



## **MENGANGKAT DAYA TARIK DESA WISATA MELALUI KEGIATAN LINTAS BUDAYA: STUDI KASUS WINTER CAMP DI DESA WISATA PUJON KIDUL**

**Fahrul Riza\*<sup>1</sup>, Henry Pranoto<sup>2</sup>, Teofilus<sup>3</sup>, Yuli Kartika Dewi<sup>4</sup>, Alexander Wahyudi<sup>5</sup>**

School of Business Management, Universitas Ciputra Surabaya<sup>1,2,3,4,5</sup>

Corresponding Author  
fahrul.riza@ciputra.ac.id

---

### **ABSTRACT**

*The Winter Camp activity, organized by lecturers of the Faculty of Economics and Business, Ciputra University, Surabaya, presents a cross-cultural experience for international students from Singapore. One of the main agendas of this program is a visit to the Pujon Kidul Tourism Village, which is designed to introduce local wisdom and encourage the exchange of creative ideas. Winter Camp participants are introduced to the culture of batik, especially dragonfly-patterned batik, where they can create their batik works to appreciate traditional art. Furthermore, participants take a village tour guided by lecturers and accompanying students to explore the strengths and challenges of the village as a tourist destination. The results of the observations are then discussed in groups to provide innovative input related to the development of tourist villages that are more friendly to foreign tourists. As a form of real contribution, participants also installed signage at several strategic points to facilitate navigation for foreign tourists. This activity not only enriches participants' understanding of local culture but also becomes a collaborative space to share insights and increase the competitiveness of tourist villages at the global level.*

**Keywords:** Winter Camp, Batik, Signage, Village Tour.

### **ABSTRAK**

*Kegiatan Winter Camp yang diselenggarakan oleh para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ciputra Surabaya ini menghadirkan pengalaman lintas budaya bagi para mahasiswa internasional dari Singapura. Salah satu agenda utama dari program ini adalah kunjungan ke Desa Wisata Pujon Kidul, yang dirancang untuk memperkenalkan kearifan lokal dan mendorong pertukaran ide kreatif. Peserta Winter Camp diperkenalkan dengan budaya batik, khususnya batik bermotif capung, dimana mereka dapat membuat karya batik sendiri untuk mengapresiasi seni tradisional. Selanjutnya, peserta mengikuti tur desa yang dipandu oleh dosen dan mahasiswa pendamping untuk mengeksplorasi kekuatan dan tantangan desa sebagai tujuan wisata. Hasil observasi kemudian didiskusikan dalam kelompok untuk memberikan masukan inovatif terkait pengembangan desa wisata yang lebih ramah terhadap wisatawan mancanegara. Sebagai bentuk kontribusi nyata, peserta juga memasang papan petunjuk arah di beberapa titik strategis untuk memudahkan navigasi bagi wisatawan mancanegara. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya pemahaman peserta terhadap budaya lokal namun juga menjadi ruang kolaborasi untuk berbagi wawasan dan meningkatkan daya saing desa wisata di tingkat global.*

**Kata Kunci:** Winter camp, Batik, Papan Petunjuk, Desa Wisata.

### **1. Pendahuluan**

Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah tiga pilar utama untuk membangun akademik dan masyarakat berperadaban yang menjadi pedoman bagi perguruan tinggi dalam menjalankan fungsinya, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, serta pengabdian kepada masyarakat (Amalia, 2024). Ketiga elemen ini saling terkait dan merupakan tanggung jawab seluruh sivitas akademika, termasuk mahasiswa, dosen, dan pihak terkait lainnya.



Salah satu program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Ciputra, yaitu memperkenalkan desa wisata Pujon Kidul kepada para mahasiswa dari negara tetangga, Singapura. Desa Wisata Pujon Kidul merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Desa ini dipilih karena prestasinya sebagai penerima Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024 dari 6.016 desa se-Indonesia oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI (Tripamungkas, 2023).

