

## ***Branding* dan Promosi Kawasan Wisata Pesisir Pesona Desa Gisik Cemandi**

**Banu Prasetyo, Edy Subali, Enie Hendrajati, Umi Trisyanti, Sukriyah Kustanti Moerad, Wahyuddin**

Departemen Studi Pembangunan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya  
Korespondensi: banuprasetyo@mku.its.ac.id

### **Abstract**

*Gisik Cemandi is a village that manages with community-based. Therefore, the types of tourism that have the most potential to be developed are religious tourism and marine tourism. Unfortunately, Gisik Cemandi is still constrained in the development of tourism from year to year due to the lack of community expertise in branding, promotion, and mapping of economic potential in the development of marine tourism. Seeing this opportunity, the ITS Development Studies Department has assisted in branding activities and promoting marine tourism in Gisik Cemandi. The community service program includes branding counselling for marine tourism for two months. The purpose of this service is for Gisik Cemandi Village to have its trademark so that tourists easily recognize it. Furthermore, the Team will promote social media to attract tourists to travel to Gisik Cemandi Village. The result of this community service is the video promotion profile of Gisik Cemandi and the logo of Pesona Bahari as a trademark of Gisik Cemandi.*

**Keywords:** *Gisik Cemandi; marine tourism; community service; social media*

### **Abstrak**

Desa Gisik Cemandi merupakan desa dengan kategori desa swasembada. Jenis-jenis wisata yang paling berpotensi untuk dikembangkan di desa ini adalah wisata religi dan wisata bahari. Namun, dari tahun ke tahun, Desa Gisik Cemandi masih terkendala dalam pengembangan wisata tersebut karena kurangnya keahlian masyarakat dalam melakukan *branding*, promosi, pemetaan potensial ekonomi dalam pengembangan wisata bahari. Melihat peluang tersebut, Tim Pengabdian Departemen Studi Pembangunan ITS telah melakukan pengabdian dalam bentuk pendampingan terhadap kegiatan *branding* dan promosi wisata bahari di Desa Gisik Cemandi. Kegiatan pengabdian ini meliputi penyuluhan *branding* Desa Wisata Bahari selama dua bulan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan agar Desa Gisik Cemandi memiliki *trademark*-nya sendiri sehingga mudah dikenal oleh para wisatawan. Selanjutnya, Tim Pengabdian akan melakukan promosi melalui media sosial untuk menarik wisatawan agar berwisata di Desa Gisik Cemandi. Hasil dari pengabdian ini adalah dihasilkannya *video profile* dan logo Pesona Bahari Desa Gisik Cemandi sebagai sarana promosi pariwisata.

**Kata kunci:** *Gisik Cemandi; wisata bahari; pengabdian masyarakat; media sosial*

### **Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara maritim yang memiliki keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner dan kekayaan yang melimpah. Salah satu sumber daya alam yang menjadi unggulan di Indonesia adalah perikanan. Indonesia merupakan salah satu produsen



**Gambar 1.** Lokasi Desa Gisik Cemandi. Sumber: Google Maps

perikanan utama di dunia, menempati peringkat kedua setelah Tiongkok dengan nilai 6,48 juta ton atau sebesar 7,38% perikanan tangkap dunia pada tahun 2014, dengan daerah utama penghasil perikanan di Indonesia antara lain adalah Maluku, Jawa Timur, dan Sumatra Utara (BAPPENAS, 2015).

Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi pariwisata bahari di Indonesia karena merupakan produsen perikanan tangkap nomor 3 nasional (BAPPENAS, 2015). Namun, potensi wisata bahari di provinsi ini belum dikembangkan dengan baik karena kurangnya program dan promosi yang dibuat untuk mengangkat potensi wisata bahari. Hal tersebut juga dapat ditemui di Kabupaten Sidoarjo, sebuah daerah dengan kota potensi hasil laut dan pariwisata yang luar biasa. Mulai dari wisata pesisir, wisata religi, wisata kuliner, wisata budaya, hingga wisata industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Berdasarkan pantauan di lapangan dan informasi di laman resmi Pemerintah Sidoarjo (<http://disporapar.sidoarjokab.go.id/agenda>), potensi tersebut belum dikelola dengan baik sehingga tidak banyak dikenali oleh masyarakat umum (Sufa et al., 2020).

