**Available online at:**
https://jurnal.unikastpaulus.ac.id/index.php/jrt
Randang Tana: Jurnal Pengabdian Masyarakat
E-ISSN: 2622-0636
Volume 8, No 1, Januari 2025 (26-34)
**DOI:** *https://doi.org/10.36928/jrt.v8i1.2228*

# PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI DIVERSIFIKASI DAN BRANDING PRODUK PANGAN UNGGULAN DI DESA MONDU KABUPATEN SUMBA TIMUR

**Junaedin Wadu [1,*], Yatris Rambu Tega [2], Martehen Umbu Nganji [3], Jitronaldo Wulang Makehi [4], Mandala D Marahongu[5], Awir Umbra Kulandima[6]**
[123456] Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Jalan R. Soeprapto No. 35 Waingapu Indonesia
*Corresponding Author: junawadu@unkriswina.ac.id

**Abstrak**

Desa Mondu merupakan salah satu tujuan wisata karena memiliki beragam daya tarik wisata yang menaggumkan seperti Pantai Puru Kambera, air terjun Tanggedu, savana Mondu, Wisata budaya seperti Kampung Adat Prainatangm Kampung Adat Padadita, ritual Mangejing, dan Cemara Resort. Daya tarik yang beragam ini memicu kunjungan wisatawan yang cukup potensial, sehingga ini menjadi peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya agar dapat keluar dari kemiskinan. Selain itu potensi hasil pertanian dan perikanan di Desa Mondu cukup melimpah, sehingga dapat didiversifikasi menjadi ole-ole khas Desa Wisata Mondu seperti singkong, kacang tanah, jagung, dan ikan. Potensi ini dapat dikembangkan untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat desa, sehingga terciptanya pertumbuhan ekonomi. Atas dasar hal tersebut maka diperlukan pengembangan desa wisata Mondu agar dapat berdaya saing melalui pelatihan dan penyuluhan diversifikasi produk pangan lokal, branding pada produk pangan unggulan, sosialisasi desa wisata yang ideal dan sosialisasi pentingnya pengelolaan potensi hasil pertanian dalam rangka menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat. Hasil dari pengabdian ini yaitu adanya peningkatan ketrampilan mitra lebih dari 80% dan masyarakat merasa puas dengan materi yang diberikan. Selain itu luaran dari kegiatan ini tersedianya poster, pamflet, video yang diunggah pada youtube, pamflet, video yang diunggah pada youtube, artikel pada jurnal nasional, dan pemberian merek pada produk unggulan.

**Kata kunci**: Desa Wisata Mondu; Diversifikasi; Branding; oleh-oleh

# *DEVELOPMENT OF TOURISM VILLAGES THROUGH DIVERSIFICATION AND BRANDING OF SUPERIOR FOOD PRODUCTS IN MONDU VILLAGE, EAST SUMBA REGENCY*

***Abstract***

*Mondu Village is one of the tourist destinations because it has a variety of amazing tourist attractions such as Puru Kambera Beach, Tanggedu waterfall, Mondu savanna, cultural tourism such as Prainatang Traditional Village, Padadita Traditional Village, Mangejing ritual, and Cemara Resort. These diverse attractions trigger quite potential tourist visits, so this is an opportunity*

*for the community to increase their income in order to escape poverty. In addition, the potential for agricultural and fishery products in Mondu Village is quite abundant, so it can be diversified into souvenirs typical of Mondu Tourism Village such as cassava, peanuts, corn, and fish. This potential can be developed to grow the creative economy of the village community, so that economic growth is created. On this basis, it is necessary to develop the Mondu tourism village so that it can be competitive through training and counseling on the diversification of local food products, branding on superior food products, socialization of ideal tourism villages and socialization of the importance of managing potential agricultural products in order to grow the community's creative economy. The results of this service are an increase in partner skills of more than 80% and the community is satisfied with the material provided. In addition, the output of this activity is the availability of posters, pamphlets, videos uploaded to YouTube, pamphlets, videos uploaded to YouTube, articles in national journals, and branding of superior products.*