Dalam rangka meningkatkan potensi desa wisata ini di mata turis asing, tim PKM dari Fakultas Bisnis dan Manajemen mengadakan kegiatan dengan nama Winter Camp yang diperuntukan bagi mahasiswa-mahasiswa asing yang ingin mengenal budaya Indonesia secara langsung. Kegiatan mengenalkan desa wisata ini merupakan bagian dari acara rutin tahunan yang berlangsung selama empat hari. Kegiatan dilangsungkan pada tanggal 12 Desember 2024.

Kegiatan PKM yang dipadukan dalam Winter Camp kali ini mengambil tema Discover East Java: A Blend of Business Education, Nature, & Art Performance. Kegiatan PKM ini merupakan bentuk tanggung jawab akademik yang berkelanjutan dari Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Ciputra, sekaligus melanjutkan jejak program-program sejenis yang telah dilakukan oleh institusi lain. Sebelumnya, berbagai kegiatan serupa telah berkontribusi pada pemberdayaan desa ini, seperti yang dilakukan oleh (Hilmi et al., 2024) melalui pelatihan membuat batik, serta upaya peningkatan kapasitas pengelolaan desa wisata oleh (Melani et al., 2019). Selain itu, pendampingan pada sektor usaha ekonomi kreatif oleh (Lendriyono et al., 2021) juga turut membentuk fondasi penting bagi pembangunan berkelanjutan desa tersebut. Oleh karena itu, keterlibatan Universitas Ciputra dalam kegiatan ini tidak hanya menjadi bentuk kontribusi baru, tetapi juga merupakan kelanjutan dari upaya sinergis yang telah dibangun sebelumnya. Dengan pendekatan kolaboratif dan partisipatif, kegiatan ini menegaskan peran perguruan tinggi dalam menciptakan kesinambungan dampak sosial melalui PKM yang relevan dan kontekstual.

## **2. Landasan Teori**

Penerapan ekonomi kreatif dalam pariwisata, terutama dengan memperkenalkan wisata budaya seperti batik, dapat menarik minat turis internasional yang tertarik pada keunikan dan kreativitas suatu destinasi. Pengalaman langsung, seperti pembuatan batik, memberi nilai tambah bagi wisatawan dan memperkenalkan industri kreatif lokal sebagai daya tarik utama desa wisata (Howkins, 2001). Selain itu, wisatawan yang aktif terlibat dalam aktivitas lokal berperan dalam membentuk citra destinasi dan dapat mengubah persepsi mereka tentang desa tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan citra dan daya tariknya di mata pasar internasional (Lee & Lee, 2015). Penelitian Prayogo et al. (2016) juga menunjukkan bahwa pemasaran berbasis pengalaman yang melibatkan wisatawan dalam aktivitas lokal dapat meningkatkan kunjungan dan kesadaran internasional terhadap desa wisata di Indonesia.

## **3. Metode**

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, kami menerapkan metode pendampingan (coaching/mentoring) sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan visibilitas Desa Wisata Pujon Kidul di kawasan Asia Tenggara. Terdapat tiga agenda inti dalam kegiatan ini yaitu kegiatan membuat batik, observasi desa dan presentasi hasil observasi (tabel 1). Metode ini dipilih karena mampu mendorong proses pembelajaran partisipatif dan kolaboratif antara pelaksana kegiatan dan mitra sasaran, dalam hal ini pengelola desa wisata.

Sebagai bagian dari proses eksplorasi untuk mengetahui faktor-faktor yang perlu diangkat untuk meningkatkan potensi desa di mata internasional, kami melibatkan perwakilan dari pasar sasaran internasional untuk memperoleh masukan dan perspektif langsung terkait potensi dan

daya tarik desa wisata. Dalam konteks ini, kami mengundang mahasiswa asing asal Singapura untuk mengikuti kegiatan village tour dan workshop membuat batik di Desa Pujon Kidul. Umpan balik yang diperoleh dari keterlibatan mahasiswa asing ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi peningkatan visibilitas dan penguatan daya saing Desa Wisata Pujon Kidul di tingkat regional.

