

Penyiapan Produk Wisata Untuk Penyelenggaraan Event Budaya Lokal Rintisan Desa Wisata Branjang, Kabupaten Semarang

Pranoto Hadi Prayitno^{1*}, Haniek Listyorini^{2*}, Ahmad Manshur^{3*},
Eko Martono^{4*}, Susmono Widagdo^{5*}

S-1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

henni.krisnatalia.dosen@gmail.com, pranhp@yahoo.com, hanilistyorini@yahoo.com.

Keywords:

Community
Empowerment,
Desa Wisata
Branjang
Tourism Village,
Creative
Economy
Business, Local
Cultural Events,
New Normal Era

Abstract

Branjang Village, West Ungaran Subdistrict, Semarang Regency was appointed by the Village Head as a pioneering tourism village managed through the tourism village development institution with Pokdarwis and BUMDes. However, in its management, there are a number of obstacles in identifying tourism products that can be used as village tourism magnets so that until now there has not been an identification of products based on nature, culture, and the creative economy in the village. In addition, the tourism village manager has not been able to make package tour packages for tourists so that they can fully enjoy the tourism potential of Branjang village. The service is carried out in 6 stages of activity, by means of FGDs, Socialization, Workshops, Tourism Awareness Practices and Event Practices. The results of the service show an increase in soft-skills in the form of increasing public tourism awareness from 30% to 100%, increasing community support from 60% to 100%, the success of mapping for Attractions, Amenity and Accessibility Products and increasing hard-skills achieved from the successful implementation of making tour packages that combine Attractions, Amenities, and Accessibility in order to support the Organizing of Local Cultural Events for Branjang Tourism Village Pilots in the New Normal Era.

Kata Kunci

Pemberdayaan
Masyarakat,
Desa Wisata
Branjang, Usaha
Ekonomi Kreatif,
Event Budaya
Lokal. Era New
Normal

Abstrak

Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang ditetapkan Kepala Desa sebagai rintisan desa wisata yang dikelola melalui kelembagaan pengembang desa wisata bersama Pokdarwis dan BUMDes. Akan tetapi, dalam pengelolaannya ditemui sejumlah kendala dalam mengidentifikasi produk wisata yang dapat dijadikan magnet wisata desa sehingga sampai saat ini belum dilakukan identifikasi produk baik berbasis alam, budaya, serta ekonomi kreatif di desa tersebut. Selain itu, pengelola desa wisata juga belum mampu membuat kemasan paket wisata bagi wisatawan agar dapat menikmati potensi wisata desa Branjang secara menyeluruh. Pengabdian dilaksanakan dalam 6 tahapan kegiatan, dengan cara FGD, Sosialisasi, Workshop, Praktek Sadar Wisata dan Praktek Event. Hasil pengabdian memperlihatkan peningkatan *soft-skill* berupa peningkatan kesadaran wisata masyarakat dari 30% menjadi 100%, peningkatan dukungan masyarakat dari 60% menjadi 100%, keberhasilan melakukan pemetaan untuk Produk Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitis serta Peningkatan *hard-skill* tercapai dari kesuksesan pelaksanaan pembuatan paket-paket wisata yang memadukan Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas dalam

rangka mendukung Penyelenggaraan Event Budaya Lokal bagi Rintisan Desa Wisata Branjang di Era *New Normal*