Salah satu desa yang memiliki program untuk serius menggarap wisata bahari di Kabupaten Sidoarjo adalah Desa Gisik Cemandi yang merupakan desa swasembada. Desa Gisik Cemandi berlokasi di wilayah pesisir Kecamatan Sedati dengan luas 1,49 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk 2.737 jiwa, dengan potensi hasil laut desa yang beragam, mulai produk olahan ikan yang diolah menjadi ikan asap, ikan asin, kerupuk ikan, dan juga olahan kerang yang dijadikan kerupuk kerang. Sayangnya, potensi dan manfaat wisata ini belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat desa setempat. Bahkan, dalam kajian beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa tingkat ekonomi masyarakat Desa Gisik Cemandi yang mayoritas merupakan nelayan masih berada pada tingkat Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) (Firdiati & Nurahaju, 2021; Mardani & Rodiyah, t.t.) Sedati Sub-District, Sidoarjo Regency; supporting and inhibiting factor in its implementation. This research used qualitative descriptive research. Key informants in this research included member of event organizer in non-governmental organization (PNPM-MP

Untuk mengatasi hal ini, sejak tahun 2018, Pemerintah Desa Gisik Cemandi sudah berupaya untuk menggarap potensi wisata bahari dengan membentuk Kelompok Kerja

bernama Kelompok Sadar Pariwisata (Pokdarwis) dengan mengusung *tagline* pariwisata “Pesona Bahari” yang beranggotakan 34 orang pemuda Desa Gisik Cemandi. Tujuan didirikan Pokdarwis ini adalah untuk meningkatkan partisipasi, pengembangan prakarsa masyarakat desa untuk kreativitas masyarakat, melestarikan alam, serta menumbuhkan gotong royong dan kebersamaan masyarakat desa (Puspaningtyas et al., 2021; Rahmawati et al., 2020). Diharapkan, dengan adanya Pokdarwis ini, wisata Desa Gisik Cemandi bisa dikenal karena memiliki destinasi yang beragam dan menarik, seperti wisata kolam pemancingan, wisata pasar ikan nelayan, wisata budaya petik laut, wisata susur sungai dan hutan bakau, wisata pengolahan hasil laut, serta wisata religi makam “Dimas Ajeng Dewi Sekardadu” yang diyakini merupakan Ibunda dari Sunan Giri. Meski sudah dibentuk Pokdarwis, wisata pesona bahari di Desa Gisik Cemandi masih belum optimal karena kurangnya dukungan dari pemerintah dan swasta serta kurangnya kapasitas kelompok Pokdarwis itu sendiri.

Menilik belum maksimalnya peran Pokdarwis dalam promosi pariwisata Pesona Bahari di Desa Gisik Cemandi, Tim Pengabdian Departemen Studi Pembangunan Institut Sepuluh Nopember telah melakukan pengabdian dengan pendekatan pendampingan kepada Pokdarwis setempat agar dapat menghasilkan *creative thinking* dalam mengelola pariwisata. Pendampingan tersebut berupa kegiatan promosi dan *branding* wisata hasil laut yang ada di dalam Desa Gisik Cemandi. Selain Pokdarwis, kegiatan ini juga melibatkan perangkat desa, mulai dari lurah hingga perangkat desa. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi perkembangan program Wisata Bahari yang ada di Gisik Cemandi.

## Permasalahan dan Strategi Kegiatan

Sebagai negara dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia, dengan panjang 95.181 km dan luas perairan laut mencapai 5,8 juta km<sup>2</sup> atau setara dengan 71% dari keseluruhan wilayah di Indonesia (Pregiwati, 2019), sektor pariwisata bahari seharusnya menjadi pariwisata unggulan yang mesti dikembangkan. Sayangnya, kondisi wisata bahari ini belum sepenuhnya dikembangkan dengan baik meski potensinya sangat besar. Menurut Kementerian Pariwisata, wisata bahari ini bahkan dianggap menarik tidak hanya oleh turis domestik, tetapi juga turis mancanegara. Sebesar 43,81% turis mancanegara lebih memilih wisata ini daripada wisata jenis lainnya (Pertiwi, 2015).