***Keywords:*** *Mondu Tourism Village; Diversification; Branding; Souvenirs*

## PENDAHULUAN

Desa Mondu ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Sumba Timur sebagai desa wisata berdasarkan Keputusan Bupati Kabupaten Sumba Timur pada Tahun 2022, karena mempunyai keindahan alam seperti pantai yang indah, air terjun, sabana yang unik, serta situs budaya (kampung adat) yang menjadi daya tarik sehingga Desa Mondu menjadi salah satu destinasi tujuan wisata (dokumentasi daya tarik wisata dapat dilihat pada Gambar 1). Kunjungan wisata di Desa Mondu terus meningkat, salah satunya karena kekuatan media sosial sehingga menjadikan Desa Mondu menjadi populer. Menurut BPS Propinsi NTT kunjungan wisatawan domestik maupun wisatawan asing di Sumba Timur meningkat dari dari tahun 2020 sebesar 5.880 orang menjadi 34.083 pada tahun 2022 (BPS Prpinsi NTT, 2023). Hal ini didasari karena Pulau Sumba pernah dinobatkan oleh majalah *Focus* dari Jerman sebagai Pulau terindah di dunia, dan CNN *travel* merilis Sumba menjadi salah satu dari dua puluh empat destinasi yang wajib dikunjungi pada tahun 2024 (Lipitan6, 2024). Sehingga hal ini akan berdampak baik bagi kunjungan wisatawan di Desa Mondu. Namun kekuatan ini belum dimanfaatkan dengan maksimal oleh masyarakat setempat dalam rangka peningkatan pendapatan, pengunjung hanya menikmati keindahan alamnya tanpa ada sesuatu yang dapat dibeli, karena belum pahamnya masyarakat tentang pengelolaan desa wisata dan apasaja daya tarik wisata yang ideal. Jika dihubungkan dengan daya tarik wisata terdapat lima daya tarik wisata ideal yang perlu dikembangkan, yaitu apa yang dapat disaksikan, adakah penginapan, adakah transportasi, adakah atraksi, dan adakah yang dapat di beli? (Utama & Junaedi, 2016). Dari ke lima daya tarik tersebut desa mondu belum memenuhi daya tarik yang ideal, yaitu belum adanya atraksi dan belum ada yang dapat dibeli (seperti ole-ole/buah tangan khas mondu yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan). Padahal terdapat

potensi hasil pertanian, perikanan, dan peternakan yang dapat didiversifikasi sebagai pangan unggulan/ole-ole khas Mondu berbasis kearifan lokal.

Gambar 1. Daya Tarik Wisata Desa Mondu

Desa Mondu mempunyai objek daya tarik wisata yang mengagumkan, sehingga menjadi salah satu tujuan destinasi wisata di Pulau Sumba. Selain itu Desa Mondu juga mempunyai komoditas pangan unggulan seperti singkong, jagung dan kacang tanah yang rutin dibudidayakan baik di lahan kebun pada musim hujan maupun pada sepanjang musim di daerah aliran sungai, serta hasil perikanan yang cukup melimpah. Komoditas unggulan ini biasanya diolah oleh masyarakat secara tradisional berbasis kearifan lokal, seperti singkong dibuat menjadi olahan yang disebut *kambambang*, jagung dan kacang tanah dibuat *kaparak*, serta *manggulu*. Untuk komoditas perikanan ikan hasil tangkapan diikat pada tali dari daun nira, dijemur dan dijual disebut sebagai *iyang padengi*. Namun pangan lokal seperti *kambambang, kaparak*, dan *manggulu* yang dulunya biasa ditemui di desa kini mulai langka karena masyarakat mulai beralih pada makanan modern. Padahal jika produk ini dikembangkan dapat menjadi ole-ole khas Desa Mondu yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Jika dibandingkan dengan Bali mempunyai oleh-oleh khas seperti pie susu, kain bali dan kerajinan lainnya serta Yogyakarta ada kue pia nya yang khas yang biasa dijadikan buah tangan yang dapat dibeli oleh wisatawan.

