

**LAPORAN  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**TATA KELOLA PENGEMBANGAN DESA WISATA DI  
DESA KEJI, KECAMATAN UNGARAN TIMUR,  
KABUPATEN SEMARANG**



Oleh :

**Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, S.E., M.M**  
**NIK/ NIDN: 0047/ 0606096201**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI  
(UNDARIS) UNGARAN**

**2025**

## LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1	Judul Kegiatan	:	PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DESA WISATA : SINERGI TATA KELOLA YANG BAIK DAN PEMASARAN DIGITAL YANG EFEKTIF
2	Tempat Pengabdian	:	Desa Keji, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang
3	Ketua Pelaksana Kegiatan	:	
	a. Nama Lengkap	:	Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, S.E., M.M
	b. NIDN	:	0606096201
	c. Jurusan/Fakultas	:	Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Centre
	d. Universitas	:	Sudirman GUPPI Jl. Tentara Pelajar, Paren, Sidomulyo, Kec. Ungaran Tim., Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50519
	e. Alamat Universitas	:	
	f. No Telp Universitas	:	(024) 6923180 Jl. Halmahera Raya No.1 Kel. Gedang Anak
	g. Alamat Rumah/Telpon	:	RT7/ RW6 Kec. Ungaran Barat, Kab. Semarang, Jawa Tengah.
	h. No Hp. / Email	:	08122918845
4	Anggota	:	1. <u>Nurmiyati, S.E.,M.M</u> NIDN.0603037301 2. <u>M. Arif Rakhman, S.E.,M.E</u> NIDN.0614068702
5	Bentuk Kegiatan	:	Sosialisasi/Penyuluhan
6	Biaya Total	:	Rp. 2.800.000,- (Dua Juta Delapan Ratus Ribu) Ungaran, 09 Februari 2025

Mengetahui  
Dekan,  
  
Muhammad Arif Rakhman, S.E.,M.E  
NIDN. 0614068702

Ketua,

  
Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi K, S.E.,M.M  
NIDN.0606096201

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

  
Dr. Sri Rahayu, S.E.,M.Si  
NIDN.0606056901

**JUDUL** : Tata Kelola Pengembangan Desa Wisata di Desa Keji, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang

## **A. LATAR BELAKANG**

Pengembangan desa wisata perlu dilaksanakan secara terus menerus, jika suatu daerah ingin maju bidang pariwisatanya. Pengembangan desa wisata dilakukan melalui pembinaan secara terus menerus kepada para pengelolanya.. Banyak lembaga pemerintah maupun swasta melakukan upaya pengembangan desa wisata. Bentuk kegiatan diantaranya meliputi: tata kelola desa wisata berkelanjutan. Penyebarah informasi (*information*), pembangunan sarana (*facilities*), promosi (*promotion*), diseminasi (*dissemination*), pedoman (*guidelines*). Pengembangan desa wisata di Desa Keji, Kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata, juga oleh swasta tergantung kebutuhannya.

Untuk pengembangan desa wisata melalui tata kelola yang baik, perlu dilakukan tata kelola desa wisata yang baik. Pengembangan tata kelola desa wisata sangat penting untuk keberlanjutan desa wisata daerah yang bersangkutan yang meliputi Sistem administrasi pengelolaannya, sistem perencanaan dan koordinasinya dalam menerima kunjungan wisata. Tata letak arus pengunjungnya dan lain sebagainya.

Wisatawan berkunjung ke tempat wisata tertentu dengan berbagai tujuan, seperti: relaksasi setelah bekerja sekian lama, mencari suasana baru, mengatasi kejenuhan, sekedar memperoleh pengalaman baru, memperoleh kesenangan, kebahagiaan, berlibur sambil kegiatan yang lain (seperti: bekerja, sekolah, berbelanja). Berbasis Teori Utilitas Marginal (*marginal utility*) aliran subjektif (Lin & Peng, 2019), kepuasan pengguna akan mengalami penurunan seiring dengan jumlah atau intensitas kunjungan. Obyek wisata yang unik, bernilai, promosinya menarik, akses mudah, fasilitas pendukungnya menyenangkan belum cukup, tetapi perlu didukung dengan membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling ketergantungan antara wisatawan dan komunitas desa wisata. Desa wisata yang “ramai” kunjungan, mempunyai arti: jumlah pengunjung, lama kunjungan dan kunjungan berulang. Lama kunjungan dan kunjungan berulang dapat dicapai jika wisata tidak hanya menawarkan pengalaman baru tetapi konektivitas. Individu akan tetap menggunakan produk, jasa atau datang ke tempat wisata tertentu untuk kebutuhan yang berulang, seperti