Berdasarkan potensi tersebut, Desa Gisik Cemandi memiliki potensi yang sangat besar dalam mengembangkan destinasi wisata bahari, yang akan menjadi kekuatan utama jika dikelola dan dipromosikan dengan tepat. Selain itu, lokasi desa juga sangat mendukung karena dekat dengan pintu masuk ke Surabaya, seperti Bandara Internasional Juanda dan Terminal Bungurasih. Keduanya bisa menjadi pendukung untuk mempermudah orang yang ingin berwisata di Desa Gisik Cemandi. Namun, wisata yang ada di Gisik Cemandi ini belum banyak dikenal oleh masyarakat sekitar. Selain itu, belum ada pengembangan destinasi wisata yang bekerja sama dengan pihak swasta.

Sebenarnya, pihak pemerintah desa sudah menyadari kelemahan ini dengan memanfaatkan Pokdarwis dalam mengelola wisata. Namun, upaya ini pun dirasa masih belum maksimal karena sejak tahun 2018 hingga sekarang belum terjadi peningkatan

jumlah wisatawan secara signifikan. Hal ini bukan sepenuhnya kesalahan dari Pokdarwis karena standar fasilitas kawasan wisata bahari belum bisa dipenuhi. Di sisi lain, program yang diselenggarakan masih belum bervariasi dan tepat sasaran. Oleh karena itu, dalam upaya melakukan promosi dan *branding* terhadap Desa Gisik Cemandi, tim pengabdian melakukan identifikasi persoalan dengan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Analisis SWOT Desa Gisik Cemandi. Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari analisis pada Gambar 2, dapat dilihat bahwa sebenarnya Desa Gisik Cemandi memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan pariwisata. Wisata yang dikembangkan pun sebenarnya tidak terbatas pada wisata bahari karena desa ini memiliki diversifikasi jenis wisata yang lain, seperti wisata religi dan wisata kuliner. Di sisi lain, ada beberapa persoalan yang masih harus dihadapi Desa Gisik Cemandi, seperti kapasitas sumber daya manusia yang masih kurang, lingkungan yang masih kumuh, serta minimnya kesadaran warga dalam mendukung kegiatan wisata bahari.

Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, Tim Pengabdian Departemen Studi Pembangunan ITS memfokuskan program pengabdian pada *branding* dan promosi kawasan wisata bahari, mengingat Desa Gisik Cemandi belum memiliki promosi dan produk unggulan yang bisa menjadi nilai jual. Melalui program yang akan diterapkan ini, diharapkan dapat menambah kapasitas masyarakat Desa Gisik Cemandi, khususnya Pokdarwis sebagai penggerak pariwisata dan juga diharapkan Desa Gisik Cemandi memiliki produk khas yang dapat dijual atau dijadikan oleh-oleh unggulan desa sehingga tingkat ekonomi masyarakat dapat ditingkatkan (Sufa et al., 2020).

## Pendekatan Pelaksanaan Program

Pengabdian yang dilaksanakan menitikberatkan pada pendampingan kepada Pokdarwis dengan fokus tujuan untuk mempromosikan kawasan wisata terpadu “Pesona Bahari” Desa Gisik Cemandi. Tidak hanya berhenti di situ, Tim Pengabdian juga menyediakan pelatihan pengemasan produk hasil laut yang dihasilkan oleh masyarakat setempat, yang sebagian besar berprofesi sebagai nelayan.

Manfaat dari kegiatan ini adalah menambah kapasitas SDM Pokdarwis setempat agar mereka dapat memahami konsep *branding* dan promosi dalam mengelola potensi wisata desa. Di samping itu, kegiatan ini diharapkan akan memacu Pokdarwis agar dapat secara mandiri menyusun rencana kerja dalam pengembangan potensi desa wisata Desa Gisik Cemandi.

Pengembangan kampung wisata bahari di Desa Gisik Cemandi bisa dikatakan cukup unik. Meski *tagline* yang digunakan adalah “Pesona Bahari”, wisata yang disediakan bervariasi dan tidak hanya seputar laut. Setidaknya ada beberapa destinasi wisata yang dapat dikembangkan, di antaranya, yaitu wisata religi, wisata kuliner, dan wisata susur sungai. Dengan berlandaskan pada tiga komponen utama pengembangan wisata, *territory and resources*, *social and economy unit*, dan *organization and management* (Milova et al., 2017), program pendampingan ini dibagi seperti pada Tabel 1.