Melihat kekuatan-kekuatan yang dimiliki Desa Mondu dapat dijadikan sebagai peluang dalam pengentasan kemiskinan, dimana menurut BPS Provinsi NTT kemiskinan ekstrem di Kabupaten Sumba Timur pada tahun 2022 sebanyak 27.740 penduduk. Angka ini lebih tinggi dibanding dengan Kabupaten Sumba Barat yaitu 15.850 penduduk (BPS Propinsi NTT, 2023)**,** dan pada tahun 2023 persentase masyarakat miskin di Kabupaten Sumba Timur mencapai 28,08% (BPS Propinsi NTT, 2024). Kemiskinan ini banyak ditemui di desa yang mempunyai karakteristik lahan kering, salah satunya adalah Desa Mondu mempunyai topografi perbukitan dan lahan kering yang berada di sebelah utara Pulau Sumba. Sehingga diperlukan strategi alternatif dalam rangka penyelesaian masalah di desa.

Pengembangan Desa Wisata Mondu merupakan salah satu strategi alternattif yang perlu dilakukan dalam rangka

mengurangi angka kemiskinan di desa, seperti terciptanya lapangan kerja baru dan bertumbuhnya usaha ekonomi kreatif di masyarakat yang pada akhirnya melalui pengembangan desa wisata akan memunculkan partisipasi aktif masyarakat dan berdampak pada kelestarian alam, budaya, dan tradisi-tradisi masyarakat berdasarkan kearifan lokal dapat dimunculkan kembali (Musaddad, 2019). Salah satu pendekatan dalam pengembangan Desa Wisata Mondu dapat dilakukan melalui diversifikasi pangan unggulan dan melakukan *branding* produk-produk unggulannya. Diversifikasi produk wisata merupakan salah satu strategi pengembangan daya saing bagi produk wisata, diversifikasi dimaksudkan tidak mengubah tetapi menambah keragaman produk wisata yang telah ada untuk menghindari kejenuhan untuk mengatasi kejenuhan wisatawan, dengan adanya variasi produk wisata melalui penganekaragaman produk-produk wisata yang potensial dan inovatif diharapkan dapat menarik minat wisatawan, baik wisatawan baru (*first time visitors*) maupun wisatawan yang sebelumnya pernah berkunjung (Sukmararti & Damayanti, 2016). Selain itu menurut penelitian terdahulu *branding* merupakan salah satu strategi pemasaran dengan konsep melibatkan penciptaan identitas merek dan citra produk. Dalam konteks desa wisata, *branding* pada produk pangan unggulan melibatkan pembentukan citra yang kuat, berdasarkan elemen khas seperti budaya, tradisi yang nantinya dapat membedakan produknya dengan produk lain (Syah *et al*. 2023).

Berdasarkan temuan di atas pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan tentang pengelolaan desa wisata yang ideal, memberikan sosialisasi tentang wirausaha dibidang ekonomi kreatif, memberikan pelatihan diversifikasi produk pangan unggulan desa berbasis kearifan lokal sebagai ole-ole khas Desa Mondu, memberikan pelatihan *branding* sebagai salah satu upaya strategi pemasaran dalam menciptakan citra, ciri khas, dan daya saing dari produk unggulan desa, serta memberikan pelatihan diversifikasi produk kambambang.

## METODE PELAKSANAAN

1. **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan mulai bulan Juli – November 2024 dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah dan eksplorasi potensi unggulan desa

   Pada tahap pertama tim melakukan identifikasi terhadap masalah yang alami oleh mitra, secara bersamaan juga melakukan eksplorasi potensi unggulan desa yang kemudian dimanfaatkan sebagai kekuatan untuk penyelesaian masalah di Desa Mondu.
2. Sosialisasi/edukasi
   - ✓ Melakukan sosialisasi dan edukasi kepada mitra terkait pengembangan desa wisata dengan memanfaatkan potensi

unggulan desa, sosialisasi wirausaha dibidang ekonomi kreatif, sosialisasi diversifikasi produk, dan sosialisai *branding* dengan menggunakan media *power point*, brosur, dan *leaflet.*

