

Berlibur di Tanah Leluhur: Pendampingan Pengelolaan Homestay Wisata Desa Megalitikum Kamal, Jember

Edy Hariyadi¹, Heru Setya Puji Saputra², Titik Maslikatin³, Dominikus Rato⁴,
Mochamad Ilham⁵, Lilis Yuliati, Siswanto⁶

^{1,2,3,4,5,6}Keris-dimas Pusat Riset Metakultura, Universitas Jember

*e-mail: edyhariyadi.sastra@unej.ac.id

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi : 0811354981

Abstrak

Artikel ini membahas program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dari Universitas Jember, yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata Desa Kamal melalui pengelolaan homestay dan pengembangan paket wisata inovatif. Desa Kamal memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata megalitikum, namun pemanfaatannya belum optimal karena kurangnya eksposur dan strategi pemasaran yang efektif. Program pengabdian kepada masyarakat ini meliputi inventarisasi potensi wisata, peningkatan kapasitas pengelola, pelatihan pembuatan konten media sosial, dan pemasaran melalui platform online. Upaya pengembangan wisata megalitikum di Desa Kamal melalui pendampingan pengelolaan homestay warga dan strategi pemasaran wisata, melalui program pengabdian ini, berbagai langkah diambil untuk meningkatkan daya tarik wisata Desa Kamal. Upaya ini mencakup inventarisasi dan peningkatan kapasitas Pokdarwis dan Bumdes, branding dengan melibatkan berbagai pihak, serta pelatihan pembuatan konten media sosial dan pengelolaan homestay. Homestay warga menjadi bagian penting dari strategi ini, dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata mereka. Pengembangan homestay warga menjadi bagian integral dari paket wisata yang akan menarik wisatawan. Penggunaan media sosial dan platform membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Pengelolaan Homestay, Megalitikum, Branding Dan Marketing, Homestay, Kamal

Abstract

This article discusses a community service program implemented by a team from the University of Jember, which aims to improve the tourism attractiveness of Kamal Village through homestay management and the development of innovative tour packages. Kamal Village has great potential as a megalithic tourist destination, but its utilization has not been optimal due to lack of exposure and effective marketing strategies. This community service program includes inventorying tourism potential, increasing the capacity of managers, training in social media content creation, and marketing through online platforms. Efforts to develop megalithic tourism in Kamal Village through community homestay management assistance and tourism marketing strategies, through this community service program, various steps are taken to increase the tourist attractiveness of Kamal Village. These efforts include inventorying and increasing the capacity of Pokdarwis and Bumdes, branding by involving various parties, and training in social media content creation and homestay management. Community homestays are an important part of this strategy, involving the community in the management and marketing of their tourist destination. The development of community homestays becomes an integral part of the tour packages that will attract tourists. The use of social media and platforms helps expand promotional reach and increase tourist visits.

Keywords: Homestay Management, Megalithic, Branding and Marketing, Homestay, Kamal

1. PENDAHULUAN

Desa Kamal adalah salah satu desa dari eam desa wisata peninggalan megalitikum di Indonesia[1]. Kemenparekraf ingin menjadikan situs-situs megalitikum sebagai destinasi wisata dengan strategi *storynomics tourism* yang mengedepankan narasi, konten kreatif, dan kultur hidup dengan menggunakan kekuatan budaya sebagai darah daging destinasi wisata. Desa Kamal memiliki Situs Duplang yang sangat bernilai historis, karena berawal dari abad pertama tahun Saka. Dijelaskan oleh [2] bahwa Situs Duplang Kamal-Pandak dibangun tahun 61 Saka atau 139 Masehi. "Selo Duplang Kamal Pandak ing Inggil Tanpa Aksara", kronogram yang

menyatakan tahun 61 Saka. Sela Duplang bernilai 1, Kamal-Pandak bernilai 6, Inggil bernilai 0, Tanpa aksara bernilai 0. Secara lengkap bernilai tahun 0061 Saka atau 139 Masehi. Dulu Kamal termasuk ke dalam wilayah Kamal Pandak yang merupakan wilayah Swatantra mulai dari desa Kamal (Kec. Arjasa, Jember) sampai desa Pandak (Kec. Tapen, Bondowoso).

