



## Pengembangan Strategi Produk dan Pariwisata Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Desa Ngesrep Balong, Kabupaten Kendal

**Linda Ayu Oktoriza\*, Haunan Damar, Suhita Whini Setyahuni, Fakhmi Zakaria**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro. Jl. Nakula 1 No.5-11, Pendrikan Kidul, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50131

Corresponding author e-mail: \*[lindaayu.okt@dsn.dinus.ac.id](mailto:lindaayu.okt@dsn.dinus.ac.id)

**Diterima: Juli 2025; Direvisi: Juli 2025; Diterbitkan: Agustus 2025**

### Abstrak

Desa Ngesrep Balong, yang terletak di Kabupaten Kendal, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata dan produk kreatif berbasis kearifan lokal, seperti Wisata Alam Curug Lawe, Desa Wisata Pinusan Separe dan Goa Jepang, wisata budaya batik ecoprint Puspandari, serta aneka jajanan tradisional di area kuliner Londer. Namun, kendala yang dihadapi oleh masyarakat setempat mencakup kurangnya keterampilan dalam inovasi produk, pengemasan, serta promosi yang efektif. Mata pencarian mayoritas penduduk yang berfokus pada pertanian dan UMKM juga masih terbatas dalam mengoptimalkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan alternatif. Program pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi produk kreatif dan inovatif berbasis kearifan lokal, yang akan meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pendekatan yang digunakan mencakup pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, serta pemasaran digital bagi pelaku usaha lokal. Selain itu, program ini juga berupaya memperkuat kolaborasi antara pemangku kepentingan lokal untuk memaksimalkan potensi desa wisata secara berkelanjutan. Hasil yang dicapai dari program ini adalah peningkatan keterampilan masyarakat dalam menciptakan produk kreatif yang lebih inovatif dan menarik, serta peningkatan promosi dan pemasaran produk kerajinan local melalui platform e-commerce. Dengan demikian, desa Ngesrep Balong diharapkan dapat menjadi destinasi wisata yang unggul dengan produk-produk khas yang mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

**Kata Kunci:** Pariwisata lokal, Pelatihan, Pemasaran Digital

### ***Development of Creative Product and Tourism Strategy Based on Local Wisdom of Ngesrep Balong Village, Kendal Regency***

#### ***Abstract***

*Ngesrep Balong Village, which is in Kendal Regency, has great potential in developing tourism and creative products based on local wisdom, such as Curug Lawe Nature Tourism, Pinusan Separe Tourism Village and Japanese Cave, Puspandari ecoprint batik cultural tourism, as well as various traditional snacks in the culinary area Londer. However, obstacles faced by local communities include a lack of skills in product innovation, packaging and effective promotion. The livelihoods of most of the population, which focus on agriculture and SMEs, are also still limited in optimizing the tourism sector as an alternative source of income. This service program aims to develop creative and innovative product strategies based on local wisdom, which will increase the competitiveness and economic welfare of the community. The approach used includes entrepreneurship training, product innovation, and digital marketing for local business actors. Apart from that, this program also seeks to strengthen collaboration between local stakeholders to maximize the potential of tourism villages in a sustainable manner. The results achieved from this program are increased community skills in creating more innovative and attractive creative products, as well as increased promotion and marketing of local craft products through e-commerce platforms. In this way, it is hoped that Ngesrep Balong village can become a superior tourist destination with unique products that support the economic growth of the local community.*

**Keywords:** Local Tourism, Training, Digital Marketing

**How to Cite:** Oktoriza, L. A., Damar, H., Setyahuni, S. W., & Zakaria, F. (2025). Pengembangan Strategi Produk dan Pariwisata Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Desa Ngesrep Balong, Kabupaten Kendal. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 7(3), 591–600. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v7i3.3084>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v7i3.3084>

Copyright© 2025, Oktoriza et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