Selama proses observasi, para mahasiswa asing didampingi oleh mahasiswa lokal dari Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra yang berperan sebagai pemandu sekaligus tim pewawancara. Mahasiswa lokal ini juga melakukan wawancara terstruktur untuk menggali persepsi dan pengalaman peserta asing secara lebih rinci.

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan Winter Camp 2024

Mulai Kegiatan	Akhir Kegiatan	Aktivitas
06.45	08.00	Sarapan pagi
08.00	09.00	Perjalanan menuju Desa Pujon
09.15	11.15	Kegiatan membuat batik bersama pengrajin batik setempat
12.15	13.15	Ishoma
13.15	15.15	Eksplorasi peluang desa wisata
15.30	17.00	Presentasi kelompok untuk memberikan feedback pengembangan desa dan peningkatan awareness desa di mata internasional.
17.00	17.30	Penutupan

Sumber: kegiatan lapangan 2024

Selain observasi dan wawancara, peserta asing juga diperkenankan untuk mengambil foto dan video di spot-spot tertentu yang menurut mereka memiliki potensi untuk ditingkatkan. Dokumentasi visual ini bertujuan untuk mendukung pendapat mereka secara konkret dalam mengusulkan improvisasi dan pengembangan kawasan wisata desa.

Pertanyaan dalam wawancara terstruktur sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata: Apa yang paling menarik perhatian Anda selama kunjungan di Desa Pujon Kidul?
2. Pengalaman Budaya: Bagaimana kesan Anda terhadap aktivitas budaya lokal seperti membuat batik?
3. Aksesibilitas dan Informasi: Apakah Anda merasa mudah dalam mengakses informasi tentang lokasi dan aktivitas di desa ini?
4. Kenyamanan dan Fasilitas: Apakah fasilitas yang tersedia mendukung kenyamanan Anda sebagai wisatawan asing?
5. Interaksi Sosial: Bagaimana pengalaman Anda berinteraksi dengan penduduk lokal dan pemandu?
6. Saran Pengembangan: Apa ide atau saran Anda agar desa ini lebih ramah dan menarik bagi wisatawan mancanegara?
7. Branding dan Awareness: Apa yang akan Anda ceritakan tentang desa ini kepada teman atau keluarga setelah kembali ke negara asal?

Informasi yang dihimpun dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif sehingga didapatkan gambaran umum tentang fenomena yang diteliti. Informasi dianalisis menggunakan metode pengorganisasian data. Hasil pengelompokan diperoleh strength, weakness, opportunity dan threat untuk selanjutnya disusun dalam kerangka analisis SWOT

Dari matrik SWOT yang disusun kemudian dirumuskan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT, Alternatif strategi yang dihasilkan akan disampaikan ke pihak pengelola Desa Wisata Pujon

Kidul yaitu BUMDesa Sumber Sejahtera untuk ditindaklanjuti dalam bentuk MoU bekerja sama dengan tim PKM dari Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Ciputra.

#### 4. Hasil Pelaksanaan

##### Daya Tarik Wisata

Hasil analisis data dari wawancara menunjukkan bahwa kegiatan membatik merupakan daya tarik utama yang paling menarik perhatian para peserta Winter Camp selama kunjungan di Desa Pujon Kidul. Seluruh peserta menyatakan bahwa ini merupakan pengalaman pertama mereka berinteraksi langsung dengan proses pembuatan batik, khususnya batik bermotif capung yang merupakan representasi budaya lokal.

Para peserta mengungkapkan bahwa tantangan utama dalam kegiatan ini adalah pada tahap pembuatan pola serta menjaga cairan malam agar tidak meluber saat diaplikasikan pada kain. Meskipun demikian, aktivitas ini dinilai sangat edukatif, interaktif, dan memberikan pengalaman budaya yang otentik.