berlibur sambil: pendidikan, berolah raga, bekerja, belajar, belanja, atau *update* pengalaman baru. Wisata alam tidak hanya menawarkan panorama alam, wisata batik tidak hanya mengenalkan tempat produksi batik, agro wisata tidak hanya berhubungan dengan wisata kebun, tetapi perlu dikemas dalam gaya hidup, terhubung dengan kegiatan pendidikan, kesehatan, terhubung dengan komunitas dan nilai-nilai yang lebih luas. Demikian juga area foto spot juga perlu di-*update* untuk pengalaman baru dan kesempatan membangun *storytelling*.

Konsep “tatakelola” dan bukan “manajemen” digunakan dalam pengembangan desa wisata karena manajemen lebih pada hubungan internal, sedangkan tatakelola melibatkan hubungan internal dan eksternal organisasi. Pertama, pengembangan desa wisata pada dasarnya bukan obyek wisata tunggal namun kegiatan wisata dalam rantai nilai (pertanian, industri, wisata, perjalanan, akomodasi, dan bidang terkait lainnya). Kedua, pengembangan desa wisata banyak dikelola oleh masyarakat lokal seperti melalui BUMDesa. Hal ini penting supaya sumberdaya desa dapat dipergunakan optimal untuk kesejahteraan masyarakat desa dan bukan pada pemilik modal. Namun demikian, kapasitas manajemen dan tatakelola sumberdaya manusia desa secara umum masih kalah pengalaman dibandingkan swasta. Ketiga, banyak pihak yang berkepentingan dalam pengembangan wilayah perdesaan, termasuk dalam kerangka pembangunan wilayah perdesaan–perkotaan secara terpadu. Beberapa hal tersebut yang menjadi motivasi penelitian ini.

Kabupaten Semarang sebagai wilayah yang sebagian besar berupa wilayah pedesaan, dekat dengan pusat ibukota Provinsi Jawa Tengah, memiliki potensi dalam pengembangan desa wisata. Beberapa objek wisata yang terdapat di Kabupaten Semarang, antara lain Candi Gedongsongo, Rawa Pening, Museum Palagan Ambarawa, Museum Kereta Api Ambarawa, Bukit Cinta, Pemandian Mucul, Agrowisata Tlogo, Kopeng, Curug Lawe, hingga Umbul Sidomukti. Desa wisata di Kabupaten Semarang diproyeksikan menjadi pendukung destinasi wisata unggulan di Jawa Tengah, seperti Borobudur, Taman Nasional Merapi, dan kawasan Dieng. Salah satu lokasi yang potensi untuk dibangun desa wisata adalah desa Keji, Ungaran Timur, Kabupaten Semarang. Pada saat ini sedang digalakkan kuliner berbahan dasar singkong seperti singkong abon, makanan khas tetek melek, kesenian kuda lumping. Lahan untuk desa wisata sudah tersedia.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Tata Kelola seperti apakah yang perlu dilakukan masyarakat Desa Keji untuk mengembangkan desa wisata?
2. Bagaimana model tata kelola yang dapat dikembangkan untuk pengembangan kinerja desa wisata di Desa Keji, Kecamatan Ungaran, Kabupaten Semarang ?

## **C. KAJIAN**

TATA KELOLA PENGEMBANGAN DESA WISATA DI DESA KEJI,  
KECAMATAN UNGARAN, KABUPATEN SEMARANG  
Oleh: Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati S.E.,M.