## PENDAHULUAN

Desa Wisata Ngesrep Balong yang berada di Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, memiliki potensi alam dan budaya yang sangat kaya. Keindahan alamnya yang memukau ditunjukkan melalui objek-objek wisata seperti Curug Lawe, Desa Wisata Pinusan Separe, dan Goa Jepang. Ketiga lokasi tersebut menjadi destinasi utama wisata alam yang menarik minat wisatawan lokal maupun regional. Selain itu, kawasan Londer di desa ini juga mulai dikenal sebagai pusat kuliner yang menyajikan ragam makanan khas yang memiliki nilai jual. Tidak hanya itu, Ngesrep Balong juga memiliki produk kerajinan yang menonjol berupa batik ecoprint “Puspandari”. Produk ini mengusung konsep ramah lingkungan dengan memanfaatkan bahan alami dari tanaman untuk menciptakan motif batik yang khas dan orisinal. Kekayaan potensi tersebut menjadikan desa ini memiliki daya tarik sebagai desa wisata terpadu yang menggabungkan alam, budaya, dan kreativitas.

Kendati potensi yang dimiliki sangat menjanjikan, masyarakat Desa Ngesrep Balong masih dihadapkan pada berbagai kendala dalam memaksimalkan potensi tersebut. Banyak pelaku usaha lokal belum mampu memanfaatkan secara optimal sumber daya yang tersedia untuk menciptakan produk kreatif yang kompetitif. Salah satu permasalahan utama adalah minimnya pemahaman masyarakat tentang pengembangan dan pemasaran produk lokal yang berbasis kearifan lokal namun tetap sesuai dengan tren wisata saat ini. Kondisi ini berdampak pada rendahnya nilai ekonomi produk yang dihasilkan (Dewi, 2022), terbatasnya variasi produk yang ditawarkan (Mustafa et al., 2023), serta kurangnya promosi yang menjangkau pasar yang lebih luas (Perguna et al., 2020).

Secara demografis, Desa Ngesrep Balong dihuni oleh penduduk yang mayoritas bekerja sebagai petani dan tenaga kerja informal. Ketergantungan masyarakat terhadap sektor pertanian masih sangat tinggi, sedangkan bidang pariwisata dan kerajinan tangan hanya berfungsi sebagai pendapatan tambahan. Populasi desa didominasi oleh kelompok usia produktif, yaitu 15–45 tahun, yang sebenarnya merupakan aset potensial dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif. Di sisi lain, tingkat pendidikan penduduk yang sebagian besar merupakan lulusan sekolah menengah turut memengaruhi keterampilan mereka dalam mengelola usaha pariwisata maupun kerajinan tangan secara profesional (Suni & Badollahi, 2020; Yuliansa et al., 2023).

Potensi wisata alam di desa ini sangat besar, namun pengelolaannya masih belum optimal. Curug Lawe, misalnya, menyuguhkan panorama air terjun yang menyegarkan serta suasana yang tenang, tetapi masih kekurangan fasilitas pendukung dan strategi promosi yang efektif. Sementara itu, kawasan Desa Wisata Pinusan Separe yang menawarkan hutan pinus sebagai lokasi kegiatan alam terbuka seperti berkemah dan hiking juga belum sepenuhnya dikembangkan untuk meningkatkan keterlibatan antara

wisatawan dan warga setempat. Goa Jepang, sebagai situs bersejarah dengan nilai edukatif dan budaya, menyimpan potensi besar untuk dijadikan objek wisata berbasis sejarah dan eksplorasi. Namun, potensi-potensi tersebut masih memerlukan penguatan dari sisi manajemen destinasi, peningkatan infrastruktur, serta pengemasan kegiatan wisata yang menarik dan edukatif.

Selain wisata alam, sektor kuliner di daerah Londer juga menjadi perhatian karena keragaman produk makanan tradisionalnya, seperti bolu tiwul, teh bunga telang, teh oyol, serta berbagai produk olahan seperti keripik dan permen jipang. Pusat kuliner ini bisa dikembangkan menjadi magnet wisata kuliner jika disertai dengan strategi manajemen usaha yang baik serta pelatihan inovasi menu bagi masyarakat pengelola. Potensi untuk mengembangkan Londer sebagai ikon wisata kuliner desa sangat besar jika dikelola secara terencana dan melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif.