Desa Kamal merupakan mitra Universitas Jember berdasarkan kerjasama melalui MoU pemerintah kabupaten Jember dengan Universitas Jember. Desa ini dipilih karena memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata budaya berbasis peninggalan purbakala. Dengan *support* pengabdian tahun pertama dan kedua, Desa Kamal telah mengemas potensi situs peninggalan megalitikum menjadi Desa Megalitikum Kamal. Desa telah pula membangun fasilitas pendukung wisata yaitu lahan parkir di situs Duplang yang dilengkapi dengan fasilitas toilet, lapak kuliner, dan pendapa serta mushola. Jarak lokasi mitra Dari Universitas Jember jarak lokasi mitra yaitu Desa Kamal, kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember adalah 11,8 km.

Dalam mengelola branding dan marketing wisata desa megalitikum Kamal masih menghadapi kendala, yaitu kurangnya pemahaman dan kemampuan pengelolaan branding melalui kanal-kanal media online maupun media sosial. Pada tahun pertama dan kedua pengabdian, tim pengabdian telah menginisiasi website resmi Desa Megalitikum Kamal dan media sosial resmi Wisata Megalitikum Kamal. Permasalahan yang ada *sustainability* operator yang menangani branding tersebut. Oleh karena itu melalui pengabdian tahun ketiga ini lebih ditingkatkan kemampuan operator situs web dan media sosial resmi tersebut.

Selain itu pada persoalan marketing belum menampilkan upaya yang lebih serius pihak operator wisata dalam hal ini Pokdarwis maupun Bumdes. Padahal secara sporadis sebenarnya wisatawan atau pengunjung setiap tahun sejak tahun 2021-2023 menurut Sulih, jupel (juru pelihara) Situs Duplang terjadi peningkatan. Per bulan terkadang kini jumlah pengunjung mencapai kurang lebih 500 orang, termasuk kunjungan pelajar, mahasiswa, Dinas, umum, dan juga orang asing. Orang asing yang menjadi pengunjung sekitar 1-3 orang dalam sebulan. Jumlah kunjungan/wisatawan ini sebenarnya bisa lebih dilipatgandakan jika seandainya amenities wisata lebih ditingkatkan.

Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya tarik wisata budaya berbasis peninggalan megalitikum Desa Kamal, menciptakan peluang ekonomi melalui homestay, dan mengembangkan paket wisata inovatif. Pengabdian ini juga bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan pemasaran destinasi wisata yang mereka miliki.

Setelah tawaran produk dan branding telah dilakukan maka pada Tahun ketiga pengabdian ini dilakukan branding semakin masif dan menjual paket wisata bersama "Kemah di Tanah Leluhur" [3]. Branding dan pemasaran adalah kunci penting dalam mengangkat potensi wisata lokal. Dengan meningkatkan eksposur dan daya tarik destinasi melalui media sosial, homestay, dan paket wisata, tim pengabdian bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Kamal.

2. METODE

Dalam pengembangan situs wisata budaya megalitikum banyak permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya koordinasi dan perhatian dari berbagai pihak, keterbatasan dana sehingga banyak kondisi situs megalitikum yang kurang terawat, pengembangan pariwisata belum menjadi prioritas. Oleh karena itu, diperlukan peran pemerintah dan masyarakat dalam strategi pengembangan wisata budaya situs megalitik, dengan menyusun program kegiatan sebagai usulan pengembangan wisata budaya [4].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bagian dari upaya untuk mengatasi permasalahan warga desa Kamal dalam branding dan pengelolaan paket wisata megalitikum Kamal, tim pengabdian melakukan tiga langkah solusi sebagai berikut :

- a. Program Branding Videografi Media Sosial
 - 1) Identifikasi ciri khas dan keunikan destinasi.
 - 2) Pembuatan video pendek untuk meningkatkan eksposur melalui media sosial dengan mendatangkan videografer konten medsos.
- b. Marketing Wisata melalui penciptaan paket Wisata dilakukan dengan identifikasi potensi paket wisata seperti: Kemah di Tanah Leluhur dan Homestay di Rumah Warga.
- c. Sarasehan Pengelolaan Homestay Warga dilakukan untuk menanamkan pemahaman tentang potensi homestay dan bagaimana pengelolaannya dengan mengedepankan hospitality dan amenity wisata. Peserta pelatihan adalah Pokdarwis, Bumdes, Karang Taruna, dan warga yang bersedia dan layak rumahnya menjadi homestay warga.



Gambar 1. Video pemasaran situs peninggalan megalitikum Desa Kamal di-post di Instagram Oficial wisata_megalitikum Kamal

Kementerian Pariwisata memberikan kriteria pengembangan desa wisata melalui konsep 4A + 1C, yaitu: attraction (atraksi wisata), amenities (fasilitas pendukung), accessibility (infrastruktur), dan community involvement (keterlibatan masyarakat) [5]. Pemahaman *hospitality homestay*, paket wisata Persami, sarasehan homestay tersebut menyesuaikan dengan payung pengembangan homestay yang diterbitkan pemerintah melalui Peraturan Menteri Pariwisata (Permenpar) No. 9 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Pondok Wisata [6].