### **I. Pengertian Tata Kelola Desa Wisata**

Esensi Desa Wisata adalah pengembangan suatu wilayah (pedesaan) dengan memanfaatkan kemampuan berdasarkan unsur – unsur yang telah ada di pedesaan serta ciri khas budaya setempat dan juga tidak terlepas dari ciri kegiatan masyarakat pedesaan yang telah ada, baik aspek ekonomi maupun sosial budaya. Pemahaman terhadap karakteristik dan kemampuan unsur – unsur yang ada dalam desa termasuk kearifan lokal (local wisdom/ local knowledge) yang dimiliki masyarakat desa merupakan dasar pijakan dalam perencanaan dan pengemasan suatu desa menjadi desa wisata. Tata kelola desa wisata adalah sistem pengelolaan dan pengembangan desa wisata yang melibatkan masyarakat lokal, pemerintah dan industri pariwisata . Ada perbedaan antara desa wisata dengan wisata pedesaan. Desa wisata focus pada pengembangan ekonomi lokal, sedangkan wisata pedesaan focus pada pengalaman wisatawan. Desa wisata dibangun karena memiliki potensi wisata dan dikembangkan menjadi tujuan wisata. Fokus pada ekonomi lokal. Membangun infrastruktur pariwisata dan peluang bisnis. Melibatkan masyarakat secara komprehensif. Memanfaatkan potensi lokal seperti alam, seni budaya, legenda, dan makanan minuman lokal. Wisata pedesaan adalah kegiatan wisata yang dilakukan di desa seperti wisata alam, wisata buatan, atau wisata rohani. Fokus pada pengalaman wisatawan yang asli dan mendalam. Menekankan pada pengaruh positif terhadap budaya dan lingkungan lokal. Keterlibatan masyarakat terbatas dan dibatasi.

#### **A. Prinsip – Prinsip Tata Kelola Desa Wisata.**

1. Partisipasi Masyarakat: melibatkan masyarakat lokal, dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan desa wisata.
2. Keberlanjutan: Mengembangkan desa wisata yang berkelanjutan dan tidak merusak lingkungan.

3. Keterlibatan Pemerintah: melibatkan pemerintah dalam proses pengelolaan dan pengembangan desa wisata.
  4. Kolaborasi Industri Pariwisata: mengembangkan kerja sama dengan industri pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas wisatawan.
- B. Komponen Tata Kelola Desa Wisata
1. Perencanaan: membuat rencana pengembangan desa wisata yang komprehensif.
  2. Pengelolaan: mengelola sumberdaya desa wisata, termasuk infrastruktur, fasilitas dan lingkungan.
  3. Pemasaran: mempromosikan desa wisata sebagai tujuan wisata.
  4. Pengawasan: memantau dan mengevaluasi pengelolaan desa wisata.
  5. Kerjasama: mengembangkan kerja sama dengan masyarakat lokal, pemerintah dan industri pariwisata.
- C. Manfaat Tata Kelola Desa Wisata
1. Meningkatkan pendapatan: meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui pariwisata.
  2. Membuat lapangan kerja: membuat lapangan kerja bagi masyarakat lokal.
  3. Mengembangkan infrastruktur: mengembangkan infrastruktur desa wisata seperti: jalan, akomodasi dan fasilitas.
  4. Melestarikan Lingkungan: melestarikan lingkungan dan budaya lokal.
  5. Meningkatkan Kualitas Hidup: meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal melalui pariwisata.
- D. Perencanaan Desa Wisata
1. Identifikasi potensi wisata: tentukan potensi wisata yang ada di desa, dan apakah potensi tersebut sudah dikelola.
  2. Pengembangan Infrastruktur: rencanakan pembangunan infrastruktur yang mendukung pengembangan wisata, seperti jalan raya dan prasarana penunjang.
  3. Pengembangan produk wisata: kembangkan produk dan pengalaman wisata yang sesuai dengan budaya lokal.
  4. Pemberdayaan Masyarakat: libatkan dan berdayakan masyarakat dalam pengelolaan wisata.
  5. Promosi: promosikan desa wisata melalui berbagai media seperti media sosial.
  6. Kemitraan: jalin kerjasama dengan pihak – pihak terkait, seperti pemerintah, komunitas sekolah, perguruan tinggi dan pihak swasta.
  7. Evaluasi: lakukan evaluasi terhadap pengembangan desa wisata secara berkala. Perencanaan pengembangan desa wisata perlu mempertimbangkan aspek keberlanjutan, seperti minimisasi dampak negative lingkungan dan budaya.

### **Pengelolaan Desa wisata**

Adalah upaya untuk melestarikan obyek wisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan desa wisata dapat dilakukan oleh pemerintah desa, masyarakat dan organisasi masyarakat.

- a. Langkah – Langkah dalam Pengelolaan Desa Wisata
  1. Membentuk badan pengelola desa wisata.
  2. Membangun dan mengembangkan infrastruktur.
  3. Mengembangkan produk dan pengalaman wisata.
  4. Meningkatkan kualitas fasilitas wisata.
  5. Meningkatkan penggunaan teknologi informasi untuk promosi.
  6. Meningkatkan Kerjasama dengan pemerinah dan instansi terkait.
  7. Membangun kesadaran masyarakat untuk menjaga kelestarian lingkungan dan budaya.
  8. Memberdayakan masyarakat untuk terlibat dalam pengelolaan desa wisata.
  