- ✓ Memberikan materi secara fisik berupa brosur, *leaflet*, buku panduan, dan dilakukan kegiatan diskusi untuk meningkatkan keaktifan mitra.
- ✓ Membagikan kuisioner agar dapat mengukur dan mengevaluasi tingkat pemahaman mitra

3. Pelatihan dan Penerapan Teknologi
   - ✓ Melakukan pelatihan diversifikasi pembuatan produk *kambambang* dengan memperbanyak varian, yaitu diberikan pelatihan kepada mitra sasaran yaitu kelompok perempuan Dasawisma yang mempunyai potensi dalam keberlanjutan pengolahan produk lokal, serta menerapkan teknologi pengemasan pada produk tersebut, dengan memperhatikan logo, nama produk, pemilihan warna, dan desain kemasan. Selain itu pada kegiatan ini tidak hanya *branding* pada produk olahan *kambambang*, tetapi juga melakukan *branding* pada produk perikanan kering *iyang padengi* yang dimiliki masyarakat desa agar memiliki ciri khas dan berdaya saing.
   - ✓ Memberikan materi secara fisik berupa brosur, buku panduan, dan dilakukan kegiatan diskusi untuk meningkatkan keaktifan mitra.
   - ✓ Membagikan kuisioner agar dapat mengukur dan mengevaluasi tingkat pemahaman dan kepuasan mitra.
4. Pendampingan dan Evaluasi
   Selanjutnya setelah semua kegiatan penyuluhan dan pelatihan diberikan akan dilakukan pendampingan dan monitoring oleh tim dengan jadwal mingguan kepada mitra dan melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah desa, agar mitra dapat melanjutkan proses pembuatan *kambambang* dan *branding* pada produk-produknya. Selain itu secara bersamaan pada proses monitoring dilakukan evaluasi terhadap kinerja dari mitra agar dapat diperbaiki dan berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

Pada Tahap ini tim melakukan persiapan untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan terkait pengembangan desa wisata yang ideal dan penyuluhan serta pelatihan branding bagi kelompok. Tahap persiapan meliputi persiapan materi, kuisioner, alat untuk pelatihan branding dan pengemasan terhadap produk pangan unggulan Desa Mondu. Setelah melakukan persiapan tim menghasilkan materi berupa pamphlet dan desain label pada

produk unggulan desa. Materi dan label dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

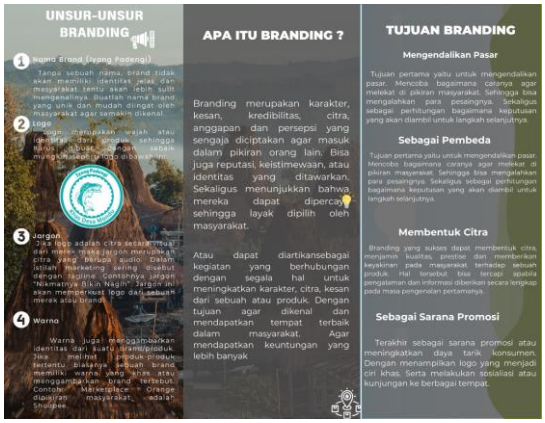
Gambar 1. Branding Produk Pangan Unggulan Desa

1. Tahap Pelaksanaan

Adapun tahap pelaksanaan yang telah dilakukan dalam kegiatan pengabdian di Desa Mondu adalah sebagai berikut:

a. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini dilakukan sosialisai terkait pengembangan desa wisata yang ideal. Kegiatan ini merupakan pemberian informasi dan transfer ilmu terkait model pengembangan desa wisata yang ideal kepada masyarakat dengan mengunakan media *power point* dan *pamflet.* Setelah melakukan sosialisasi di atas dilakukan sosialisasi terkait *branding* dengan menggunakan motode dan media yang sama berupa pamflet agar menarik pada saaat dibaca oleh peserta. Adapun materi yang diberikan dapat dilihat pada pamflet gambar 4 di bawah ini. Pada kegiatan ini masyarakat/mitra antusias dalam mengikuti kegiatan karena merupakan hal baru/ ilmu baru yang didapatkan oleh mitra. Sehingga mitra mulai memahami penting *Branding* bagi produk-produk spesifik khususnya bagi Desa Wisata.