Melalui pemilihan program yang sudah diterapkan, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas SDM pada masyarakat desa Gisik Cemandi, terutama bagi seluruh anggota Pokdarwis dan pemerintah desa, sehingga mereka dapat mengelola program Pesona

**Tabel 1.** Program Pendampingan

Unit	Elemen	Kegiatan
<i>Territory and resources</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kawasan Desa Gisik Cemandi memiliki wilayah di pesisir pantai dengan kekayaan sumber daya hasil laut yang melimpah</li> <li>Selain wisata dengan tema bahari, Desa Gisik Cemandi juga memiliki wisata religi, yakni Makam Dewi Sekardadu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan cara pelatihan pengelolaan Desa Wisata</li> <li>Memberikan pelatihan pembuatan video profil desa</li> </ul>
Social and economy units	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayoritas masyarakat bergerak di bidang pengolahan hasil laut</li> <li>Potensi gerakan masyarakat menjadi agen promosi wisata bahari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edukasi dan sosialisasi terhadap masyarakat untuk menjadi agen promosi pariwisata bahari di Gisik Cemandi</li> <li>Pelatihan desain produk pengemasan hasil laut</li> </ul>
Organization and management	<ul style="list-style-type: none"> <li>Telah memiliki Pokdarwis sebagai ujung tombak pengelolaan pariwisata</li> <li>Dukungan dari pemerintah desa untuk mengembangkan wisata bahari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan pendampingan terhadap Pokdarwis dan pemerintah desa dalam rencana <i>masterplan</i> pengembangan desa wisata</li> </ul>

Sumber: Tim Pengabdian

Bahari secara efektif. Pengaplikasian konsep yang telah dirancang menjadi tantangan tersendiri bagi tim ketika berada di lapangan, terutama dalam kondisi pandemi COVID-19, sehingga pengabdian harus dilakukan dengan sistem *hybrid*, yakni membatasi jumlah peserta dan memanfaatkan teknologi *zoom meeting*. Dengan demikian, diharapkan esensi dari penyampaian materi tetap terjaga dan pemberlakuan protokol kesehatan tetap bisa dilaksanakan.

## Pelaksanaan Program

Kegiatan pendampingan memiliki empat tahapan. *Pertama*, identifikasi potensi wisata dan persoalan masalah yang ada. *Kedua*, melakukan pelatihan pengenalan konsep desa wisata kepada pokdarwis. *Ketiga*, kegiatan praktik membuat video profil Desa Wisata Gisik Cemandi. *Keempat*, pelatihan desain produk pengolahan hasil laut. Penjabaran tentang pelaksanaan program dapat dilihat pada bagian selanjutnya.



**Gambar 3.** Tahapan Program Sumber: Tim Pengabdian

### ***Tahap I: Identifikasi potensi dan masalah***

Pada tahapan pertama ini, langkah yang dilakukan adalah berkoordinasi dengan pemerintah desa setempat dan Pokdarwis untuk mengatur jadwal kegiatan serta target sasaran potensi pariwisata yang akan diangkat. Hasil dari koordinasi tersebut disepakati bahwa ada beberapa objek wisata yang akan menjadi target dalam upaya promosi dan *branding* Desa Gisik Cemandi, yakni Makam Dewi Sekardadu, Wisata Kuliner, dan Wisata Susur Sungai. Sebenarnya, potensi wisata Desa Gisik Cemandi tidak hanya terbatas pada tiga objek, tetapi ada juga wisata petik laut yang sudah menjadi tradisi tahunan masyarakat desa. Namun, karena kondisi pandemi, ritual tahunan tersebut tidak dapat dilaksanakan. Oleh karena itu, tim sepakat akan memfokuskan pada tiga objek wisata tersebut yang akan *dibranding* sebagai objek wisata unggulan Desa Gisik Cemandi.

Selain menganalisis potensi pariwisata, tim juga berusaha memetakan beberapa masalah yang ada di Desa Gisik Cemandi. Persoalan itu di antaranya adalah infrastruktur jalan yang masih belum laik, lingkungan yang masih gersang, serta kebersihan lingkungan desa yang belum terjaga. Terkait masalah ini, tim telah menyusun rencana program konsultan pariwisata yang akan memberikan pendampingan untuk mengelola desa wisata.