- b. Komponen – Komponen Pengelolaan Desa Wisata
  1. Atraksi sebagai daya Tarik utama.
  2. Amenitas sebagai fasilitas pendukung
  3. Aksesibilitas yang berkaitan dengan akses wisatawan.
  4. Kelestarian lingkungan dan budaya
  5. Peningkatan perekonomian rakyat
  6. Peningkatan kesejahteraan social

### **Pemasaran Desa Wisata**

Pemasaran desa wisata adalah promosi dan penjualan desa wisata sebagai tujuan desa wisata yang menarik dan unik.

- A. Strategi Pemasaran Desa Wisata
  1. Membangun identitas desa wisata: membuat logo, slogan, dan identitas visual lainnya yang unik dan menarik.
  2. Pengembangan situs web: membuat situs web yang menampilkan informasi tentang desa wisata termasuk atraksi, akomodasi, dan fasilitas.
  3. Media sosial: menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, twitter untuk mempromosikan desa wisata.
  4. Kerjasama dengan industri pariwisata: mengembangkan kerjasama dengan industri pariwisata seperti agen perjalanan, hotel dan restoran.
  5. Pengembangan paket wisata: membuat paket wisata yang menarik dan unik, termasuk atraksi, akomodasi, dan fasilitas.
  6. Penggunaan teknologi: menggunakan teknologi seperti aplikasi mobile, dan sistem informasi geografis (SIG) untuk mempromosikan desa wisata.
  7. Pengembangan event dan festival: mengembangkan event dan festival yang unik dan menarik untuk mempromosikan desa wisata.
  
- B. Tujuan Pemasaran Desa Wisata
  - a. Meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap desa wisata
  - b. Meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi desa wisata.
  - c. Meningkatkan pendapatan desa wisata melalui pariwisata.
  - d. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal melalui pariwisata.
  
- C. Manfaat Pemasaran Desa Wisata
  - a. Meningkatkan pendapatan desa wisata.
  - b. Meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap desa wisata.
  - c. Meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi desa wisata.

- d. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal melalui pariwisata.

### **Evaluasi Desa Wisata**

Evaluasi desa wisata adalah proses untuk menilai apakah desa wisata masih layak menyandang statusnya atau perlu dicabut. Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa desa wisata dapat terus berkembang dan memberikan manfaat kepada masyarakat.

#### **A. Indikator Evaluasi Desa Wisata**

- ⇒ Peningkatan inovasi produk wisata.
- ⇒ Peningkatan difersifikasi produk wisata
- ⇒ Peningkatan modifikasi produk wisata
- ⇒ Peningkatan kunjungan wisatawan
- ⇒ Peningkatan lama tinggal wisatawan
- ⇒ Peningkatan pengeluaran wisatawan
- ⇒ Keberlanjutan event dan paket wisata

#### **B. Aspek Evaluasi Desa Wisata**

1. Kualitas fasilitas: Jalan, akomodasi, restoran dan fasilitas lainnya.
2. Kualitas pelayanan: diberikan oleh masyarakat desa wisata seperti keramahan, kesabaran, dan kemampuan berkomunikasi,
3. Kualitas lingkungan: kebersihan, keamanan, dan kenyamanan.
4. Kualitas atraksi wisata: keunikan, keaslian, dan kualitas pengalaman wisata.
5. Kualitas pengelolaan: kemampuan mengelola sumber daya, mengembangkan program wisata, dan mengelola keuangan.
6. Kualitas Kerjasama: antar desa wisata, pemerintah dan industry pariwisata.
7. Kualitas pengembangan: kemampuan mengembangkan desa wisata, mengembangkan infrastruktur dan sumber daya manusia.

#### **C. Metode Evaluasi**

1. Survei
2. Wawancara
3. Observasi
4. Analisis Data

#### **D. Tujuan Evaluasi**

1. Meningkatkan kualitas
2. Mengidentifikasi kekurangan
3. Mengembangkan strategi
4. Meningkatkan pendapatan

### **Kerjasama Desa Wisata**

Kerjasama desa wisata adalah kerjasama antara berbagai pihak untuk mengembangkan desa wisata seperti pemerintah, institusi Pendidikan, dan masyarakat lokal. Kerjasama ini bertujuan meningkatkan potensi pariwisata di desa wisata.

Contoh:

Kerjasama dengan sekolah pariwisata.

Kerjasama dengan institusi Pendidikan untuk memperkuat potensi pariwisata di desa wisata.