Pengembangan homestay yang berbasis pada masyarakat melibatkan dua aspek kegiatan yaitu peningkatan mutu pelayanan dan penyedia kegiatan pariwisata [7]. Oleh karena itu, program homestay tidak hanya berkaitan dengan fisik bangunan rumah yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk menginap, tetapi juga kegiatan pendukung yang bisa dilakukan wisatawan ketika menginap di homestay. Kegiatan ini bisa menjadi kegiatan yang ditawarkan bagi wisatawan umum maupun kelompok-kelompok yang memiliki kegiatan tersendiri. Kegiatan-kegiatan wisata ini sebaiknya dibentuk menjadi paket-paket wisata yang ditawarkan bagi wisatawan yang datang agar lebih mudah untuk mengetahui jenis-jenis kegiatan yang ditawarkan [8]

Merujuk pada [9] pengembangan atraksi wisata pada desa megalitikum dapat diaplikasikan di Desa Kamal :

1. Homestay, penginapan tradisional di rumah-rumah penduduk desa.
2. Treking jalur lintas alam, memanfaatkan potensi alam pegunungan di lereng pegunungan Argopuro.
3. Camping, tersedia lahan sebagai area camping ground terutama untuk Persami.
4. Goweser gathering, tersedia lahan yang dimodifikasi sebagai sarana titik kumpul para goweser.
5. Workshop memasak masakan tradisional lokal. Kriteria homestay menurut [9] yaitu : bersih, sehat (sesuai standar rumah sehat), aman, dan nyaman (sesuai standar kenyamanan bangunan dan tata letak perabot).

Sebelum diadakan Sarasehan *Homestay* Warga, mula-mula dilakukan identifikasi rumah-rumah yang dapat dijadikan *homestay*. Selanjutnya pemilik *homestay* dilibatkan dalam diskusi tentang standar pelayanan dan pemasaran, penyusunan rute dan aktivitas yang menarik untuk wisatawan. Tata letak asli bangunan rumah tidak diubah hanya mengganti fungsi dan memperbaiki kualitas ruang. Penggunaan ruang bersama tamu dan penghuni rumah menjadi daya tarik khusus atraksi wisata *homestay*. Renovasi ruang dilakukan untuk memperbaiki kualitas ruang. Perbaikan fasade untuk menambah daya tarik tampilan rumah/*homestay*. Selanjutnya [9] menyimpulkan bahwa bentuk pengembangan rumah tinggal penduduk dalam upaya mengembangkan fasilitas *homestay* dapat menjadi :

1. Pengembangan berupa alih fungsi ruang pada rumah atau bangunan lama yang sudah tidak dipergunakan untuk diubah menjadi kamar inap wisatawan.
2. Pengembangan berupa penambahan bagian bangunan yang masih menyatu dengan rumah utama menjadi kamar inap dan fasilitas pendukung *homestay* seperti kamar mandi dan ruang pertemuan. penguatan manajemen *homestay*.

Materi Manajemen *homestay* yang disampaikan meliputi :

1. Pemeliharaan Area Publik,
2. Prosedur Pembersihan dan Penataan Kamar,
3. Prosedur Penyajian Makan,
4. Promosi *Homestay*,
5. Pengelolaan Keuangan *Homestay*, dan
6. Kebersihan, Kepedulian Lingkungan, dan Keamanan *Homestay*[10]

Pada tanggal 2 Juli 2024 diselenggarakan “Sarasehan Pengelolaan *Homestay* Wisata Megalitikum Desa Kamal, Kecamatan Arjasa, Jember” dengan narasumber Mohamad Fikri Adila, S.S. Pelaksanaan sarasehan ini *di-support* oleh tim mahasiswa yang terlibat dalam Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul “Branding dan Marketing Wisata Budaya Berbasis Peninggalan Purbakala di Desa Kamal, Jember (Tahun Ketiga)” oleh Kelompok Riset-Dimas: Pusat Riset Metakultura ini. Setelah Sambutan Ketua Pengabdian, Bapak Kepala Desa Kamal berkenan memberikan sambutan sekaligus membuka acara sarasehan pengembangan *homestay* di Desa Kamal.



Gambar 2. Mohammad Fikri Adila memberikan materinya dalam Sarasehan yang dihadiri Kades, Sekdes, perangkat desa, kasun, BPD, pokdarwis, dan jupel.