Sebagai bagian dari refleksi kegiatan, peserta juga diminta untuk menceritakan makna di balik motif-motif yang mereka buat. Narasi yang mereka sampaikan mencerminkan interpretasi pribadi terhadap simbol lokal, kreativitas individual, dan keterkaitan antara pengalaman wisata dengan ekspresi artistik. Kegiatan ini tidak hanya memperkuat pemahaman budaya, tetapi juga menjadi media untuk membangun hubungan emosional antara wisatawan dengan desa wisata.



Gambar 1. Para peserta mendapatkan pembekalan membatik dan menunjukkan karyanya

*Sumber: Kegiatan lapangan 2024*

##### Pengalaman Budaya

Seluruh peserta Winter Camp mengungkapkan bahwa aktivitas membatik merupakan pengalaman budaya yang benar-benar baru dan berkesan bagi mereka. Melalui kegiatan ini, para peserta diperkenalkan secara langsung dengan berbagai alat dan bahan yang digunakan dalam proses membatik tradisional. Secara umum, mereka belajar mengenali fungsi dan penggunaan alat-alat seperti canting, wajan, malam (lilin batik), kain mori, zat pewarna, bak atau ember, kompor, saringan, dan gawangan. Penjelasan teknis mengenai peran lilin batik atau malam sebagai penghalang agar warna tidak menyerap ke bagian kain tertentu memberikan wawasan baru tentang prinsip kerja batik tulis maupun batik cap.

Para peserta juga memahami bahwa lilin batik memegang peranan penting dalam menciptakan pola karena berfungsi sebagai perintang warna. Dalam praktiknya, peserta

merasakan bahwa bagian tersulit dari kegiatan ini adalah membuat pola secara manual dan menjaga konsistensi desain gambar agar motif tetap rapi dan proporsional.



**Gambar 2.** Peralatan membuat batik

Sumber: <https://batik-tulis.com/blog/cara-membuat-batik-tulis/>

### Aksesibilitas dan Informasi

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para peserta Winter Camp mengalami sejumlah kendala dalam mengakses informasi mengenai lokasi dan aktivitas di Desa Pujon Kidul. Salah satu hambatan utama yang mereka temui adalah minimnya petunjuk visual atau signage yang dapat membantu wisatawan asing mengenali dan menavigasi spot-spot menarik di kawasan desa wisata. Informasi yang tersedia di lokasi dinilai belum memadai, baik dari segi kuantitas maupun kualitas penyajiannya dalam bahasa asing.

Selain itu, ketidakpahaman terhadap bahasa Indonesia menjadi faktor penghambat utama dalam memahami konteks budaya, fungsi tempat, dan makna dari berbagai aktivitas yang ditawarkan. Salah seorang peserta menyatakan, "Saya tidak paham berapa biaya untuk menggunakan alat itu, saya ingin sekali mencobanya," ketika mengungkapkan keinginannya menyewa wahana ATV namun tidak menemukan informasi harga dan prosedur penggunaan yang dapat dipahami.

Mahasiswa lain juga mengungkapkan bahwa minimnya petunjuk arah menuju spot-spot menarik di desa ini membuat mereka merasa kesulitan dalam menjelajahi area wisata secara mandiri. Ketidakterpaduan informasi visual menyebabkan ketergantungan pada pemandu, yang dapat membatasi fleksibilitas eksplorasi mereka.

Lebih lanjut, peserta juga mengalami kesulitan saat mencoba bertanya kepada penduduk setempat karena keterbatasan kemampuan berbahasa Inggris dari sebagian besar warga desa. Hal ini menyebabkan miskomunikasi dan rasa enggan untuk bertanya lebih lanjut, sehingga mereka kehilangan kesempatan untuk memperoleh informasi langsung mengenai sejarah, makna budaya, atau rekomendasi spot lokal dari warga.

Kendala-kendala tersebut mengindikasikan pentingnya peningkatan sistem informasi dan komunikasi di lokasi wisata, baik dalam bentuk signage dwibahasa, pelatihan komunikasi dasar berbahasa Inggris bagi warga, maupun penyediaan media informasi digital yang mudah diakses. Upaya ini sangat penting untuk mendukung kenyamanan dan keterlibatan wisatawan internasional dalam menikmati potensi desa wisata secara lebih optimal.