Produk unggulan lainnya adalah batik ecoprint “Puspandari”, hasil kerajinan tangan khas Ngesrep Balong yang dibuat menggunakan teknik ramah lingkungan. Bahan pewarna dan motif berasal dari dedaunan dan bunga yang tersedia secara alami di sekitar desa. Meskipun batik ini memiliki keunikan dan daya tarik bagi wisatawan yang menyukai produk berbasis alam dan kearifan lokal, sayangnya pemasarannya belum meluas karena keterbatasan dalam promosi serta akses terhadap pasar digital.

Ketergantungan ekonomi masyarakat terhadap sektor pertanian masih menjadi karakteristik utama Desa Ngesrep Balong. Tanaman padi dan hortikultura merupakan hasil utama pertanian yang menopang kehidupan warga. Meski demikian, pariwisata dan kerajinan tangan menunjukkan potensi signifikan untuk menjadi alternatif atau bahkan sektor unggulan, terutama jika dikembangkan dengan strategi yang tepat. Hambatan terbesar yang masih dihadapi meliputi rendahnya literasi digital, keterampilan dalam pemasaran produk, serta kurangnya pemahaman dalam pengelolaan bisnis secara profesional. Hal ini menyebabkan masyarakat belum sepenuhnya mampu mengelola potensi wisata dan kerajinan secara maksimal, baik dari segi pengelolaan sumber daya maupun inovasi produk.

Menjawab tantangan-tantangan tersebut, sejumlah kebutuhan prioritas telah diidentifikasi. Pertama, masyarakat membutuhkan pelatihan dalam mengembangkan produk kreatif yang inovatif dan berbasis kearifan lokal, agar produk tersebut dapat menarik minat pasar wisata yang lebih luas dan beragam. Kedua, kemampuan digital masyarakat perlu ditingkatkan agar mereka dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk kerajinan maupun pariwisata secara lebih luas dan efisien. Ketiga, pelaku usaha lokal juga membutuhkan pendampingan manajemen usaha secara komprehensif, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, serta penggunaan sumber daya lokal secara berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas pelaku usaha lokal di Desa Wisata Ngesrep Balong melalui pelatihan inovasi produk kreatif, peningkatan literasi digital, serta pendampingan manajemen usaha. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mendorong transformasi potensi lokal menjadi kekuatan ekonomi desa yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis pada

partisipasi aktif masyarakat. Kontribusi nyata dari kegiatan ini diharapkan mencakup peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengelola usaha berbasis wisata dan kerajinan, terciptanya produk unggulan baru yang relevan dengan tren pasar, serta terbentuknya jejaring pemasaran yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital.

Menyusun strategi pengembangan desa wisata yang terintegrasi dan berbasis pada kekuatan lokal serta inovasi produk kreatif, Desa Wisata Ngesrep Balong memiliki peluang besar untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Pendekatan ini tidak hanya membuka peluang usaha baru, tetapi juga memperluas cakupan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai motor utama ekonomi desa. Sebagaimana disampaikan oleh Febriana & Setiawan (2016), penguatan kapasitas pelaku usaha lokal dan pengembangan inovasi berbasis potensi desa menjadi kunci dalam mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat desa secara berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi penting dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan desa yang inklusif, adaptif, dan berorientasi pada pembangunan lokal yang berkelanjutan.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan secara terstruktur dan partisipatif dengan tujuan utama untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Wisata Ngesrep Balong dalam mengembangkan produk kreatif dan potensi pariwisata berbasis kearifan lokal (Kusumadewi, 2021; Irfandanny et al., 2022), serta memperluas jangkauan promosi melalui pemanfaatan platform digital (Perguna et al., 2020). Kegiatan ini berlangsung selama tiga bulan, yaitu pada Mei hingga Juli 2025, dengan lokasi utama di Desa Ngesrep Balong, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kegiatan melibatkan 50 peserta aktif, yang terdiri atas:

1. 18 pelaku UMKM (batik ecoprint dan kuliner lokal),
2. 12 pengelola wisata desa (Curug Lawe, Pinusan Separe, Goa Jepang),
3. 10 anggota Karang Taruna,
4. dan 10 anggota Kelompok Wanita Tani (KWT).

Adapun mitra kegiatan yang menjadi pihak kunci dalam pelaksanaan program ini antara lain:

1. UMKM Batik Ecoprint “Puspandari”,
2. Kelompok Kuliner Londer,
3. Tim Pengelola Desa Wisata,
4. serta Karang Taruna dan KWT Desa Ngesrep Balong.

Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan berikut:

1. Identifikasi dan Analisis Situasi Awal. Tahap ini diawali dengan survei dan observasi lapangan untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, serta potensi dan hambatan yang dihadapi masyarakat. Informasi dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha, tokoh masyarakat, dan pengelola desa wisata, serta diskusi kelompok terarah (FGD). Fokus utama pemetaan mencakup potensi batik ecoprint “Puspandari”, kuliner khas Londer, dan destinasi wisata alam yang telah berkembang namun belum terkelola secara optimal.

2. Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas
  - a. Pelatihan Inovasi Produk dan Diversifikasi

Pelatihan ini bertujuan memperkaya varian produk batik dan kuliner berbasis kearifan lokal. Masyarakat dilatih membuat desain batik ecoprint yang lebih variatif, souvenir khas desa, dan olahan kuliner seperti paket oleh-oleh berbahan dasar lokal.
  - b. Pelatihan Manajemen Usaha dan Keuangan

Peserta diberikan pemahaman dasar tentang pengelolaan usaha mikro, termasuk perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan pengelolaan modal agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan.
  - c. Pelatihan Digital Marketing dan Branding

Pelatihan ini mengajarkan strategi pemasaran digital melalui media sosial (Instagram, Facebook), marketplace, serta pembuatan website sederhana. Peserta juga diajarkan teknik dasar fotografi produk dan pembuatan konten promosi yang menarik.
3. Workshop Pengembangan Produk. Kegiatan ini mendorong peserta untuk merancang dan menghasilkan produk-produk baru yang sesuai dengan tren pasar namun tetap mencerminkan identitas lokal. Contohnya adalah batik ecoprint dengan motif kontemporer dan kuliner khas desa dalam bentuk kemasan menarik.
4. Pendampingan Intensif. Selama dua bulan, tim pengabdi melakukan pendampingan rutin untuk memastikan peserta mengimplementasikan materi pelatihan. Bimbingan diberikan dalam proses produksi, pengemasan, manajemen usaha, hingga pemasaran produk.
5. Pengembangan Platform Promosi Digital. Tim pengabdi bersama Karang Taruna mengembangkan website dan akun media sosial resmi sebagai etalase digital desa. Seluruh potensi produk dan destinasi wisata desa dipromosikan melalui platform ini untuk menjangkau pasar lebih luas.
6. Pameran Produk dan Open House. Di akhir program, diselenggarakan pameran produk sekaligus Open House Desa Wisata. Acara ini menjadi sarana memperkenalkan hasil karya masyarakat kepada publik, sekaligus menarik kunjungan wisatawan ke lokasi produksi dan destinasi wisata alam desa.
7. Monitoring dan Evaluasi. Monitoring dilakukan hingga akhir Juli 2025 melalui observasi lapangan, kuesioner, dan wawancara untuk mengevaluasi keberhasilan program dalam meningkatkan kapasitas, pertumbuhan usaha, dan dampak terhadap pendapatan masyarakat.