Gambar 3. Tim Pengabdian bersama Sekdes, BPD, perangkat desa dan para peserta Sarasehan.

Mohamad Fikri Adila merupakan pengelola homestay dan situs kultural di Desa Kemiren, Banyuwangi. Alumni Sastra Indonesia FIB UNEJ yang kembali ke desa dan terlibat dalam pariwisata desa, membuka *homestay* di Desa Kemiren bersama keluarga untuk menunjang pariwisata lokal. Menurut Kepmenparekraf Nomor 9 Tahun 2014, homestay merupakan usaha bidang akomodasi. Homestay/pondok wisata adalah rumah tinggal milik pribadi yang sebagian disewakan sebagai tempat penginapan bagi wisatawan dengan pembayaran harian, pemilik dan wisatawan tinggal bersama [11].

Dalam pengelolaan *homestay* menurut Fikri, pertama, Pentingnya Penampilan dan Branding. Pengalaman pribadi terkait kebingungan dan perubahan persepsi di desa mengenai penggunaan pakaian tradisional. Penekanan pada pentingnya penampilan dalam mengelola homestay dan menerima tamu. Kedua, Strategi Pengelolaan Homestay. Fikri menceritakan pengalaman tamu (*bule*) yang betah tinggal lebih lama karena keterlibatan dalam kegiatan desa seperti bertani dan beternak. Lingkungan homestay yang aman dan menyenangkan dan yang menyediakan pengalaman otentik dan interaktif sangat diminati wisatawan asing. Wisatawan atau pengunjung selain pelajar, biasanya tertarik menikmati keseharian pemilik *homestay* yang ditinggali. Misalnya jika pemilik *homestay* ke sawah atau ke ladang maka pengunjung tertarik ikut berkegiatan di sawah atau ladang. Selain itu, wisatawan atau pengunjung dapat menikmati keindahan alam [12].

Ketiga, Homestay Syariah dan Non-Syariah. Penjelasan mengenai perbedaan antara homestay syariah, non-syariah, dan konvensional. Tantangan dan solusi terkait penerapan syariah di homestay, berdasarkan contoh dari Desa Borobudur. Keempat, Pemasaran dan Promosi. Pemanfaatan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), Google Maps, dan website untuk promosi homestay. Menjalin kemitraan dengan media massa dan biro perjalanan untuk meningkatkan visibilitas. Kerjasama dengan universitas dan instansi untuk program pertukaran pelajar dan kunjungan.

Menurut [7] perubahan dalam ekonomi, pertumbuhan sektor pariwisata, dan kemajuan teknologi informasi telah mengubah *homestay* menjadi akomodasi yang hanya menerima tamu yang sudah memesan terlebih dahulu dan dikelola secara *online*. Metode konvensional yang sebelumnya mengandalkan tamu yang datang langsung kini beralih ke *platform* Online Travel Agent (OTA) seperti AirBnB, HomeAway, Agoda, dan Booking.com. Selain itu, *homestay* kini memiliki sistem penilaian yang dapat diakses melalui TripAdvisor dan portal OTA, sehingga memperluas jangkauan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang sering menjadi alasan wisatawan memilih untuk menginap.

Kelima, Event dan Kegiatan Desa, meliputi: Mengakomodasi *event* dan kegiatan desa melalui *homestay*; dan Menyediakan pengalaman budaya dan tradisi lokal kepada tamu. Keenam, Strategi Upgrading Hospitality, meliputi: Meningkatkan kualitas layanan dengan pengetahuan dari ahli dan lembaga pengabdian masyarakat; Penataan *homestay* yang baik, seperti kebersihan dan penataan kamar. Ketujuh, Dampak Positif *Homestay*: Membantu

akomodasi desa wisata; Menambah penghasilan bagi pengelola dan masyarakat sekitar; Mendukung kegiatan desa dan menjaga keberlanjutan budaya lokal.

Dalam sesi Penutup, narasumber menyampaikan pentingnya sinergi antara pengelola homestay, perangkat desa, Pokdarwis, BPD, dan BUMDes untuk memajukan pariwisata desa. Oleh karena itu, keterbukaan dan kreativitas dalam menghadapi tantangan pengelolaan *homestay* wisata sangat diperlukan. Ini sejalan dengan upaya pemerintah dalam mempromosikan pembangunan dan menyusun standar *homestay*, tujuannya adalah untuk membangkitkan spirit usaha keluarga atau masyarakat untuk pemeratakan perkembangan dan manfaat ekonomi pariwisata sampai ke desa-desa [7].