Sebagai bentuk tindak lanjut dari koordinasi tersebut, tim telah *WhatsApp Group* (WAG) antara pemerintah desa, Pokdarwis, dan tim pengabdian dari Departemen Studi



**Gambar 4.** Makam Dewi Sekardadu. Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 5.** Wisata Kuliner Desa Gisik Cemandi. Sumber: Dokumentasi Pribadi

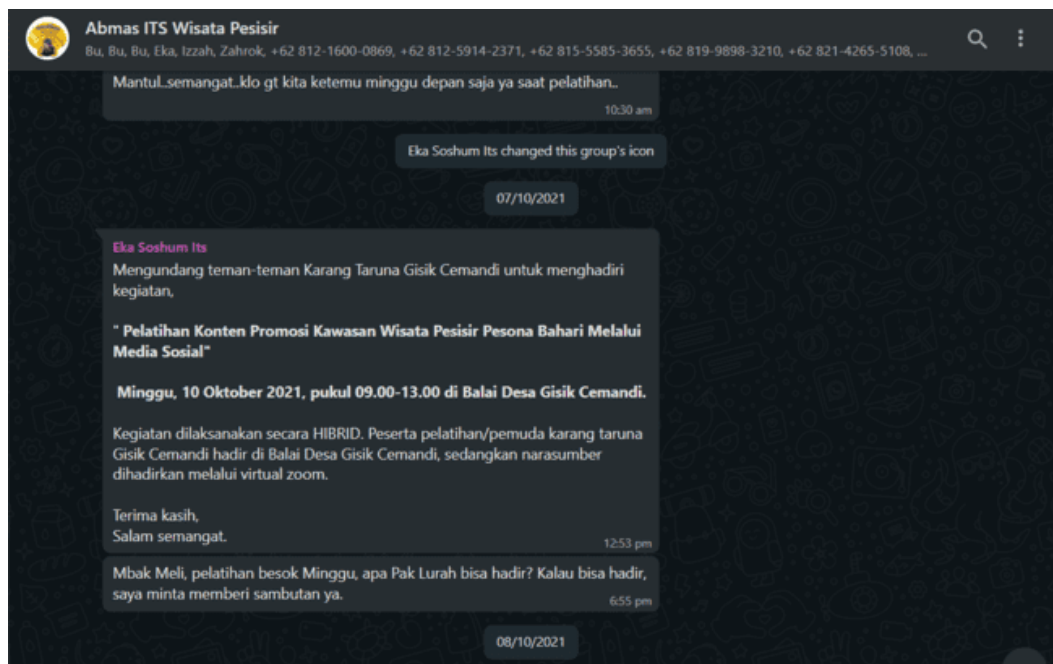


**Gambar 6.** Jalan akses menuju Makam Dewi Sekardadu yang masih rusak. Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 7.** Sampah di lokasi wisata. Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pembangunan ITS. Melalui WAG inilah, tim secara intensif berkomunikasi dalam pelaksanaan pengabdian. Dari WAG ini kemudian disepakati adanya beberapa kali pertemuan yang dilaksanakan, baik secara daring maupun luring, untuk menentukan tanggal kegiatan pendampingan. Dalam pertemuan itu, pihak desa memberikan masukan dan keluh kesahnya kepada Tim Pengabdian, terutama persoalan belum berjalannya konsep Wisata Pesona Bahari yang menjadi fokus program pemerintah desa. Hasil dari diskusi tersebut disepakati bahwa Tim Pengabdian akan melakukan pendampingan dengan mengundang beberapa narasumber ahli dalam bidang *branding* dan promosi pariwisata.



Gambar 8. Whatsapp Group Gisik Cemandi. Sumber: Dokumentasi Pribadi

### ***Tabap II: Pelatihan pengenalan konsep desa wisata***

Kegiatan kedua adalah pengenalan konsep desa wisata kepada Pokdarwis. Pada pelatihan ini, Tim Pengabdian mendatangkan M. Nurdin Razak, M.Si. sebagai narasumber (pembicara) pada pelatihan ini. Pelatihan ini berlangsung secara luring bersama Pokdarwis dan Pemerintah Desa setempat. Dalam pelatihan ini, pembicara dan tim pengabdian saling bertukar pikiran tentang strategi yang diperlukan dalam mengelola desa wisata.