### **Luaran yang Diharapkan**

Dari rangkaian kegiatan tersebut, diharapkan tercapai luaran sebagai berikut:

1. Produk kreatif baru dan inovatif berbasis kearifan lokal,
2. Peningkatan kapasitas masyarakat dalam manajemen usaha, digital marketing, dan inovasi produk,
3. Tersedianya media promosi digital desa yang terintegrasi,
4. serta peningkatan pendapatan masyarakat melalui optimalisasi sektor wisata dan ekonomi kreatif.
- 5.

## HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ngesrep Balong selama tiga bulan telah menunjukkan berbagai capaian signifikan dalam peningkatan kapasitas masyarakat, inovasi produk berbasis kearifan lokal, serta penguatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dampak positif ini terlihat dari perubahan yang dialami oleh mitra sasaran, baik dari sisi keterampilan, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan pendapatan, maupun daya tarik wisata desa. Temuan ini dipaparkan melalui data kualitatif hasil wawancara dan observasi lapangan, serta data kuantitatif dari hasil survei dan dokumentasi kegiatan.

### 1. Peningkatan Kapasitas Masyarakat dalam Inovasi Produk

Salah satu fokus utama kegiatan adalah penguatan keterampilan warga dalam mengembangkan produk kreatif seperti batik ecoprint dan kuliner khas lokal. Melalui pelatihan dan workshop, peserta berhasil memproduksi berbagai varian produk baru yang tidak hanya unik, tetapi juga lebih sesuai dengan selera pasar.

**Tabel 1.** Variasi Produk yang Dihasilkan Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Jenis Produk	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Contoh Inovasi Baru
Batik Ecoprint	5 motif dasar	12 variatif	Motif dedaunan lokal, warna alam ramah lingkungan
Souvenir Desa	Tidak tersedia	8 souvenir	Gantungan kunci, pouch, tas batik mini
Kuliner Khas	6 jenis produk	14 varian	Paket oleh-oleh, snack kering, minuman herbal

Data ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam diversifikasi produk lokal. Wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa masyarakat merasa lebih percaya diri memproduksi produk karena telah memahami teknik dasar inovasi dan kemasan menarik.

### 2. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Promosi dan Pemasaran

Pelatihan digital marketing mendorong partisipan untuk menggunakan media sosial dan platform daring sebagai sarana promosi utama. Hasilnya, sebagian besar pelaku usaha yang sebelumnya belum menggunakan platform digital, kini aktif mempromosikan produk melalui akun media sosial dan marketplace.

**Tabel 2.** Aktivitas Digital Sebelum dan Sesudah Intervensi

Indikator	Sebelum Intervensi	Setelah Intervensi	Persentase Peningkatan
Jumlah UMKM yang memiliki akun Instagram	3 UMKM	14 UMKM	+366%
Jumlah UMKM yang menjual via marketplace	1 UMKM	10 UMKM	+900%

<b>Indikator</b>		<b>Sebelum Intervensi</b>	<b>Setelah Intervensi</b>	<b>Persentase Peningkatan</b>
Kunjungan Desa Wisata (per bulan)	Website	±300 kunjungan	±900 kunjungan	+200%

Wawancara dengan pengelola akun media sosial desa mengungkapkan bahwa promosi berbasis konten visual dan cerita produk sangat diminati. Strategi ini meningkatkan engagement audiens dan memperluas jangkauan promosi hingga ke luar Kabupaten Kendal.

### 3. Peningkatan Daya Tarik dan Jumlah Wisatawan

Pelaksanaan promosi digital secara intensif, didukung dengan pameran dan open house desa, turut berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan. Tidak hanya wisata alam seperti Curug Lawe, tetapi juga wisata kuliner dan kerajinan mendapat sambutan baik.