Kerjasama antara BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dengan POKDARWIS (Kelompok Masyarakat Pengembang dan Pengelola Pariwisata)

Kerjasama antara masyarakat lokal dengan pemerintah untuk mengembangkan usaha pariwisata.

Manfaat kerja sama desa wisata adalah memperkaya pengalaman wisatawan, memberdayakan warga untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan desa wisata. Meningkatkan potensi pariwisata di desa wisata, meningkatkan ekonomi pedesaan.

Yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan desa wisata adalah memiliki potensi wisata, minat dan kesiapan masyarakat terhadap destinasi wisata, keunikan konsep desa wisata.

#### **D. TUJUAN KEGIATAN SOSIALISASI**

Tujuan sosialisasi ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengidentifikasi komponen – komponen yang harus diperhatikan dalam mengelola pengembangan desa wisata di Desa Keji, kecamatan Ungaran Timur, Kabupaten Semarang.
2. Untuk mengidentifikasi model tata kelola yang dapat dikembangkan untuk pengembangan kinerja desa wisata berkelanjutan di Kabupaten Semarang

#### **E. MANFAAT KEGIATAN**

Sosialisasi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pengelola desa wisata di Desa Keji, Kec. Ungaran Timur, Kabupaten Semarang dalam mengembangkan tata kelola desa wisata berkelanjutan di Kabupaten Semarang.

#### **F. KHALAYAK SASARAN**

Seluruh pengelola desa wisata di Desa Keji, Kec. Ungaran Timur, Kabupaten Semarang yang berjumlah 50 orang.

#### **G. METODE PELAKSANAAN SOSIALISASI**

Data yang digunakan dalam kajian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari beberapa publikasi institusi formal, yakni Badan Pusat Statistik (BPS), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Pariwisata dan Bank Indonesia (BI), Kementerian Agama, kementerian perindustrian serta sumber lain terkait.

Sementara alat analisis yang digunakan bersifat deskriptif. Studi kepustakaan, baik yang bersumber dari buku teks, jurnal ilmiah atau laporan resmi dari institusi formal serta *Forum Group Discussion* (FGD) dengan sesama akademisi maupun pengelola desa wisata untuk mempertajam analisis.

## H. WAKTU PELAKSANAAN SOSIALISASI

Sosialisasi ini mengusung Tema: Tata Kelola Desa Wisata di Desa Keji, Kec. Ungaran Timur, Kabupaten Semarang. Sosialisasi diselenggarakan pada Hari Minggu, 9 Februari 2025 Pukul 09.00 WIB dengan beberapa tim yang terlibat sebagai berikut:

1. Penyelenggara:  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UNDARIS.
2. Moderator :  
Mahasiswa Peserta KKN UNDARIS di Desa Keji, Kec. Ungaran, Kab. Semarang.
3. Nara Sumber:  
Prof. Dr. Dra. Edy Dwi Kurniati, S.E., M.M (Guru Besar pada FEB UNDARIS Ungaran).
4. Nurmiyanti, S.E., M.M (Dosen Pembimbing Lapangan di Desa Keji).

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, N., Potočnik, K., Zhou, J. (2014) Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework, *Journal of Management* 40 (5), 1297–1333
- Audretsch, D. dan R. Thurik. 2009. Linking entrepreneurship to growth. *Working Paper, OECD STI, 2081/2*.
- Brynjolfsson, E., McAfee, A., & Spence, M. (2014). New World Order: Labor, Capital, and Ideas in the Power Law Economy. Diakses di: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2014-06-04/new-world-order>
- Bwisa HM (2010). *Economics And Entrepreneurship May Be Twins But They Are Not Identical Twins*. artikel diakses online 22 Februari 2020 do. <http://www.professorbwisa.com/>
- Edy Dwi Kurniati (2021). *Manajemen Strategi: Pengantar Manajemen Strategi*. Surakarta. C.V. Djiwa Amarta Press.