PENDAHULUAN

Merebaknya wabah COVID-19 yang menggerus perekonomian dunia telah menjalar hingga ke Indonesia dan memberikan dampak besar bagi kehidupan perekonomian nusantara. Tingginya kasus dengan *fatality rate* pada penderita menyulut kepanikan ditengah kalangan pemerintah, masyarakat, maupun lingkungan dunia usaha. Serangkaian tindakanpun dilakukan sebagai respon untuk melakukan upaya pencegahan, mulai dari pembelajaran *daring*, *work from home*, juga penundaan bahkan pembatalan sejumlah penyelenggaraan *event* pemerintah maupun swasta, hingga penghentian operasional beberapa layanan transportasi publik, serta pemberlakuan PSBB dan larangan mudik di berbagai wilayah secara otomatis telah berdampak pada semua sektor, tak terkecuali kinerja dari sektor industri pariwisata secara signifikan berakibat pada penurunan jumlah kedatangan wisatawan. Kendati demikian, optimisme pariwisata nasional sebagai roda penggerak perekonomian bangsa tetap bertumbuh. Kekayaan serta keragaman potensi alam potensi, sosial dan budaya yang dimiliki Indonesia merupakan aset fundamental bagi pertumbuhan sektor kepariwisataan (Warpani & Warpani, 2007). Sedangkan, Spillane, 1989, memandang pariwisata sebagai potensi penggerak roda perekonomian yang dengan cepat mampu menghasilkan devisa (Spillane, 1989 dalam Warpani, Suwardjoko P, dkk, 2007). Di Indonesia, pariwisata sekarang ini dianggap sebagai industri yang berfungsi memberikan stimulus dalam menunjang pembangunan berkelanjutan (Yoeti, 2008). Sementara itu, karakteristik budaya suatu desa menjadi ciri khas yang berbeda dibandingkan objek wisata lainnya (Sanjaya, 2020). Oleh karena itu, Industri yang mengandalkan pada keindahan alam sebagai karunia Tuhan dan keragaman budayanya yang unik, dianggap memiliki harapan besar menjadi magnet

pemikat kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang oleh Kepala Desa telah ditetapkan sebagai rintisan Desa Wisata yang akan dikelola oleh kelembagaan Pengelola Desa Wisata bersama Pokdarwis dan BUMDes. Setiap tahun digelar *event* budaya berbasis tradisi di desa ini. *Event* ini mengangkat sejumlah potensi seni budaya lokal yang telah hidup di tengah – tengah masyarakat secara turun-temurun.

Pujaastawa (2005) dalam Nugroho (2019) mengungkapkan kegiatan pariwisata dapat diasumsikan sebagai peristiwa pertemuan *hosts* dengan *guests culture* sehingga suatu daerah yang secara egaliter terbuka menerima kunjungan wisatawan maka secara signifikan akan berdampak pada terjadinya penetrasi budaya pada masyarakat setempat.

Selain itu, menurut Pujaastawa (2005) dalam Nugroho (2019) pengembangan pariwisata yang bersendikan budaya tergolong esensial dan relevan sehingga disadari bahwasanya aktivitas pariwisata sudah barang tentu mengandung sejumlah konsekuensi terhadap kebudayaan masyarakat setempat (*hosts culture*). Oleh karena itu, *event* budaya yang diselenggarakan oleh Desa Branjang ini diharapkan mampu mendorong geliat pariwisata dan meneguhkannya sebagai salah satu destinasi wisata alternatif yang patut dilirik baik oleh wisatawan nasional maupun internasional, maka perlu kiranya untuk menyajikan kemasan *event* budaya yang mampu merepresentasikan budaya masyarakat setempat.

Representasi budaya lokal merupakan sebuah langkah untuk menghadirkan kembali kebudayaan masyarakat setempat dimana sifat material dari suatu representasi kultural dan representasi makna tersimpan di dalam suara, guratan tinta, materi, sketsa, cetakan, maupun, acara televisi. Mereka dihasilkan dan direfleksikan, digunakan, dan diterjemahkan kedalam kerangka sosial yang distingtif (Barker, 2011).

Konsep dari desa, oleh desa, dan untuk desa akan menjadi landasan utama menggenjot pariwisata berbasis budaya yang diharapkan dapat berimplikasi pada meningkatnya perekonomian rakyat. Oleh karena itu, mengembangkan Produk Unggulan Kawasan Perdesaan (Prukades) merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat sebab sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang didukung oleh pengusaha Mikro dan UMKM di pedesaan akan menjadi faktor penunjang yang menghidupkan daya tarik wisatawan karena penting bagi tempat wisata mengusung identitas, seperti tema ikonik atau *trademark* yang diwujudkan dalam nama dan logo yang akan membantu promosi kawasan produk-produk merchandisenya (Listyorini et al., 2021).

Sejalan, Oka, Winia & Sadia (2019) dalam kajiannya mengungkap bahwa pengembangan kampung atau desa wisata berkontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar membuka peluang kerja terkait pelayanan wisatawan serta membawa perbaikan pada kondisi ekonomi keluarga. Tentu saja, Prukades ini memerlukan dukungan kerjasama yang solid dari berbagai pihak, misalnya: Badan Usaha Milik Desa (BumDes), pihak swasta, Perbankan, Pemerintah Desa, serta peran aktif dari masyarakat (PDTT, 2019).