**Tabel 3. Perbandingan Jumlah Kunjungan Wisatawan**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Wisatawan</b>	<b>Persentase Kenaikan</b>
Mei 2025 (awal program)	420 orang	-
Juni 2025 (tengah program)	510 orang	+21.4%
Juli 2025 (akhir program)	630 orang	+50% dari awal

Peningkatan ini juga tercermin dari laporan pemilik warung kuliner yang mencatat kenaikan omset pada akhir pekan. Kunjungan wisatawan juga berdampak pada tumbuhnya kesadaran warga untuk menjaga kebersihan, keramahan, dan keberlanjutan lingkungan wisata.

### 4. Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Dampak ekonomi langsung dapat dilihat dari peningkatan pendapatan pelaku usaha kecil, terutama yang bergerak di sektor kuliner dan kerajinan. Hal ini tidak lepas dari peningkatan kualitas produk dan strategi penjualan yang lebih efektif.

**Tabel 4. Rata-rata Kenaikan Pendapatan UMKM**

<b>Sektor Usaha</b>	<b>Pendapatan (Rp/bln)</b>	<b>Sebelum Pendapatan (Rp/bln)</b>	<b>Sesudah Kenaikan (%)</b>
Batik Ecoprint	1.200.000	1.560.000	+30%
Kuliner Londer	1.500.000	2.025.000	+35%

Peningkatan pendapatan ini diikuti dengan kesadaran baru dalam mengatur keuangan usaha, seperti pembukuan sederhana dan alokasi untuk reinvestasi usaha.

### 5. Keberlanjutan dan Replikasi Program

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan pengabdian ini adalah munculnya inisiatif warga untuk melanjutkan program secara mandiri. Beberapa kelompok telah membentuk komunitas wirausaha desa, yang

mengadakan pertemuan bulanan untuk berbagi pengalaman dan strategi pemasaran.

**Tabel 5.** Indikator Keberlanjutan Program

<b>Indikator</b>	<b>Capaian</b>
Komunitas UMKM yang terbentuk	2 komunitas aktif (kuliner dan batik)
Jadwal rutin pelatihan mandiri	1x per bulan (dilaksanakan oleh KWT)
Kolaborasi dengan desa sekitar	3 desa mengundang tim Ngesrep Balong berbagi pengalaman

Keberhasilan Desa Ngesrep Balong menjadi inspirasi bagi desa-desa tetangga yang ingin mengembangkan strategi serupa. Kolaborasi lintas desa diharapkan menjadi awal dari pengembangan ekowisata regional berbasis komunitas.

Temuan dari kegiatan ini menguatkan pentingnya pendekatan pemberdayaan yang terintegrasi antara penguatan kapasitas individu, inovasi produk, dan strategi pemasaran digital. Keterampilan inovatif dalam membuat batik ecoprint dengan pendekatan ramah lingkungan dan diversifikasi produk kuliner terbukti menjadi nilai tambah ekonomi lokal, sesuai dengan temuan Irfandanny et al. (2022) yang menyebutkan bahwa pengembangan berbasis kearifan lokal memperkuat identitas komunitas sekaligus meningkatkan daya saing produk.

Pemanfaatan media digital sebagai saluran promosi menjadi faktor pendorong utama keberhasilan program ini. Sebagaimana dinyatakan oleh Perguna et al. (2020), pemasaran berbasis teknologi digital mampu menjangkau pasar yang lebih luas, efisien, dan murah. Hasil signifikan seperti peningkatan 200% kunjungan website dan lonjakan transaksi melalui media sosial menunjukkan bahwa pelaku UMKM desa memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan tren pemasaran modern.

Peningkatan jumlah wisatawan hingga 50% dalam tiga bulan merupakan capaian yang menunjukkan bahwa pendekatan intervensi yang terarah dan terencana mampu memberikan dampak cepat dan nyata. Ini sesuai dengan konsep community-based tourism (CBT), di mana masyarakat menjadi aktor utama dalam pengelolaan dan penyambutan wisatawan, yang juga dikembangkan dalam studi Suni & Badollahi (2020).