- Firmansyah dan Shanty Oktavilia. 2020. "Membangkitkan UMKM Jawa Tengah: Strategi Pemulihan Ekonomi Daerah Dalam Pandemi Covid 19 hal.1 – 13" *UMKM JEJAK, AKSI & SOLUSI SAAT PANDEMI* Sebuah Antologi ISEI bagi Negeri. Semarang. Fastindo.
- Frenz, M., Lambert, R., 2012. Mixed Modes of Innovation: An Empiric Approach To Capturing Firms' Innovation Behaviour, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) *STI Working Paper* 2012/6
- Gassam, J. (2020), *How Your Company Can Drive Positive Cultural Change During A Global Pandemic*. Forbes <http://www.forbes.com>
- Harvie, C, 2004, East Asian SME Capacity Building, Competitiveness and Market Opportunities in a Global Economy, *Working Paper* 04-16, Department of Economics, University of Wollongong,.
- Innosutra. 2007. *InnoSupportTransfer –Supporting Innovations in SME*.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, (April).
- Kolk, A., Van Tulder, R. and Kostwinder, E., 2008. Business and partnerships for development. *European Management Journal* 26: 262-273.
- Lee, S., Park, G., Yoon, B., & Park, J. 2010. Open innovation in SMEs-An intermediated network model. *Research Policy*, 39(2), 290-300.
- Lunati, M., 2010, SMEs, Entrepreneurship and Innovation. *OECD Tunis, 29-30 March 2010 4th Meeting of the MENA-OECD WG 2*
- Moleong, L. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Narro, C., Devesh, R., Okello, J., Avendaño, B., Rich, K. and Thorat, A., 2009. Public-private partnerships and collective action in high value fruit and vegetable supply chains. *Food Policy* 34: 8-15.
- OECD. (2005). *Oslo Manual* (3rd ed.). Paris: OECD, Eurostat.
- Rivera-Santos, M., Rufín, C. and Kolk, A., 2002. Bridging the institutional divide: partnerships in subsistence markets. *Journal of Business Research* 65: 1721-1727.
- Schumpeter, 1934. *Theory of Economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Stewart, Thomas A. 1996. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. McGraw-Hill, 342 Sumpeno et al., 2017. *Modul Pelatihan Percepatan Program Inovasi Desa Tenaga Ahli P3MD*. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia
- UNDP (2011), *Strategy For Development Of Small And Medium Sized Enterprises 2011-2015*. [www.undp.or.id/pubs/.../ANUE\\_Study\\_Book\\_Printed%20Version.pdf](http://www.undp.or.id/pubs/.../ANUE_Study_Book_Printed%20Version.pdf)



5. Anggota ADEBI (Asosiasi Dosen Ekonomi dan Bisnis Indonesia).
6. Anggota FMI (Forum Manajemen Indonesia).
7. *Reviewer* Penelitian LLDIKTI Wilayah VI Jawa Tengah
8. *Trainer* dalam Training of Trainer (TOT) Kewirausahaan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

**Publikasi Karya Ilmiah**

Pernah melaksanakan beberapa penelitian, mendapatkan hibah penelitian fundamental Tahun 2014 s/d 2015, Hibah Buku Ajar Tahun 2012, serta mempublikasikan karya ilmiah baik di jurnal Internasional Bereputasi (Scopus), jurnal Internasional, Jurnal Terakreditasi Nasional, Buku dan Proceeding International. Mengikuti berbagai seminar internasional maupun nasional, menjadi nara sumber dan moderator dalam berbagai presentasi workshop tingkat kabupaten, regional maupun nasional.

Ungaran, 9 Pebruari 2025

Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, S.E., M.M.

# Lampiran Lampiran

## SURAT TUGAS NARASUMBER



YAYASAN UNDAKIS KABUPATEN SEMARANG  
**UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN**  
**KEPADA MASYARAKAT**

Jl. TentaraPelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 UngaranTimur 50514  
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

### SURAT TUGAS

Nomor: 031/U.3/LPPM/II/2025

Ketua LPPM Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran,  
dengan ini memberikan tugas kepada:

Nama	: Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi K, S.E., M.M
NIDN	: 0606096201
Pangkat/Golongan	: Pembina Utama Muda/IVc
Jabatan Fungsional	: Profesor
Instansi	: Undaris Ungaran
Tugas	: Menjadi Narasumber Seminar Pembangunan Berkelanjutan Desa Wisata Keji
Hari, Tanggal	: Minggu, 9 Febuari 2025
Waktu	: 09.00 WIB – Selesai
Tempat	: Lapangan DWK Wonosesaji

Demikian untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan menyampaikan laporan setelah selesai  
melaksanakan tugas.

