daya tarik destinasi wisata berkelanjutan (Tarjih, 2025). Kegiatan kolektif tersebut juga berkontribusi dalam memperkuat social capital desa sebagai modal sosial penting dalam pembangunan komunitas, sementara pelaksanaan lomba memancing berfungsi sebagai sarana promosi wisata sekaligus meningkatkan kunjungan masyarakat dari luar desa. Branding destinasi pada hakikatnya tidak hanya berorientasi pada promosi, tetapi juga membangun diferensiasi dan persepsi positif wisatawan terhadap suatu destinasi (Mandagi, D, Dave, 2022) yang diperkuat melalui partisipasi aktif masyarakat sebagai faktor utama keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Upaya optimalisasi ini selaras penelitian yang pernah dilakukan (F Amalia, 2024) dengan prinsip *Community Based Tourism (CBT)* dan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*), khususnya pada aspek pertumbuhan ekonomi dan pembangunan komunitas berkelanjutan, serta sejalan dengan Pedoman Pengembangan Desa Wisata sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021. Implementasi branding tersebut menghasilkan identitas baru destinasi sebagai Taman Bunga dan Pemancingan Belik Umbul, yang memperjelas positioning wisata sekaligus meningkatkan citra destinasi di ruang publik.



Gambar 2. Branding Wisata dan Event Senam Bersama

3. Pemanfaatan Media Digital dan Media Sosial

Strategi promosi digital dilaksanakan melalui optimalisasi media berbasis lokasi dan media sosial guna memperkuat identitas serta meningkatkan visibilitas destinasi wisata. Penguatan branding dilakukan melalui pembaruan informasi pada *platform Google Maps* sehingga destinasi lebih mudah diakses dan dikenali oleh wisatawan. Pemanfaatan media digital berbasis lokasi terbukti mampu meningkatkan keterjangkauan informasi sekaligus membentuk citra positif destinasi di ruang digital. Perubahan identitas digital tersebut diikuti dengan peningkatan penilaian pengunjung yang mencerminkan perbaikan persepsi terhadap kualitas layanan wisata. Selain itu, promosi melalui media sosial memperluas jangkauan publikasi dan meningkatkan eksposur wisata desa kepada masyarakat yang lebih luas. Keberhasilan program ditunjukkan melalui meningkatnya akses informasi wisata, intensitas interaksi digital masyarakat, serta bertambahnya minat dan kunjungan wisatawan ke destinasi.

4. Edukasi Literasi Digital dan Wisata Ramah Anak

Program edukasi dilaksanakan melalui kegiatan literasi digital bagi siswa SDN 02 Desa Siwalan. Kegiatan ini bertujuan menanamkan kesadaran penggunaan teknologi secara bijak sekaligus memperkenalkan Taman Wisata Belik Umbul sebagai ruang wisata keluarga yang aman bagi anak-anak. Literasi digital penting diberikan kepada generasi muda sebagai kelompok digital *natives* agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif dan terhindar dari dampak negatif penggunaan internet (Elyas et al., 2024). Program ini sekaligus menjadi investasi sosial dalam keberlanjutan pengelolaan wisata desa.



Gambar 3. Literasi Digital

5. Dampak Program dan Keberlanjutan

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian menghasilkan perubahan signifikan baik secara fisik maupun sosial. Revitalisasi kawasan meningkatkan kualitas lingkungan wisata, branding destinasi membangun identitas desa, promosi digital memperluas jangkauan informasi, serta edukasi masyarakat memperkuat kapasitas sosial dalam pengelolaan wisata.