Sama halnya dengan Branjang, pengelolaan desa wisata ini juga tak lepas dari dukungan Pokdarwis serta BUMDes dalam pengembangannya. Kendati demikian, pengelolaannya masih saja mengalami sederetan kendala, pihak pengelola belum dapat mengidentifikasi produk-produk wisata apa saja yang dapat dijadikan daya tarik wisata desa. Sampai saat ini belum dilakukan identifikasi produk secara menyeluruh, baik itu yang berbasis alam, budaya dan ekonomi kreatif yang ada di desa tersebut. Selain itu, pengelola desa wisata juga belum mampu membuat paket-paket produk dan kemasan bagi wisatawan

untuk dapat menikmati keseluruhan potensi wisata desa Branjang. Berikut menunjukkan tingkat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Branjang dalam Pengembangan Usaha:

Tabel 1.1. Kendala dalam Pengembangan UMKM di Desa Branjang

Faktor	Dimensi
Internal	<ul style="list-style-type: none"> - Terbatasnya modal - Terbatasnya kemampuan SDM - Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar - Lemahnya jaringan usaha dan akses pasar - Inovasi Teknologi - Kendala operasi (pemasaran dan pengendalian persediaan)
Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> - Infra Struktur/sarana prasarana - Iklim Usaha - Globalisasi

Persoalan fundamental dalam pengembangan usaha pada UMKM Desa Branjang ini adalah terbatasnya modal dan kemampuan SDM, terutama pada perancangan produk dan kemasan karena pada hakikatnya membuat desain kemasan suatu produk tidak cukup sekedar merancang saja, tetapi juga menuntut ide-ide yang mampu menonjolkan keunggulan sebuah merk atau produk yang data menghasilkan tampilan desain yang "menjual" dalam arti "berdaya tarik" dan "sedap dipandang oleh konsumen.

Dari permasalahan di atas, maka Tim Pengabdian masyarakat STIEPARI Semarang bermaksud mendampingi rintisan desa wisata Branjang melalui penyiapan produk. Menurut Deptan (2004), pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator, dan dinamisator. Pendampingan pada umumnya merupakan upaya untuk mengembangkan masyarakat di berbagai potensi yang dimiliki oleh masing-masing

masyarakat untuk menuju kehidupan yang lebih baik dan layak.

Selain itu pendampingan berarti bantuan dari pihak lain yang sukarela mendampingi seseorang atau pun dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan pemecahan masalah dari masing-masing individu maupun kelompok. Sebagai langkah awal Tim memberikan target penyelenggaraan *Event* Budaya Lokal. Penyelenggaraan event wisata ini dimaksudkan dapat diidentifikasi seluruh potensi-potensi alam, budaya dan ekonomi kreatif UMKM desa Branjang dan dapat ditampilkan dalam event tersebut sebagai kekayaan potensi desa Branjang yang layak menjadi sajian wisata bagi wisatawan. Produk yang akan diidentifikasi dan disiapkan tidak hanya produk atraksi, namun juga identifikasi produk amenitas, dan produk aksesibilitas. Tim juga akan menyusun aktivitas melalui paket-paket wisata agar wisatawan dapat menikmati keseluruhan potensi desa wisata tersebut.

Hasil penelitian dan pendampingan terhadap Rintisan Desa Wisata Branjang sejauh ini menunjukkan keberhasilan. peningkatkan *soft-skill* berupa peningkatan kesadaran wisata masyarakat dari 30% menjadi 100%, peningkatan dukungan masyarakat dari 60% menjadi 100%, keberhasilan melakukan pemetaan untuk Produk Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas serta Peningkatan *hard-skill* tercapai dari kesuksesan pelaksanaan pembuatan paket-paket wisata yang memadukan Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas dalam rangka mendukung Penyelenggaraan *Event* Budaya Lokal bagi Rintisan Desa Wisata Branjang di Era *New Normal*.