**Gambar 3.** Pemasangan signage oleh para mahasiswa asing.

*Sumber: Kegiatan lapangan 2024*

### **Kenyamanan dan Fasilitas**

Secara umum, para peserta Winter Camp merasa cukup nyaman selama berada di lokasi wisata Desa Pujon Kidul. Keberadaan berbagai fasilitas seperti restoran, kafe, dan wahana permainan di area desa wisata memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mendukung kenyamanan pengunjung, khususnya wisatawan asing. Fasilitas tersebut memungkinkan para peserta untuk beristirahat, bersosialisasi, serta menikmati suasana desa dalam suasana yang aman dan ramah.

Selain itu, tersebar pula berbagai pedagang lokal yang menjual makanan tradisional, buah-buahan segar, serta toko oleh-oleh yang menawarkan cendera mata khas Desa Pujon Kidul. Keberadaan penjual makanan dan produk lokal ini tidak hanya menambah kenyamanan pengunjung dalam memenuhi kebutuhan konsumsi selama kunjungan, tetapi juga menjadi sarana edukasi dan promosi budaya lokal. Wisatawan asing memiliki kesempatan untuk mengenal lebih dekat kekayaan kuliner dan kerajinan tangan masyarakat setempat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pengalaman budaya dan mendorong minat kunjungan kembali ke desa wisata ini di masa mendatang.

Namun demikian, para peserta juga memberikan saran agar para pedagang memberikan label harga yang jelas pada setiap produk yang dijual. Hal ini dinilai penting untuk memudahkan wisatawan asing dalam mengetahui harga tanpa harus melakukan proses tawar-menawar, yang bagi mereka terasa canggung atau membingungkan karena keterbatasan bahasa dan budaya negosiasi. Label harga juga dapat memberikan rasa aman dan transparansi dalam transaksi, serta menunjukkan profesionalisme dalam pelayanan kepada wisatawan internasional.

### **Interaksi Sosial**

Dalam kegiatan Winter Camp di Desa Pujon Kidul, para peserta mengalami hambatan dalam menjalin interaksi sosial dengan penduduk lokal maupun sebagian pemandu wisata. Kendala utama yang dihadapi adalah perbedaan bahasa. Sebagian besar penduduk setempat tidak memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang memadai, sehingga menyulitkan komunikasi dua arah antara wisatawan asing dan warga desa.



Situasi ini menyebabkan peserta merasa ragu atau enggan untuk bertanya lebih jauh mengenai budaya lokal, produk yang dijual, maupun informasi terkait lokasi-lokasi wisata di sekitar desa. Beberapa peserta mengungkapkan bahwa mereka berkeinginan untuk mendapatkan informasi langsung dari masyarakat, namun komunikasi yang terbatas menjadi penghalang utama. Hal ini menjadi catatan penting bahwa keberadaan pemandu wisata atau pendamping yang memiliki kemampuan berbahasa asing, khususnya bahasa Inggris, sangat dibutuhkan untuk menjembatani interaksi antara wisatawan internasional dan komunitas lokal, serta untuk memperkaya pengalaman kunjungan secara keseluruhan.

### **Saran Pengembangan**

Sebagai bentuk refleksi dari hasil observasi dan pengalaman langsung selama kunjungan di Desa Pujon Kidul, para peserta Winter Camp memberikan sejumlah masukan konstruktif guna meningkatkan daya tarik desa sebagai destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan mancanegara. Salah satu saran utama yang diajukan adalah adopsi pendekatan seperti yang diterapkan di Singapura melalui program SG Clean Certification. Program ini merupakan standar nasional yang menandai bahwa suatu tempat atau pelaku usaha telah memenuhi protokol dan standar tinggi dalam hal kebersihan dan sanitasi di area publik.