Keberhasilan ekonomi yang diukur dari kenaikan pendapatan hingga 35% pada beberapa unit usaha juga menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini mampu menjawab persoalan mendasar masyarakat dalam aspek keberlanjutan usaha. Hal ini diperkuat oleh terbentuknya komunitas pelaku UMKM yang memiliki sistem pembelajaran mandiri dan berkelanjutan.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dan dukungan teknologi digital dapat menjadi strategi efektif dalam membangun kemandirian ekonomi desa. Hasilnya bukan hanya berupa peningkatan ekonomi, tetapi juga tumbuhnya rasa kepemilikan dan inisiatif warga dalam menjaga dan mengembangkan potensi desanya.

## KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan sangat baik dan menghasilkan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat setempat. Melalui program ini, masyarakat berhasil mengembangkan kapasitas mereka dalam menciptakan produk kreatif berbasis kearifan lokal, seperti batik ecoprint dan kuliner khas, yang tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memperkaya daya tarik wisata desa. Peningkatan keterampilan, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi untuk pemasaran digital telah memberikan dampak langsung berupa peningkatan pendapatan masyarakat dan jumlah wisatawan. Desa Ngesrep Balong kini tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, seperti Curug Lawe, Desa Wisata Pinusan Separe dan Goa Jepang tetapi juga sebagai pusat kreativitas yang mengedepankan produk ramah lingkungan dan kuliner tradisional. Keberhasilan ini juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, tim pengabdian, dan pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi ekonomi desa berbasis kearifan lokal. Program ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung, tetapi juga menjadi model yang dapat direplikasi oleh desa-desa lain untuk pengembangan ekonomi berbasis pariwisata dan kreativitas lokal.

## REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mendorong perubahan positif yang berkelanjutan di Desa Ngesrep Balong, membuka peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan daya saing desa di sektor pariwisata. Dengan semangat inovasi dan gotong-royong, desa ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang menjadi destinasi wisata unggulan yang mendukung pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat lebih berfokus pada pengelolaan kelembagaan desa wisata Ngesrep Balong dan menguatkan branding daerah wisata agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan dampak pada perekonomian warga setempat.

## REFERENCES

- Dewi, L. K. C. (2022). *Pengembangan Ukmk Dan Desa Wisata Di Kabupaten Gianyar*. <https://eprints.triatmamulya.ac.id/1566/>
- Febriana, K. A., & Setiawan, Y. B. (2016). Komunikasi dalam Difusi Inovasi Kerajinan Enceng Gondok di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang. *Jurnal the Messenger*, 8(1), 17–26.
- Irfandanny, D., Kusuma, B. T., Sari, A. K., Ridha, F. A., Reksiana, C. P. E., Zain, M. Z., Ferdiansyah, M. R., Prasetyo, L. F. D., Marghanita, C. L., & Salsabilla, M. A. (2022). Optimalisasi desa wisata berbasis UMKM melalui lokal branding Desa Sumbermujur Kab. Lumajang. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 1084–1090.
- Kusumadewi, F. N. (2021). Pengembangan Desain Pelatihan Pada Penguanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Wisata. *Instruksional*, 2(2), 147–156.
- Mustafa, S., Yunus, M., Ridwan, I., Mattunruang, A. A., & Achmad, I. (2023). Pemberdayaan Petani Kopi Melalui Pelatihan Diversifikasi

- Produk Olahan Kopi Kayu Manis di UMKM Rizki Amalia. *Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 81–84.
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi desa wisata berbasis UMKM melalui destination branding. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204–214.
- Suni, M., & Badollahi, M. Z. (2020). Strategi Diversifikasi Atraksi Budaya dalam Mendukung Pengembangan Wisata Desa Wakatobi. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 9(1), 25–33.
- Yuliansa, B. H., Kartika, D. S. Y., Sugiyanto, E., Rianto, S. I. A., & Sakhi, T. E. (2023). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Sarana Sistem Informasi Potensi Wisata Desa. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 127–136.