A. METODE

Metode pelaksanaan meliputi: FGD, Sosialisasi, Workshop, Praktek Sadar Wisata dan Praktek Event. Mitra kegiatan adalah Pemerintah Desa Branjang, Pengelola Desa Wisata Branjang, Pokdarwisa. Lokasi kegiatan Desa Branjang, Kecamatan Ungaran Barat,

Kab. Semarang. Kegiatan dilakukan Mulai Maret sd Agustus 2021. Adapun langkah-langkah pelaksanaan:



Bagan1. Tahapan Kegiatan

Keseluruhan kegiatan meliputi 1 pra-kegiatan inventarisasi masalah. Sebelum Tim melakukan kegiatan Pengabdian dilakukan kunjungan Pra kegiatan pada bulan Maret 2021 adalah untuk bersilaturahmi dengan pihak desa wisata. Dalam pertemuan tersebut dihadiri oleh Pemerintah Desa, Pengelola desa wisata dan Pokdarwis. Dalam pertemuan tersebut Tim meminta menyampaikan permasalahan yang dihadapi oleh desa, agar dapat memetakan pendampingan. Pihak desa diminta menyiapkan inventarisasi masalah dalam aspek Kelembagaan, Sumber Daya Manusia, Produk dan Promosi. Hasil Inventarisasi akan dijadikan bahan untuk pendampingan tim. FGD (Tahap 2) Hasil Inventrasasi Masalah dan Peninjauan Lapangan Dalam kesempatan ini tim melanjutkan pendampingan dengan membahas hasil inventarisasi masalah terkait kelembagaan di Desa Branjang. Setelah melakukan paparan masalah kelembagaan dilanjutkan dengan peninjauan lapangan potensi desa wisata. FGD Produk Desa Wisata (Tahap 3) Pada kegiatan ke 3 tim Kelembagaan melakukan FGD mendalam dengan beberapa kelembagaan di Desa Branjang, yaitu Pemerintah Desa, BUMDES,

Pengelola Desa Wisata, Pokdarwis, Grup Kesenian dan Grup Rebana. Dalam FGD ini disepakati pembagian Tupoksi bahwa Aset Desa yang menjadi atraksi wisata, amenitas maupun aksesibilitas akan dikelola oleh BUMDES. Aset warga yang menjadi atraksi wisata, amenitas maupun aksesibilitas akan dikelola oleh Pokdarwis. Peran pengelola wisata adalah membuat paket-paket wisata dengan menggunakan aset desa maupun aset warga. Grup-grup kesenian akan diaktifkan guna mendukung atraksi wisata dan menjadi pengisi utama dalam rencana event budaya. FGD Tim Produk untuk Pra-event (Tahap 4) Kegiatan berikutnya dilakukan dengan menyiapkan sebuah event yaitu *Event Budaya Iriban* yang akan diselenggarakan pada bulan Oktober 2021. Budaya bersih-bersih sumber air ini merupakan event penting di Desa Branjang yang sudah berlangsung secara turun temurun. Dari Tim Produk bahwa akan ditampilkan seluruh produk baik daya tarik wisata budaya, daya tarik produk ekonomi kreatif dan membuat paket agar wisatawan dalam menikmati daya tarik wisata alam. Produk-produk yang akan ditampilkan dari Daya Tarik Wisata Budaya adalah Paket Wisata Iriban, Grup Kesenian Reog Dharma, Grup Rebana, Lomba Macapat Bahasa Jawa. Bazar produk ekonomi kreatif seni kayu resin, bonsai kelapa, gula aren, sapu ijuk, kopi, hiasan aquarium, kolang-kaling, susu yoghurt, paket nasi branjang, minuman welcome drink gula jahe, hasil pertanian dan perkebunan lainnya, dll. Hasil diskusi juga menyepakati akan lakukan pembenahan dan kebersihan pada area Curug Sigandu supaya dapat dijadikan daya tarik wisata. Dari hasil diskusi ini diperoleh beberapa daya tarik wisata berbasis alam yaitu: Curug, Sawah, Perkebunan Karet, durian, Sungai, kampung anggur, kebun Aren. Daya Tarik wisata budaya yaitu: Tradisi Iriban, Tradisi Sadranan 10 Suro, Maulid Nabi, Tradisi Tingkep tandur, kesenian tari dan rebana. Usaha kuliner: gula aren padat dan cair, Kopi, Kolang-