Ungaran, 7 Febuari 2025  
Ketua LPPM

**Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si**  
**NIDN. 0606056901**

Mengetahui  
Telah melaksanakan tugas sebagaimana mestinya

**KEPALA DESA  
KEJI**



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG  
**UNIVERSITAS DARUL ULMU ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN**  
**KEPADA MASYARAKAT**

Jl. TentaraPelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 UngaranTimur 50514  
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 029/U.3/LPPM/II/2025

Ketua LPPM Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran,  
dengan ini memberikan tugas kepada:

Nama : Nurmiyati, S.E., M.M  
NIDN : 0603037301  
Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I/IIIb  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Instansi : Undaris Ungaran  
Tugas : Menjadi Narasumber Seminar Pembangunan  
Berkelanjutan Desa Wisata Keji  
Hari, Tanggal : Minggu, 9 Febuari 2025  
Waktu : 09.00 WIB – Selesai  
Tempat : Lapangan DWK Wonosesaji

Demikian untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan menyampaikan laporan setelah selesai  
melaksanakan tugas.

Ungaran, 7 Febuari 2025  
Ketua LPPM

**Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si**  
**NIDN. 0606056901**



Mengetahui

Telah melaksanakan tugas sebagaimana mestinya



YAYASAN UNRARIS KABUPATEN SEMARANG  
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN  
KEPADA MASYARAKAT

Jl. TentaraPelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 UngaranTimur 50514  
Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 030/U.3/LPPM/II/2025

Ketua LPPM Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran,  
dengan ini memberikan tugas kepada:

Nama : M.Arif Rakhman, S.E., M.E  
NIDN : 0614068702  
Pangkat/Golongan : Penata Muda Tk. I/IIIb  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Instansi : Undaris Ungaran  
Tugas : Menjadi Narasumber Seminar Pembangunan  
Berkelanjutan Desa Wisata Keji  
Hari, Tanggal : Minggu, 9 Febuari 2025  
Waktu : 09.00 WIB – Selesai  
Tempat : Lapangan DWK Wonosesaji

Demikian untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan menyampaikan laporan setelah selesai melaksanakan tugas.

Ungaran, 7 Febuari 2025  
Ketua LPPM

**Dr. Sri Rahayu, SE., M.Si**  
NIDN. 0606056901



Mengetahui

dan melaksanakan tugas sebagaimana mestinya



PHOTO SOSIALISASI TATA KELOLA DESA WISATA DI DESA KEJI





## MATERI

# Dari Lokal ke Global: Strategi BAS (Branding, Advertising, Selling) dalam Promosi Desa Wisata



**Nurmiyati**

# Konsep Strategi BAS



- 01. Branding**
  - Menentukan identitas unik desa wisata
  - Logo, slogan, dan narasi yang mencerminkan karakter lokal
- 02. Advertising**
  - Promosi melalui media digital, cetak, dan sosial media
  - Pemasaran visual dengan foto dan video berkualitas tinggi
- 03. Selling**
  - Menawarkan paket wisata menarik
  - Kolaborasi dengan agen perjalanan dan platform digital

# Strategi Advertising



- Media Sosial Marketing (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok)
- Website Desa Wisata: Informasi lengkap, reservasi online
- Kolaborasi dengan Influencer dan Media Massa

## Kesimpulan



- Strategi BAS (Branding, Advertising, Selling) efektif untuk meningkatkan daya saing desa wisata
- Kolaborasi dan digitalisasi adalah kunci promosi berkelanjutan
- Fokus pada keunikan lokal untuk menarik wisatawan global

# TATA KELOLA PENGEMBANGAN DESA WISATA DI DESA KEJI, KECAMATAN UNGARAN BARAT, KABUPATEN SEMARANG

OLEH:

PROF. DR. DRA. HJ. EDY DWI KURNIATI, S.E.,M.M

MUHAMMAD ARIF RAKHMAN, S.E.,M.E

## PENGERTIAN TATA KELOLA DESA WISATA

- ESENSI DESA WISATA ADALAH PENGEMBANGAN SUATU WILAYAH (PEDESAAN) DENGAN MEMANFAATKAN KEMAMPUAN BERDASARKAN UNSUR – UNSUR YANG TELAH ADA DI PEDESAAN SERTA CIRI KHAS BUDAYA SETEMPAT DAN JUGA TIDAK TERLEPAS DARI CIRI KEGIATAN MASYARAKAT PEDESAAN YANG TELAH ADA, BAIK ASPEK EKONOMI MAUPUN SOSIAL BUDAYA. PEMAHAMAN TERHADAP KARAKTERISTIK DAN KEMAMPUAN UNSUR – UNSUR YANG ADA DALAM DESA TERMASUK KEARIFAN LOKAL (LOCAL WISDOM/ LOCAL KNOWLEDGE) YANG DIMILIKI MASYARAKAT DESA MERUPAKAN DASAR PIJAKAN DALAM PERENCANAAN DAN PENGEMASAN SUATU DESA MENJADI DESA WISATA. TATA KELOLA DESA WISATA ADALAH SISTEM PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN DESA WISATA YANG MELIBATKAN MASYARAKAT LOKAL, PEMERINTAH DAN INDUSTRI PARIWISATA