Mengacu pada paparan pembicara, hal utama yang diperlukan dalam pengelolaan desa wisata adalah niat dan *mindset* yang tepat. Sering kali, organisasi atau pemerintah desa setempat mudah putus asa ketika akan memulai pengelolaan desa wisata. Oleh karena itu, pada pelatihan ini, Tim Pengabdian memulai program yang sangat dasar. Materi yang diberikan pun bukanlah materi berat tentang teknis pengelolaan, tetapi



Gambar 9. Pelatihan Konsep Desa Wisata. Sumber: Dokumentasi Pribadi

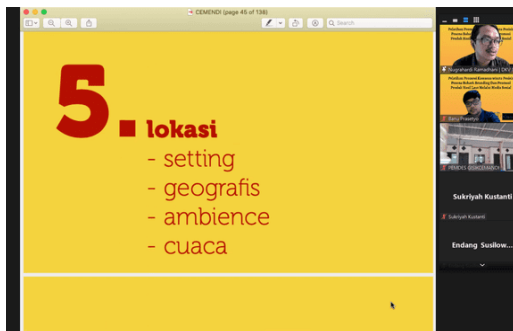


berupa *success stories* dari desa wisata lain yang telah berhasil mengelola potensi daerah menjadi wisata unggulan. Tujuan utama pelatihan ini adalah menyadarkan Pemerintah Desa, Pokdarwis, dan masyarakat desa setempat bahwa Desa Gisik Cemandi memiliki potensi yang luar biasa jika dikembangkan menjadi destinasi wisata yang tentu akan meningkatkan taraf perekonomian masyarakat setempat.

### ***Tabap III: Pelatihan pembuatan video profil***

Beberapa dari anggota Pokdarwis Desa Gisik Cemandi sebenarnya telah memiliki kemampuan untuk membuat video karena beberapa di antara mereka bekerja sebagai fotografer dan videografer *wedding*. Meskipun demikian, berdasarkan hasil diskusi bersama, mereka masih membutuhkan tips dan trik dari orang yang ahli dalam pengambilan video karena mayoritas dari mereka hanya memperoleh kemampuan autodidak dalam dunia videografi. Selain itu, Desa Gisik Cemandi sebenarnya sudah memiliki video profil desa, tetapi video itu menjadi hak milik sebuah partai karena dibuat ketika mereka mengikuti lomba. Oleh karena itu, saat ini desa belum memiliki video resmi yang dapat menjadi video promosi Desa Gisik Cemandi. Atas dasar tersebut, Tim Pengabdian memutuskan untuk melakukan pelatihan secara *hybrid* pembuatan video profil desa resmi yang digarap dengan cara yang profesional bersama narasumber Nugrahardi Ramadhani S.Sn., M.T., yang merupakan pakar dalam bidang desain video dan produk. Pelatihan ini dilaksanakan secara *hybrid*, yakni dengan sebagian peserta Pokdarwis di Balai Desa Gisik Cemandi, sedangkan narasumber memberikan pelatihan melalui platform *Zoom Meeting*.

Materi yang diberikan pada pelatihan ini berfokus pada teknik pembuatan video dari praproduksi hingga produksi video. Video yang baik adalah video yang memiliki persiapan mulai dari persiapan hingga detail teknik dan *angle* pengambilan video. Dalam pemaparan ini juga diberikan saran dan kritik terhadap video yang telah dibuat oleh para pemuda pengurus Pokdarwis ([https://www.youtube.com/watch?v=KfqIVI\\_qv0U](https://www.youtube.com/watch?v=KfqIVI_qv0U)). Saran



**Gambar 9** Pelatihan pembuatan video profil. Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 10** Logo Wisata Gisik Cemandi yang dibuat Pokdarwis. Sumber: Dokumentasi Pribadi

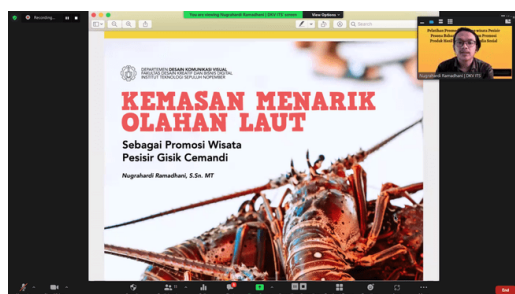
yang diberikan di antaranya adalah diperlukan perbaikan teknik dalam pengambilan video dari rekan-rekan Pokdarwis, terutama dalam menyusun urutan pengambilan gambar, *angle* yang baik, serta pemilihan musik yang sesuai untuk *background* video. Setelah saran dan kritikan diberikan, para peserta pelatihan diberi tugas untuk membuat video profil Desa Gisik Cemandi secara mandiri dan hasilnya akan dibuat menjadi video resmi Desa Gisik Cemandi.