Penerapan sistem serupa di Desa Pujon Kidul dinilai dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan asing terhadap kualitas dan keamanan lingkungan desa wisata. Standar kebersihan yang diakui secara formal tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap kesehatan dan kenyamanan pengunjung, tetapi juga dapat menjadi nilai jual yang kuat dalam promosi pariwisata internasional. Selain itu, peserta juga menyarankan peningkatan pelatihan untuk pelaku wisata lokal, terutama dalam penggunaan bahasa asing dan pelayanan wisatawan internasional, sebagai langkah strategis untuk memperkuat daya saing desa wisata di tingkat global.

### **Branding dan Awareness**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa para peserta Winter Camp memiliki kesan positif terhadap pengalaman mereka selama berada di Desa Pujon Kidul. Sebagian besar menyatakan bahwa mereka akan membagikan cerita mengenai keindahan alam desa, keunikan kehidupan masyarakat lokal, serta pengalaman budaya yang mendalam, khususnya kegiatan membatik. Aktivitas membatik dinilai sebagai elemen paling berkesan dan akan menjadi cerita utama yang mereka sampaikan kepada teman dan keluarga di negara asal. Selain itu, interaksi langsung dengan masyarakat desa, meskipun terbatas oleh kendala bahasa, tetap menjadi pengalaman yang bermakna dan memperkaya pemahaman mereka terhadap budaya Indonesia.

Beberapa peserta juga menyatakan bahwa mereka akan merekomendasikan desa ini sebagai destinasi alternatif bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman autentik di pedesaan Indonesia. Informasi mengenai kuliner lokal, keindahan lanskap alam, serta potensi wisata edukatif seperti membatik dan tur desa menjadi aspek yang akan mereka soroti dalam menceritakan pengalaman mereka. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi secara langsung dalam membangun brand image Desa Pujon Kidul sebagai desa wisata yang memiliki daya tarik kultural dan edukatif bagi pasar internasional.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan para peserta kegiatan maka diperoleh matrik SWOT beserta strategi SO, WO, ST, WT pada tabel 2. Implementasi strategi pengembangan Desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata internasional tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan memerlukan perencanaan jangka panjang yang terstruktur serta kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Keberhasilan pelaksanaan strategi ini sangat bergantung pada sinergi antara pengelola desa wisata dan partisipasi aktif masyarakat setempat melalui proses pemberdayaan yang berkelanjutan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, telah

dilakukan langkah awal yang strategis berupa penandatanganan Nota Kesepahaman (MoU) antara pengelola Desa Pujon Kidul dan Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Ciputra. MoU ini ditandatangani oleh pimpinan tertinggi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) selaku pengelola desa wisata, sebagai bentuk komitmen bersama dalam membangun kerangka kerja kolaboratif yang berorientasi pada peningkatan daya saing desa di kancah pariwisata global.

Tabel 2. Matriks TOWS Desa Wisata Pujonkidul

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan wisata edukatif dan kreatif</li> <li>2. Penerapan standar kebersihan internasional</li> <li>3. Peningkatan kemampuan bahasa asing warga dan pelaku wisata</li> <li>4. Digitalisasi informasi wisata:</li> <li>5. Promosi melalui testimoni wisatawan asing</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan desa wisata lain yang lebih siap secara infrastruktur dan informasi.</li> <li>2. Ketidakpuasan wisatawan akibat miskomunikasi atau informasi yang minim.</li> <li>3. Ketidakesesuaian ekspektasi wisatawan mancanegara terhadap standar internasional.</li> <li>4. Ketergantungan terhadap pemandu atau relawan</li> <li>5. Kendala adaptasi masyarakat lokal terhadap perubahan kebutuhan wisatawan global</li> </ol>
	<b>Opportunity</b>	<b>Threat</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tarik budaya yang otentik</li> <li>2. Keindahan alam dan suasana desa yang tenang</li> <li>3. Ketersediaan fasilitas penunjang wisata</li> <li>4. Potensi untuk wisata edukatif</li> <li>5. Antusiasme wisatawan untuk berbagi cerita</li> </ol>	<b>Strength</b>	<p><b>Personalisasi Pengalaman Budaya:</b> Kembangkan pengalaman membatik yang disesuaikan dengan latar belakang budaya pengunjung untuk memperkuat keterlibatan emosional dan mengurangi kemungkinan wisatawan merasa bosan atau tidak tertarik.</p> <p><b>Promosi Berbasis Cerita Wisatawan:</b> Gunakan konten UGC (user-generated content) untuk menonjolkan pengalaman budaya yang unik, sehingga bisa bersaing dengan destinasi lain yang lebih mapan secara promosi.</p> <p><b>Kolaborasi dengan Influencer Edukasi Budaya:</b> Gandeng influencer atau travel vlogger dengan niche budaya untuk memperkuat nilai edukatif dari kegiatan membatik dan menjangkau pasar wisatawan</p>