Penampilan, terutama dalam hal penggunaan pakaian tradisional, dapat mempengaruhi persepsi dan branding homestay di desa. Awalnya, dia menghadapi kebingungan di antara warga desa mengenai pentingnya memanfaatkan pakaian tradisional dalam menyambut tamu dan kegiatan sehari-hari. Pada mulanya, sebagian besar warga tidak terlalu peduli dengan penampilan mereka ketika menerima tamu. Mereka cenderung mengenakan pakaian sehari-hari yang sederhana, yang bagi sebagian tamu dari kota atau luar negeri, mungkin terlihat kurang menarik atau tidak representatif. Namun, setelah beberapa kali berbicara dan berdiskusi dengan warga, dia berhasil mengubah persepsi mereka tentang pentingnya penampilan. Penggunaan pakaian tradisional tidak hanya meningkatkan citra *homestay*, tetapi juga memberikan pengalaman budaya yang otentik bagi para wisatawan. Perlahan, warga desa mulai memahami dan menerima konsep ini, melihat perubahan positif dalam respons tamu terhadap *homestay* yang dikelolanya.

4. KESIMPULAN

Upaya pengembangan wisata megalitikum di Desa Kamal melalui pendampingan pengelolaan *homestay* warga dan strategi pemasaran wisata, melalui program pengabdian ini, berbagai langkah diambil untuk meningkatkan daya tarik wisata Desa Kamal. Upaya ini mencakup inventarisasi dan peningkatan kapasitas Pokdarwis dan Bumdes, branding dengan melibatkan berbagai pihak, serta pelatihan pembuatan konten media sosial dan pengelolaan *homestay*. Hasilnya, pengembangan *homestay* warga menjadi bagian integral dari paket wisata yang akan menarik wisatawan. Penggunaan media sosial dan platform OTA juga membantu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan, yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenparekraf. "6 Desa Wisata Peninggalan Megalitikum". Alamat URL: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/6-Desa-Wisata-Peninggalan-Megalitikum>. 2021.
- [2] Sukatman dan Siswanto. "Alternatif Solusi Konflik Separatisme dalam Cerita Calon Arang". *Atavisme*, Vol. 19, No. 1, Edisi Juni, 2016: 116-129.
- [3] Hariyadi, E., H.S.P. Saputra, T. Maslikatin, Siswanto, D. Rato, M. Iham, L. Yulianti. "Kemah di Tanah Leluhur: Pendampingan Branding Wisata Megalitikum Desa Kamal, Jember". *Community Development Journal*, Vol. 4 No. 5 Tahun 2023, Hal. 11083-11096.
- [4] Dhiniati, F., dan F.H. Mardiansjah. "Strategi Pengembangan Peluang Peran Masyarakat dan Pemerintah dalam Pengembangan Wisata Budaya Purbakala Situs Megalitikum di Kota Pagar Alam". *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 12(2). 2016, pp- 169—181.
- [5] Noor, M.F., N. Indriani, dan E. Sukmana. "Pembangunan Homestay sebagai Fasilitas Pariwisata Penunjang Kesejahteraan Masyarakat Desa Budaya Pampang, Samarinda". *Epigram* Vol. 17 No. 2 Oktober 2020.
- [6] Pemerintah RI. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Pondok Wisata. <https://peraturan.go.id/id/permenparekrafno-9-tahun-2014>.

- [7] Mertha, I Wayan dan Putu Diah Sastri Pitanatri, ed. *Homestay Mozaik Pariwisata Berbasis Kerakyatan*. Denpasar: Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua, Bali. 2018.
- [8] Damanik, F.K. dan M. Rahdriawan. "Homestay sebagai Usaha Pengembangan Desa Wisata Kandri". *Jurnal Teknik PWK* Vol. 3 No. 4 2014; 2014. hal. 1060-1071
- [9] Vitasurya, V.R. "Adaptive Homestay Sebagai Bentuk Partisipasi Masyarakat Untuk Melestarikan Desa Wisata Pentingsari - Yogyakarta." *ATRIUM : Jurnal Arsitektur.*, vol. 2 no. 1 pp. 17-30, 2016.
- [10] Santi, F.U. dan T. Trisanti. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Homestay di Desa Wisata". *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, Vol. 5 (1): 45-53, Juni 2021. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jnfc>.
- [11] Widyaningsih, H. "Pengembangan Pengelolaan Homestay Dalam Mendukung Desa Wisata Diro Sendangmulyo, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata dan Budaya.*, vol. 11 no. 1 pp. 9-15, 2020, doi: <https://doi.org/10.31294/khi.v11i1.7822>
- [12] Sutiarmo, Moh. Agus, ed. *Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020