#### ***Tabap IV: Pelatihan desain produk***

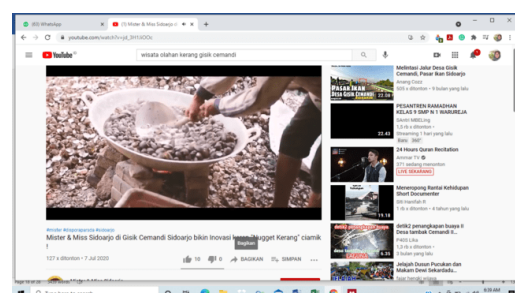
Program terakhir pelatihan ini adalah desain produk. Program ini dipilih karena sebagian besar masyarakat Desa Gisik Cemandi memiliki potensi usaha pengelolaan hasil laut, di antaranya, yakni kerupuk ikan, kerupuk kerang, kerupuk payus, dan kerupuk udang (Sufa et al., 2020). Namun, masyarakat Gisik Cemandi belum memiliki pengetahuan tentang cara mengemas produk, mendesain, serta memasarkannya. Di samping itu, belum adanya wadah atau komunitas yang mewadahi pengrajin makanan di Gisik Cemandi makin membuat mereka tampak kebingungan dalam mengembangkan usaha ini. Padahal, usaha ini berpeluang besar untuk dikembangkan. Pengakuan dari beberapa warga, didapati bahwa sebenarnya telah banyak produsen makanan kemasan laut yang meminta warga untuk menjadi suplier dari produknya. Namun, karena keterbatasan teknologi serta kurangnya keseriusan warga dalam mengelola usaha ini, sering kali kesempatan itu terlewat begitu saja.

Tim Pengabdian sadar bahwa untuk memberdayakan produk hasil laut semacam ini tidak dapat dilakukan secara instan. Usaha untuk membangun usaha ini perlu dilakukan secara terus-menerus. Oleh karena itu, tim memutuskan untuk memulainya dengan cara memberikan pengetahuan dasar tentang desain pengemasan produk serta cara membangun *brand* yang paling mendasar.

Pelatihan tentang pembuatan desain produk ini merupakan rangkaian dari pelatihan sebelumnya. Dengan narasumber yang sama seperti pelatihan sebelumnya, Pokdarwis dan para warga yang memiliki usaha pengelolaan hasil laut bersama-sama mempelajari materi yang disampaikan. Melalui pelatihan ini, warga diberikan pemahaman tentang cara mengemas produk, membuat desain produk, dan juga memasarkan produk secara sederhana. Tim tidak memberikan target yang tinggi dalam pelatihan ini karena keterbatasan warga dalam usaha pengembangan produk hasil laut ini. Target yang ingin



**Gambar 11.** Pelatihan desain produk.  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 12.** Proses pengolahan kerang dara. Sumber: [https://www.youtube.com/watch?v=jd\\_3H1JiOoc](https://www.youtube.com/watch?v=jd_3H1JiOoc)

dicapai dalam pelatihan ini adalah membuka *mindset* warga bahwa pengolahan hasil laut merupakan hal yang sangat penting untuk dikembangkan karena potensi ekonomi yang luar biasa. Selain itu, hasil laut tersebut bisa dijakadikan sebagai oleh-oleh khas Gisik Cemandi ketika sudah berkembang.

Tentunya, dalam mengembangkan usaha pengolahan hasil laut ini tidak dapat hanya dilakukan sekali. Ke depannya, tim berencana untuk melakukan pengabdian lanjutan dengan program yang lebih fokus dan komperhensif pada usaha pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

### Refleksi Capaian Program

Setelah kurang lebih dua bulan pelaksanaan, pada Juli–Oktober 2021, Tim Pengabdian berhasil menyelesaikan program pengabdian di Desa Gisik Cemandi. Melalui kerja sama yang baik antara Tim Pengabdian dan Pokdarwis serta pemerintah Desa Gisik Cemandi, program ini dapat berjalan dengan baik. Beberapa hasil capaian yang terlihat dalam pengabdian ini adalah dihasilkannya *video profile* Desa Gisik Cemandi oleh Tim Pengabdian bekerja sama dengan Pokdarwis. Video tersebut dapat dilihat pada tautan <https://intip.in/VIDEOPROFILEGISIKCEMANDI>. Video ini akan diupload oleh Pemerintah Desa Gisik Cemandi sebagai upaya mempromosikan wisata Pesona Bahari yang ada pada Desa Gisik Cemandi. Selain itu, video ini akan dipromosikan pada media sosial Instagram Desa Cemandi pada tautan <https://www.instagram.com/desagisikcemandi/>.