		<p><b>Kemitraan dengan Sekolah/Kampus Luar Negeri:</b> Manfaatkan pengalaman edukatif sebagai alat diplomasi budaya dengan membangun program pertukaran budaya secara reguler.</p>	yang mencari pengalaman autentik.
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan wisata edukatif dan kreatif</li> <li>2. Penerapan standar kebersihan internasional</li> <li>3. Peningkatan kemampuan bahasa asing warga dan pelaku wisata               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Digitalisasi informasi wisata</li> <li>b. Promosi melalui testimoni wisatawan asing</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan desa wisata lain yang lebih siap secara infrastruktur dan informasi.</li> <li>2. Ketidakpuasan wisatawan akibat miskomunikasi atau informasi yang minim.</li> <li>3. Ketidaksihinggaan ekspektasi wisatawan mancanegara terhadap standar internasional.</li> <li>4. Ketergantungan terhadap pemandu atau relawan.</li> <li>5. Kendala adaptasi masyarakat lokal terhadap perubahan kebutuhan wisatawan global</li> </ol>
		<b>Opportunity</b>	<b>Threat</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kendala bahasa dalam interaksi sosial</li> <li>2. Kurangnya informasi dan signage dalam bahasa asing</li> <li>3. Minimnya label harga pada produk tanpa negosiasi.</li> <li>4. Keterbatasan pelatihan pelaku wisata lokal</li> <li>5. Ketergantungan pada pemandu wisata</li> </ol>	<b>Weakness</b>	<p><b>Peningkatan Informasi:</b> Berbahasa Asing: Buat signage dwibahasa (Bahasa Indonesia dan Inggris) di seluruh area desa wisata dan brosur digital yang bisa diakses via QR code.</p> <p><b>Pelatihan Bahasa Inggris</b> untuk Warga dan Pedagang: Adakan pelatihan intensif bagi penduduk lokal agar lebih percaya diri berkomunikasi dengan wisatawan asing.</p> <p><b>Standardisasi Pelayanan Wisata:</b> Terapkan sertifikasi kebersihan dan pelayanan (seperti SG Clean) untuk meningkatkan kepercayaan dan profesionalitas pelayanan.</p> <p><b>Aplikasi Panduan Wisata Desa:</b> Kembangkan aplikasi mobile sederhana berisi peta interaktif, informasi wahana, harga, jadwal, dan makna budaya, agar wisatawan dapat menjelajah lebih mandiri.</p>	<p><b>Manual &amp; Video Panduan Multibahasa:</b> Sediakan booklet dan video petunjuk visual dalam berbagai bahasa mengenai tata cara aktivitas, harga, dan etika interaksi.</p> <p><b>Program Duta Desa Wisata:</b> Bentuk komunitas pemuda lokal yang fasih berbahasa Inggris dan terlatih sebagai pemandu profesional untuk menjembatani interaksi wisatawan dengan warga.</p> <p><b>Sistem Informasi Terintegrasi:</b> Buat sistem digital terpadu yang menampilkan semua informasi kegiatan, spot wisata, dan jadwal, sehingga wisatawan tidak sepenuhnya tergantung pada pemandu.</p> <p><b>Standard Harga Jelas:</b> Terapkan sistem harga transparan yang wajib ditempel oleh semua</p>

		pedagang dan pelaku jasa wisata untuk menghindari ketidaknyamanan wisatawan asing.
--	--	--