kaling, susu yoghurt, aneka makanan kecil bahan lokal. Usaha kriya: hiasan resin kayu, aquarium, pembuatan sapu ijuk, bonsai kelapa/bonkla. Paket Wisata Edukasi workshop resin kayu, workshop pembuatan hiasan kolam, workshop kopi, workshop bonkla, pembuatan gula aren dan sapu ijuk. Praktek *Event Sadranan* (Tahap 5) Pada tanggal 10 Suro yang pada tahun ini jatuh pada tanggal 19 Agustus 2021, Pemerintah Desa Branjang menyelenggarakan Nyadranan yang dapat dikemas sebagai wisata religi. Tradisi Nyadranan dengan membersihkan kawasan makam Ki Penjawi di Gunung Jadi. Hal ini dilakukan untuk menghormati makam para leluhur. Untuk menambah persatuan dan kesatuan warga, juga dilakukan acara pengajian dan kenduri. Selain pemerintah Desa, Kelompok-kelompok masyarakat yang dimanfaatkan untuk mendukung acara ini adalah Pokdarwis, Grup Kesenian, Pengelola Desa Wisata. Sosialisasi dan Praktek Sadar Wisata (Tahap 6) Dalam rangka mensosialisasikan sadar wisata, kelembagaan berperan menyelenggarakan praktek sadar wisata di hari Minggu, 22 Agustus 2021. Kegiatan diselenggarakan di kawasan Curug Sigandu. Merupakan kawasan yang potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata, namun kondisinya belum bersih, masih banyak pembuangan sampah sembarang. Maka masyarakat dan Tim STIEPARI dikerahkan untuk melaksanakan praktek sadar wisata tersebut.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra-Kegiatan Inventarisasi Masalah

Sebelum Tim melakukan kegiatan Pengabdian dilakukan kunjungan Pra kegiatan pada bulan Maret 2021 adalah untuk bersilaturahmi dengan pihak desa wisata. Dalam pertemuan tersebut dihadiri oleh Pemerintah Desa, pengelola desa wisata dan pokdarwis. Dalam pertemuan tersebut Tim meminta menyampaikan permasalahan yang dihadapi oleh desa, agar dapat memetakan pendampingan.



Gambar 1. Pra-Kegiatan

Pihak desa diminta menyiapkan inventarisasi masalah dalam aspek Kelembagaan, Sumber Daya Manusia, Produk dan Promosi. Hasil Inventarisasi akan dijadikan bahan untuk pendampingan tim.

Setelah melakukan paparan masalah kelembagaan dilanjutkan dengan peninjauan lapangan potensi desa wisata.



Gambar 2. Survey Lapangan

Hasil Pemetaan Potensi sebagai berikut:



Gambar 3. Produk Resin



Gambar 4. Tempat Workshop
Pembuatan Resin



Gambar 5. Bonsai Kelapa



Gambar 6 Hiasan Aquarium

1. Kegiatan Sosialisasi Sadar Wisata
Setelah mendapatkan dukungan dari pemerintah lokal, tim melanjutkan kegiatan dengan sosialisasi sadar wisata dan sapta pesona pada masyarakat. Kegiatan ini menggunakan acara pertemuan RT. Materi sosialisasi adalah rencana kampung menjadi kampung wisata tematik, penyampaian materi sadar wisata dan kesiapan warga menerapkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari agar siap sebagai tuan rumah. Dalam sosialisasi kepada 32 KK dilakukan inventarisasi dukungan warga, digali keinginan warga, preferensi warga atas kampung tematik. Hasil dari sosialisasi ini meningkatnya kesadaran wisata warga. Sebelum sosialisasi dilakukan pengisian angket hanya 15% KK memahami pariwisata. Setelah sosialisasi 100% dari 32 KK memahami pentingnya sadar wisata. Peningkatan dukungan atas program

kampung tematik yang semula 30% KK menjadi dukungan bulat 100% KK.