Desa Gisik Cemandi merupakan desa yang berbasis masyarakat dalam pengelolaan pariwisata di daerahnya. Pokdarwis memiliki peranan yang sangat sentral dalam upaya promosi dan *branding* Pesona Bahari yang merupakan program utama pemerintah desa. Meski berbasis masyarakat, pengelolaan wisata pada Desa Gisik Cemandi tidak dapat hanya mengandalkan Pokdarwis dan pemerintah desa. Mau tidak mau, mereka harus mengadakan kerja sama dengan pihak swasta atau pemerintah di jenjang yang lebih tinggi untuk meningkatkan intensitas promosi sehingga dapat mengundang para wisatawan untuk datang ke Desa Gisik Cemandi. Hal yang paling terlihat adalah perlunya pengembangan infrastruktur jalan sebagai akses menuju Desa Gisik Cemandi. Selain itu, diperlukan adanya wadah yang dapat membimbing kegiatan UMKM sehingga tercipta sinergisitas antara pariwisata dan pengembangan UMKM di wilayah tersebut.

### Penutup

Kegiatan Pengabdian di Desa Gisik Cemandi, Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur merupakan bentuk implementasi Departemen Studi Pembangunan ITS sebagai upaya membantu pengembangan wilayah di sekitar ITS. Upaya pengembangan ini dituangkan dalam program pelatihan yang telah dijalankan. Melalui program ini, diharapkan seluruh perangkat yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Gisik Cemandi mendapatkan pengetahuan tentang *mindset* dan teknik dalam promosi serta *branding* desa wisata. Tentunya masih ada target yang belum sepenuhnya tercapai dalam pengabdian ini, misalnya untuk melakukan perbaikan infrastruktur dan upaya pemberdayaan UMKM yang ada. Hal ini jelas membutuhkan upaya kerja sama dengan pihak yang memiliki

kewenangan dan sumber dana yang lebih kuat untuk memperbaiki dua hal tersebut. Oleh karena itu, Departemen Studi Pembangunan ITS memiliki rencana berkelanjutan untuk dapat menyelesaikan beberapa persoalan tersebut dengan menggandeng pihak Pemerintah Kabupaten ataupun swasta dalam pengembangan program Pesona Bahari Desa Gisik Cemandi.

## Daftar Pustaka

- BAPPENAS. (2015). *Penyusunan Kerangka Rencana Aksi Pembangunan Kemaritiman*.
- Firdiati, R.A. & Nurahaju, R. (2021). "Subjective Well-Being Bagi Istri Nelayan di Desa Gisik Cemandi Sidoarjo". *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(1), 46–52. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i1.5086>.
- Mardani, Y. & Rodiyah, I. (t.t.). *Implementasi Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan (PNP-MP) Di Desa Gisik Cemandi Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo*. 89–100.
- Milova, Y.Y., Piskovets, E.L., & Chernyshenko, M.S. (2017). "Challenges and Opportunities for Regional Tourism Development". *Trends of Technologies and Innovations in Economic and Social Studies (TTIESS 2017)*, 38(Ttiess), 438–442. <https://doi.org/10.2991/ttiess-17.2017.72>.
- Pertiwi, N.L.M. (2015). *Wisata Bahari Indonesia Disukai Turis Asing*. <https://travel.kompas.com/read/2015/03/11/060400527/Wisata.Bahari.Indonesia.Disukai.Turis.Asing>.
- Pregiwati, L.A. (2019). *Laut Masa Depan Bangsa, Mari Jaga Bersama*. <https://kkp.go.id/artikel/12993-laut-masa-depan-bangsa-mari-jaga-bersama>.
- Puspaningtyas, A., Pramesti, T., Lady Rara P.I., & Octaviani, M. (2021). "Menggagas Desa Wisata Plunturan Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Ponorogo Jawa Timur". *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 59–69. <https://doi.org/10.37303/peduli.v4i2.210>.
- Rahmawati, K., Novaria, R., Studi, P., & Publik, A. (2020). *Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Pengelolaan Objek Wisata Waduk Grobogan*.
- Sufa, S.A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E.A. (2020). "Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo". *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2497>.