Sumber: penelitian lapangan 2024



**Gambar 4.** Proses penandatanganan MOU dengan Pimpinan Bumdes

Sumber: Kegiatan lapangan 2024

## 5. Penutup

Berdasarkan analisis, kegiatan membatik memiliki potensi untuk dijadikan sebagai salah satu program unggulan dalam promosi Desa Pujon Kidul sebagai desa wisata, khususnya untuk menarik minat wisatawan mancanegara yang mencari pengalaman budaya yang khas dan autentik.

Meskipun penuh tantangan, pengalaman ini dinilai sangat memperkaya pemahaman mereka terhadap kekayaan budaya Indonesia, sekaligus memberikan kesan mendalam tentang nilai artistik dan keterampilan yang dibutuhkan dalam seni membatik. Aktivitas ini tidak hanya memperkenalkan budaya lokal, tetapi juga menumbuhkan apresiasi dan rasa hormat terhadap warisan tradisional masyarakat Indonesia.

Berdasarkan analisis strategi SWOT, terdapat beberapa saran strategis yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Desa Pujon Kidul sebagai destinasi wisata internasional. Strategi SO dapat diwujudkan melalui pengembangan paket wisata budaya tematik yang menonjolkan pengalaman edukatif seperti membatik, dipadukan dengan promosi digital untuk menarik minat wisatawan mancanegara. Strategi WO diarahkan pada penguatan kapasitas warga lokal melalui pelatihan bahasa asing, peningkatan kualitas informasi visual di area wisata, serta penyempurnaan standar layanan agar lebih ramah terhadap wisatawan asing. Di sisi lain, strategi ST menekankan pentingnya optimalisasi kekayaan budaya lokal dengan pendekatan personalisasi dan promosi yang berbasis pada pengalaman otentik para wisatawan. Adapun strategi WT menyoroti perlunya peningkatan sistem informasi multibahasa dan penyediaan panduan wisata, termasuk pelatihan duta wisata lokal yang dapat mendampingi dan menjembatani komunikasi antara turis asing dan masyarakat desa secara profesional.



Untuk mengimplementasikan strategi-strategi yang dirumuskan, tim PKM melakukan MoU dengan Bumdes

### **Ucapan Terima Kasih (Opsional)**

Terima kasih kepada manajemen BUMDesa Sumber Sejahtera, School of Business Management Universitas Ciputra Surabaya yang telah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini sehingga dapat berjalan lancar.

### **Referensi**

- Amalia, N. (2024). Tridharma Perguruan Tinggi Untuk Membangun Akademik Dan Masyarakat Berpradaban. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4654–4663. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12886>
- Hilmi, L. D., Rahadi, & Yutanti, W. (2024). Pengembangan Batik Desa Wisata Kampung Budaya Tulungrejo, Pujon Kidul, Kabupaten Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 8(1).
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Group.
- Lee, M., & Lee, H. (2015). Tourism And The Role Of Tourist Participation In Shaping Destination Image. *Journal Of Tourism Management*, 51, 256-268.
- Lendriyono, F., Ambarwati, T., & Ramadhani, I. (2021). Pendampingan Usaha Ekonomi Kreatif Pada Desa Wisata Pujon Kidul. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 5(1), 17–22.
- Melani, E., Afandi, A., & Indrawan, A. K. (2019). Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Desa Wisata Kafe Sawah Pujon Kidul. *Jurnal Pkm Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 1. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v2i01.2941>
- Prayogo, H., Et Al. (2016). Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman Terhadap Kunjungan Wisatawan Asing Di Desa Wisata Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 7(2), 45-58.
- Tripamungkas, C. Y. (2023, December 9). Dari SDM Terbatas Menuju Desa Terbaik Tingkat Nasional, Perjalanan Desa Pujon Kidul Menuju Puncak Kesuksesan. *Jawapos.Com*.