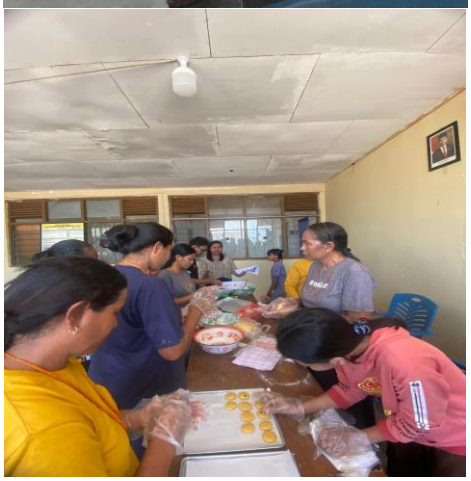



Gambar 2. Materi Branding

Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi

Pada tahap selanjutnya dilakukan pelatihan pengemasan dan pelabelan pada produk unggulan yaitu produk ikan kering khas Mondu yang diberi merek/*brand Iyang Padengi.* Kegiatan ini meliputi mengemas produk dengan menggunakan *vacuum sealer* dan pelabelan pada kemasan menggunakan desain yang telah disiapkan oleh tim atas persetujuan dengan mitra. Terlihat pada Gambar 4 peserta antusias dalam kegiatan pengemasan dan pelabelan, karena beberapa dari peserta baru mempelajari terkait hal tersebut. Kemudian pada waktu berikutnya dilakukan pelatihan diversifikasi produk kambambang yang diikuti oleh mitra (Kelompok Dasawisma Desa Mondu). Pembuatan Produk dimulai dari persiapan alat dan bahan oleh tim,

selanjutnya mitra juga diminta untuk mempersiapkan bahan baku berupa tepung ubi karena tersedia di Desa. Berikut dokumentasi kegiatan proses pelatihan pengemasan dan pelabelan :



Gambar 4. Kegiatan Pengemasan dan Diversifikasi Kambambang

Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan

b. Tahap Evaluasi

Setelah melakukan sosialisasi dan pelatihan, dilakukan evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman dan kemampuan mitra setelah mengikuti penyuluhan dan pelatihan terkait desa wisata, *branding*, dan diversifikasi produk *kambambang*. Adapun proses evaluasi menggunakan kuisioner yang telah disiapkan oleh tim untuk diisi oleh mitra. Berikut hasil pengukuran pemahaman mitra dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pengukuran Pemahaman Mitra Setelah Pelatihan

| **Topik Pelatihan** | **Persentase (%)** |
|---|---|
| Pemahaman Desa Wisata yang Ideal | 87,5 |
| Pemahaman tentang Branding | 86,7 |
| Pemahaman penggunaan mesin *vacuum sealer* | 88,3 |
| Pemahaman tentang ekonomi kreatif | 81,7 |
| Pemahaman tentang diversifikasi kambambang | 92,5 |
| Kepuasaan terhadap materi keselurahan | 83,9 |
| Keinginan untuk melanjutkan program | Ya |

Hasil pengukuran pemahaman mitra menunjukkan bahwa mitra mempunyai tingkat pemahaman terkait materi penyuluhan desa wisata yang ideal mencapai 87,5%, pelatihan dan materi terkait *branding* tingkat pemahaman mitra mencapai 86,7%, penggunaan mesin *vacuum sealer* yang telah dipraktekkan oleh mitra mencapai 88,3% tingkat pemahamannya, pemahaman terkait ekonomi kreatif dari mitra mencapai 81,7%, pemahaman tentang diversifikasi

produk *kambambang* mencapai 92,5% dan tingkat kepuasan terhadap keseluruham materi yang diberikan pada tahap 1 ini yaitu mencapai 83,9%. Selanjutnya kesediaan mitra untuk melanjutkan program, rata-rata menjawab ya (ingin melanjutkan program). Sehingga ini menjadi catatan bagi tim untuk terus memantau dan memonitoring kegiatan mitra agar tercapai hasil yang maksimal.