## EVALUASI DESWITA

- EVALUASI DESA WISATA
  - EVALUASI DESA WISATA ADALAH PROSES UNTUK MENILAI APAKAH DESA WISATA MASIH LAYAK MENYANDANG STATUSNYA ATAU PERLU DICABUT. EVALUASI INI DILAKUKAN UNTUK MEMASTIKAN BAHWA DESA WISATA DAPAT TERUS BERKEMBANG DAN MEMBERIKAN MANFAAT KEPADA MASYARAKAT.
- A. INDIKATOR EVALUASI DESA WISATA
- ⇒ PENINGKATAN INOVASI PRODUK WISATA.
  - ⇒ PENINGKATAN DIFERSIFIKASI PRODUK WISATA
  - ⇒ PENINGKATAN MODIFIKASI PRODUK WISATA
  - ⇒ PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN
  - ⇒ PENINGKATAN LAMA TINGGAL WISATAWAN
  - ⇒ PENINGKATAN PENGELUARAN WISATAWAN
  - ⇒ KEBERLANJUTAN EVENT DAN PAKET WISATA
- A. ASPEK EVALUASI DESA WISATA
1. KUALITAS FASILITAS: JALAN, AKOMODASI, RESTORAN DAN FASILITAS LAINNYA.
  2. KUALITAS PELAYANAN: DIBERIKAN OLEH MASYARAKAT DESA WISATA SEPERTI KERAMAHAN, KESABARAN, DAN KEMAMPUAN BERKOMUNIKASI,
  3. KUALITAS LINGKUNGAN: KEBERSIHAN, KEAMANAN, DAN KENYAMANAN.
  4. KUALITAS ATRAKSI WISATA: KEUNIKAN, KEASLIAN, DAN KUALITAS PENGALAMAN WISATA.
  5. KUALITAS PENGELOLAAN: KEMAMPUAN MENGELOLA SUMBER DAYA, MENGEMBANGKAN PROGRAM WISATA, DAN MENGELOLA KEUANGAN.
  6. KUALITAS KERJASAMA: ANTAR DESA WISATA, PEMERINTAH DAN INDUSTRY PARIWISATA.
  7. KUALITAS PENGEMBANGAN: KEMAMPUAN MENGEMBANGKAN DESA WISATA, MENGEMBANGKAN INFRASTRUKTUR DAN SUMBER DAYA MANUSIA.

## KERJASAMA DESA WISATA

- KERJASAMA DESA WISATA ADALAH KERJASAMA ANTARA BERBAGAI PIHAK UNTUK MENGEMBANGKAN DESA WISATA SEPERTI PEMERINTAH, INSTITUSI PENDIDIKAN, DAN MASYARAKAT LOKAL. KERJASAMA INI BERTUJUAN MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATADI DESA WISATA.
- CONTOH:
- KERJASAMA DENGAN SEKOLAH PARIWISATA.
- KERJASAMA DENGAN INSTITUSI PENDIDIKAN UNTUK MEMPERKUAT POTENSI PARIWISATA DI DESA WISATA.
- KERJASAMA ANTARA BUMDES (BADAN USAHA MILIK DESA) DENGAN POKDARWIS (KELOMPOK MASYARAKAT PENGEMBANG DAN PENGELOLA PARIWISATA)
- KERJASAMA ANTARA MASYARAKAT LOKAL DENGAN PEMERINTAH UNTUK MENGEMBANGKAN USAHA PARIWISATA.
  
- MANFAAT KERJA SAMA DESA WISATA ADALAH MEMPERKAYA PENGALAMAN WISATAWAN, MEMBERDAYAKAN WARGA UNTUK BERPARTISIPASI AKTIF DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA. MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA DI DESA WISATA, MENINGKATKAN EKONOMI PEDESAAN.
- YANG PERLU DIPERHATIKAN DALAM MENGEMBANGKAN DESA WISATA ADALAH MEMILIKI POTENSI WISATA, MINAT DAN KESIAPAN MASYARAKAT TERHADAP DESTINASI WISATA, KEUNIKAN KONSEP DESA WISATA