Keunggulan program ini terletak pada pendekatan partisipatif yang melibatkan pemerintah desa, karang taruna, kelompok PKK, serta masyarakat secara kolektif, melalui pendekatan ini mampu memperkuat kesadaran bersama dalam mengelola potensi lokal secara mandiri. Meskipun demikian, tantangan yang masih dihadapi meliputi konsistensi pengelolaan, kebutuhan peningkatan kapasitas manajemen wisata, serta penguatan strategi promosi jangka panjang. Peluang pengembangan ke depan meliputi paket wisata edukasi, pengembangan UMKM berbasis wisata, serta integrasi promosi digital yang lebih intensif, sehingga optimalisasi Taman Wisata Belik Umbul tidak hanya menghasilkan perbaikan fisik kawasan, tetapi juga membangun fondasi strategis bagi pengembangan desa wisata berbasis branding dan inovasi ekonomi yang berkelanjutan di Desa Siwalan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa optimalisasi Taman Wisata Belik Umbul berhasil meningkatkan kualitas pengelolaan aset wisata desa melalui penataan kawasan, penguatan branding destinasi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi wisata berbasis komunitas. Program ini mampu memperkuat identitas lokal Desa Siwalan, meningkatkan eksposur potensi desa, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dan generasi muda dalam menjaga keberlanjutan desa wisata. Keunggulan kegiatan terletak pada penerapan pendekatan partisipatif yang mampu menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap pengelolaan wisata sehingga terbentuk kesadaran kolektif menuju desa yang mandiri dan produktif secara ekonomi. Namun demikian, kegiatan masih menghadapi keterbatasan pada aspek keberlanjutan pengelolaan digital, kapasitas sumber daya manusia, serta konsistensi pemeliharaan fasilitas wisata pascapendampingan. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya diarahkan pada penguatan kelembagaan pengelola desa wisata, peningkatan literasi digital berkelanjutan, serta perluasan kolaborasi antara pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pelaku UMKM agar model pemberdayaan berbasis branding dan inovasi ekonomi dapat direplikasi secara berkelanjutan pada desa wisata lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada LPPM Universitas Merdeka Malang, Pemerintah Desa Siwalan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta seluruh masyarakat Desa Siwalan atas dukungan, partisipasi, dan kolaborasi aktif dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Sinergi antar pemangku kepentingan tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pemberdayaan masyarakat serta pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Elyas, A. H., Luthfi, M., & Syauqi, T. M. (2024). Edukasi Penggunaan Internet Yang Bijak Untuk Membangun Generasi Digital Yang Cerdas Dan Beretika. *JPPM Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.63854/jppm.v1i1.23>
- F Amalia, I. (2024). Pengelolaan Desa Wisata Berbasis CBT (Community Based Tourism) di Desa Wisata Sriwulan, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal. *Journal on Education*, 06(03), 17761–17775. <http://jonedu.org/index.php/joe%0APengelolaan>
- Herman, R. P., Widjaja, H., & Junaid, I. (2023). Determinant Factors in Managing Tourism Village: A Destination Attributes Approach. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 7(1), 67–80. <https://doi.org/10.34013/jk.v7i1.1129>

- Kastuti, T. I., & Susanto, D. R. (2024). The Role of Destination Attributes in Shaping Memorable Tourism Experiences (MTE): Investigating Hospitableness from the Perspective of International Tourists in Bali. *Journal Of Resilient Economies*, 4(2), 112–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.25120/jre.4.2.2024.4181>
- Liu, Y., Chiang, J., & Ko, P. (2023). The benefits of tourism for rural community development. *Humanities And Social Sciences Communications*, 137, 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01610-4>
- Mandagi, D, Dave, I. (2022). Destination brand gestalt and its effects on brand attachment and brand loyalty. *Philippine Management Review*, 29, 1–24. <https://pmr.upd.edu.ph/index.php/pmr/article/view/359/357>
- Ramadhan, M. I. B., & Rifani, I. (2023). Analysis of Multiplier Effect Tourism in the National Tourism Strategic Area of Pulisan Beach , East Likupang. *Series:Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 1935–1944. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-35-0>
- Soria, E., Valls, A., Luis, J., Beatriz, A., Id, O., Soria, E., Valls, A., & Hernández, A. B. (2024). A Fuzzy Framework for Unraveling Experiential Tourism Value. *Artificial Intelligence Research and Development*, 291–300. <https://doi.org/10.3233/FAIA240451>
- Suryadi1, DE Sulistyaningrum, M. L., & WN Hidayatullah, E Prayitno, T Heriana, R. F. N. (2026). Pengelolaan Embung Desa: Branding Menuju Desa Ekowisata dan Pemberdayaan Masyarakat Village Reservoir Management: Branding Toward an Ecotourism Village and Community Empowerment. *Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 6(2), 140–156. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v6i2.11013>
- Tamam, B., Khan, H. A. M., Nurhasanah, S., Annurrohman, S., Azzahra, H., Fadjar, P., Sari, T. V., Firjatullah, M. F., & Maharani, A. (2025). Strategi Branding Desa Berbasis ABCD : Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial bagi Masyarakat Desa Cumedak. *KHIDMAH NUSANTARA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 186–202. <https://doi.org/10.69533/etzb7195>
- Tarjih, M. A. (2025). Peran Komunitas Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Obyek Wisata Danau Kaolin. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4(2), 407–416. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i2.4208>

First Publication Right

SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal

This Article is Licensed Under