Berdasarkan kegiatan - kegiatan di atas, melalui pelatihan *branding* dan diversifikasi produk pangan unggulan Desa Wisata maka akan menambah keragaman produk dan menghadirkan produk baru yang menjadi ciri khas Desa Wisata Mondu yang diharapkan dapat menjadi produk/ oleh – oleh khas Desa Mondu dan menjadi salah satu pilihan bagi wisatawan untuk berbelanja produk spesifik dari Pulau Sumba. Sehingga dari kegiatan ini tim berharap dapat meningkatkan pendapatan dari masyarakat yang berada di Desa Mondu.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat potensi pada desa wisata Mondu, seperti daya tarik wisat alam, budaya, dan adanya penginapan. Selain itu terdapat potensi pertanian dan perikanan yang di dapat dijadikan produk ole-ole seperti iyang padengi dan kambambang. Terdapat peningkatan pengetahuan mitra terhadap pelatihan branding dan pengembangan desa wisata yang ideal, serta mitra puas terhadap materi yang diperikan dengan persentase lebih dari 80%.

Saran

Perlu dilakukan dukungan oleh berbagai pihak agar produk ini terus dikembangkan dan menjadi oleh-oleh khas Desa Wisata Mondu

**Ucapan Terimakasih**

Ucapan Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, yang telah memberikan pendaan bagi tim demi terlaksananya kegiatan ini. Selain itu kami juga berterimakasih kepada LPPM Unkriswina Sumba dan juga Pemerintah Desa Mondu yang mendukung terselenggaranya kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

BPS Provinsi NTT. Jumlah Tamu Hotel dan Domestik. In 2023 [cited 2023 June 20]. Avaliable from: https://ntt.bps.go.id/indicator/16/67/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik.html/

BPS Propinsi NTT. Kemiskinan Ekstrem Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Nusa Tenggara Timur Tahun 2021-2022. 2023 [cited 2024 March 21]. Avaliable from: https://ntt.bps.go.id/statictable/2023/02/09/927/kemiskinan-esktrim-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-ntt-tahun-2021-2022.html

BPS Propinsi NTT. Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota (Persen). 2024 [cited 2024 March 21]. Avaliable from: https://ntt.bps.go.id/indicat

or/23/584/1/persentase-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota.html

Keputusan Bupati Sumba Timur. 291/DISPARBUD.556.5/291. IV/2022. Tentang Perubahan Lampiran Atas Keputusan Bupati Sumba Timur Nomor 507/DIPARBUD/507/IX/2020 Tentang Penetapan Desa Wisata Kabupaten Sumba Timur.

Liputan6. Sumba Masuk Daftar Destinasi Wisata Terbaik untuk Dikunjungi di 2024 Versi CNN Travel. 2024 [cited 2024 March 8].; Available from: https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5495604/sumba-masuk-daftar-destinasi-wisata-terbaik-untuk-dikunjungi-di-2024-versi-cnn-travel?page=4

Musaddad AA, Rahayu OY, Pratama E, Supraptiningsih, Wahyuningsih E. Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen. 2019; 2(1): 73-93.

Sukmaratri M, Damayanti M. Diversifikasi Produk Wisata Sebagai Strategi Pengembangan Daya Saing Wisata Kota Batu. Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota. 2016; 12 (3): 325 – 335.

Syah I, Fathorrahman, Ainun MB. Analisis Branding Dalam Meningkatakan Ekonomi Kreatif Pariwisata Di Desa Bilis-Bilis Kecamatan Arjasa. Journal of Economics, Management, and Business Research. 2023; 4(1): 438 – 445.

Utama IGBR, Junaedi IWR. Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia: Solusi Masif Pengentasan Kemiskinan. Yogyakarta: Penerbit Depublish; 2016.