Gambar 7. Kegiatan Sosialisasi Sadar Wisata pada KK

2. FGD Produk Desa Wisata

Pada kegiatan ke 3 tim Kelembagaan melakukan FGD mendalam dengan beberapa kelembagaan di Desa Branjang, yaitu Pemerintah Desa, BUMDES, Pengelola Desa Wisata, Pokdarwis, Grup Kesenian dan Grup Rebana. Dalam FGD ini disepakati pembagian Tupoksi bahwa Aset Desa yang menjadi atraksi wisata, amenitas maupun aksesibilitas akan dikelola oleh BUMDES. Aset warga yang menjadi atraksi wisata, amenitas maupun aksesibilitas akan dikelola oleh Pokdarwis. Peran pengelola wisata adalah membuat paket-paket wisata dengan menggunakan aset desa maupun aset warga. Grup-grup kesenian akan diaktifkan guna mendukung atraksi wisata dan menjadi pengisi utama dalam rencana event budaya.



Gambar 8. Kegiatan FGD

3. FGD Tim Produk untuk Pra-event

Kegiatan berikutnya dilakukan dengan menyiapkan sebuah event yaitu Event Budaya Iriban yang akan diselenggarakan

pada bulan Oktober 2021. Budaya bersih-bersih sumber air ini merupakan event penting di Desa Branjang yang sudah berlangsung secara turun temurun. Dari Tim Produk bahwa akan ditampilkan seluruh produk baik daya tarik wisata budaya, daya tarik produk ekonomi kreatif dan membuat paket agar wisatawan dalam menikmati daya tarik wisata alam. Produk-produk yang akan ditampilkan dari Daya Tarik Wisata Budaya adalah Paket Wisata Iriban, Grup Kesenian Reog Dharma, Grup Rebana, Lomba Macapat Bahasa Jawa. Bazar produk ekonomi kreatif seni kayu resin, bonsai kelapa, gula aren, sapu ijuk, kopi, hiasan aquarium, kolang-kaling, susu *yoghurt*, paket nasi branjang, *welcome drink* gula jahe, hasil pertanian dan perkebunan lainnya dll.



Gambar 9. FGD Tim Produk: Pra Event



Gambar 10. FGD Tim Produk: Pra Event

Hasil diskusi juga menyepakati akan lakukan pembenahan dan kebersihan pada area Curug Sigandu supaya dapat dijadikan daya tarik wisata. Dari hasil diskusi ini diperoleh beberapa daya tarik wisata berbasis alam yaitu: Curug, Sawah,

Perkebunan Karet, durian, Sungai, kampung anggur, kebun Aren. Daya Tarik wisata budaya yaitu : Tradisi Iriban, Tradisi Sadranan 10 Suro, Maulid Nabi, Tradisi Tingkep tandur, kesenian tari dan rebana. Usaha kuliner: gula aren padat dan cair, Kopi, Kolang-kaling, susu *yoghurt*, aneka makanan kecil bahan lokal. Usaha kriya: hiasan resin kayu, aquarium, pembuatan sapu ijuk, bonsai kelapa/bonkla. Paket Wisata Edukasi workshop resin kayu, workshop pembuatan hiasan kolam, workshop kopi, workshop bonkla, pembuatan gula aren dan sapu ijuk.



Gambar11. Produk Kopi



Gambar12. Produk Susu Yogurt



Gambar 13. Produk Tape Ketan

4. Praktek Event Sadranan

Pada tanggal 10 Suro yang pada tahun ini jatuh pada tanggal 19 Agustus 2021, Pemerintah Desa Branjang menyelenggarakan Nyadranan yang dapat dikemas sebagai wisata religi. Tradisi Nyadranan dengan membersihkan kawasan makam Ki Penjawi di Gunung Jadi. Hal ini dilakukan untuk menghormati makam para leluhur. Untuk menambah persatuan dan kesatuan warga, juga dilakukan acara pengajian dan kenduri. Selain pemerintah Desa, Kelompok-kelompok masyarakat yang dimanfaatkan untuk mendukung acara ini adalah Pokdarwis, Grup Kesenian, Pengelola Desa Wisata.



Gambar 14. Event Wisata Religi
Nyadranan

5. Sosialisasi dan Praktek Sadar Wisata

Dalam rangka mensosialisasikan sadar wisata, kelembagaan berperan menyelenggarakan praktek sadar wisata di hari Minggu, 22 Agustus 2021. Kegiatan diselenggarakan di

kawasan Curug Sigandu. Merupakan kawasan yang potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata, namun kondisinya belum bersih, masih banyak pembuangan sampah sembarang. Maka masyarakat dan Tim STIEPARI dikerahkan untuk melaksanakan praktek sadar wisata tersebut.



Gambar 15. Praktek Sadar Wisata

Pelaksanaan pendampingan yang dilakukan diatas dimaksudkan untuk mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Branjang, adapun target yang hendak dicapai adalah :

1. Tumbuh kembangnya pengetahuan serta keterampilan masyarakat setempat akan pengemasan produk dan kemampuan dalam menghasilkan produk ekonomis, higienis, berdaya tarik, serta bernilai jual
2. Meningkatkan wawasan kewirausahaan, khususnya dalam produksi aneka kerajinan dan pengolahan makanan
3. Mendorong semangat berwirausaha.

Sementara luaran yang hendak diupayakan dan dicapai melalui kegiatan pendampingan ini adalah :

1. Kemampuan melakukan penyiapan dan pengemasan produk baik kerajinan maupun olahan pangan.
2. Sertifikat kegiatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Tim berhasil melakukan peningkatan *soft-skill* berupa peningkatan kesadaran wisata masyarakat dari 30% menjadi 100%, peningkatan dukungan masyarakat dari 60% menjadi 100%, keberhasilan melakukan pemetaan untuk Produk Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas serta Peningkatan *hard-skill* tercapai dari kesuksesan pelaksanaan pembuatan paket-paket wisata yang memadukan Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas dalam rangka mendukung Penyelenggaraan Event Budaya Lokal bagi Rintisan Desa Wisata Branjang di Era *New Normal*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STIEPARI Semarang yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, R. M., & Marta, D. C. V. M. (2019). *Education on Traditional West Java Cuisine: Variety of Foods and Its Natural Packaging in Al-Aqsha Islamic Boarding School*. 216(Assdg 2018), 118–128. <https://doi.org/10.2991/assdg-18.2019.11>
- Aryadi. (2017). *Cara Mengusir Kemiskinan di Desa: Prukades!* Www.Berdesa.Com. <http://www.berdesa.com/cara-mengusir-kemiskinan-desa-prukades/>
- Barker, C. (2011). *Cultural Studies: Teori dan Praktik* (Terj. Nurhadi (ed.)). Kreasi Wacana Darma.
- Deptan RI. (2004). *Pedoman Umum Penyuluhan*. Departemen Pertanian Republik Indonesia.
- Hafsah, M. J. (2004). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil Menengah*. Infokop No. 25 Tahun

- XX. *Jurnal Smecda*, XX.
- Listyorini, H., Supriyanto, S., Prayitno, P. H., Wuntu, G., & Gunawan, M. M. (2021). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata terus mendorong potensi wisata maju terlebih dulu supaya industri lokal desa semakin berkembang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 491–504.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4083>
- Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang. *Journal of Regional and City Planning*, 24(1), 65.
<https://doi.org/10.5614/jpwwk.2013.24.1.5>
- Nugroho, M. S. (2019). Identifikasi Komponen Pendukung Daya Tarik Wisata Loang Baloq Sebagai Wisata Pesisir Di Kota Mataram. *Media Bina Ilmiah*, 13(7), 1619–1626.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v13i9.240>
- Oka, I. M., Winia, I. N., & Sadia, I. K. (2019). *Desa Serangan Model Community Based Tourism*. Paramita.
- PDTT, K. (2019). *Produk Unggulan Kawasan Perdesaan*. Prukades Kementerian Desa dan PDTT.
<http://prukades.kemendesa.go.id/lpage/>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi Offset.
- Pujaastawa, I. B. G., Wirawan, I. G. P., & Andhika, I. M. (2005). *Pariwisata Terpadu: Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah*. Universitas Udayana.
- Sanjaya, R. (2020). *21 Refleksi Pembelajaran Daring di Masa Darurat* (Ridwan Sanjaya (ed.)). Universitas Katolik Soegijapanata.
- Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata. Dalam Tata Ruang Wilayah*. Penerbit ITB.
- Widiyono, & M Pakkana. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi*. Penerbit Kompas.