Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi
Volume. 5, Nomor. 3, September 2026
e-ISSN : 2961-9254 ; p-ISSN : 2961-9246, Hal. 68-77
DOI: https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v5i3.1196
Tersedia: https://ftuncen.com/index.php/JPMSAINTEK

Pendampingan Pengembangan Desa Suro Kabupaten Rejang Lebong sebagai Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal dan Budaya Bali

Facilitating the Development of Suro Village, Rejang Lebong Regency, into a Tourism Village Based on Local Wisdom and Balinese Cultural Heritage.

Vivi Oktari[1], Dedi Anggara[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Terbuka, Indonesia
vivi.oktari@ecampus.ut.ac.id

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 15 Agustus 2026;
Revisi: 31 Agustus 2026;
Diterima: 14 September 2026;
Terbit: 19 September 2026;

Keywords: *Tourism village, Balinese Culture, Local Wisdom, Community Empowerment, Community Based Tourism.*

Abstract: *Suro Village in Rejang Lebong Regency preserves a distinctive Balinese cultural heritage that offers significant potential for the development of a tourism village based on local wisdom. However, these cultural assets have not been fully utilized due to limited community capacity in packaging cultural attractions and promoting them as tourism products. This community service program aimed to assist local residents in developing Suro Village into a sustainable tourism village through a participatory approach. The program consisted of needs assessment, training, technical mentoring, and evaluation involving village officials, traditional leaders, tourism awareness groups, youth, and local MSME actors. The activities resulted in the development of cultural tourism packages, the establishment of a tourism village management structure, and improved community understanding of destination management and digital marketing. Youth participation in promoting the village through social media also increased during the program. These findings indicate that the village's cultural heritage and strong social capital provide a solid foundation for sustainable tourism development. With continued community commitment and stakeholder support, Suro Village has strong potential to become a competitive cultural tourism destination while preserving its local values.*

Abstrak

Desa Suro di Kabupaten Rejang Lebong memiliki kekayaan budaya Bali yang masih terjaga dan menjadi potensi besar untuk dikembangkan sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal. Namun, potensi tersebut belum dikelola secara optimal karena masih terbatasnya kemampuan masyarakat dalam mengemas atraksi budaya dan mempromosikannya sebagai produk wisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendampingi masyarakat dalam mengembangkan Desa Suro sebagai desa wisata yang berkelanjutan melalui pendekatan partisipatif. Program dilaksanakan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan teknis, serta evaluasi yang melibatkan pemerintah desa, tokoh adat, kelompok sadar wisata, pemuda, dan pelaku UMKM. Pendampingan menghasilkan rancangan paket wisata berbasis budaya Bali, terbentuknya struktur pengelola desa wisata, serta meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan destinasi dan promosi digital. Selain itu, partisipasi generasi muda dalam memperkenalkan potensi desa melalui media sosial juga mulai meningkat. Kegiatan ini menunjukkan bahwa kekuatan budaya dan modal sosial yang dimiliki masyarakat menjadi fondasi penting dalam pengembangan Desa Suro sebagai desa wisata. Dengan dukungan berbagai pihak dan komitmen masyarakat, desa ini memiliki peluang untuk berkembang menjadi destinasi wisata budaya yang berdaya saing sekaligus mampu menjaga kelestarian nilai-nilai lokal.

Keyword: Desa wisata, Budaya Bali, Kearifan Lokal, Pemberdayaan Masyarakat, Community Based Tourism.

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata telah lama menjadi salah satu penggerak utama perekonomian di Indonesia. Dalam beberapa dekade terakhir, arah pembangunan pariwisata nasional tidak lagi

semata berorientasi pada destinasi mass tourism, tetapi mulai bergeser menuju konsep pariwisata berkelanjutan yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama. Model desa wisata kemudian hadir sebagai pendekatan alternatif yang dinilai mampu mengintegrasikan potensi alam, budaya, dan ekonomi lokal secara lebih inklusif.

Secara konseptual, desa wisata merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang menyatu dalam struktur kehidupan masyarakat pedesaan. Menurut Peraturan (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021) Pengembangan desa wisata yang berbasis partisipasi masyarakat terbukti mampu meningkatkan pendapatan lokal sekaligus menjaga keberlanjutan sosial-budaya. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari sejauh mana masyarakat memperoleh manfaat ekonomi tanpa kehilangan identitas budayanya. Model pengelolaan pariwisata berbasis kearifan lokal menekankan pada pemberdayaan masyarakat setempat sebagai pemegang peran utama dalam perencanaan dan pengembangan destinasi wisata, sehingga pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan lokal berjalan secara berkelanjutan." (Aliim & Darwis, 2024). Dengan kata lain, budaya yang dirawat secara konsisten justru menjadi kekuatan diferensiasi destinasi di tengah persaingan industri pariwisata.

Dalam membangun desa wisata berbasis budaya, penting untuk memahami bahwa masyarakat bukan hanya pelengkap, melainkan pelaku utama dalam seluruh prosesnya. Karena itu, pendekatan yang digunakan harus memberi ruang bagi keterlibatan warga sejak tahap perencanaan hingga evaluasi. Secara teoretis, gagasan ini sejalan dengan konsep Community Based Tourism (CBT) yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan pariwisata (Prasong Suansri et al., 2020). Menurut hasil penelitian dari (Salsabila & Fauzi, 2021) bahwa partisipasi aktif masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan program desa wisata, terutama dalam aspek pengelolaan atraksi budaya dan distribusi manfaat ekonomi . Melalui pendekatan ini, pembangunan pariwisata tidak semata-mata mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga keseimbangan dengan pelestarian nilai sosial dan budaya lokal agar tetap terjaga dalam jangka panjang. Selain partisipasi, keberhasilan desa wisata juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan hubungan sosial di dalam masyarakat. Kerja sama, rasa percaya, dan kebiasaan gotong royong menjadi modal penting yang sering kali tidak terlihat, tetapi sangat menentukan keberlanjutan program. Hal ini sejalan dengan pandangan (Putnam, 1993) tentang modal sosial, yang menekankan bahwa jaringan sosial, kepercayaan, dan norma bersama merupakan aset utama dalam pembangunan berbasis komunitas.

Dalam konteks desa wisata, nilai-nilai tersebut menjadi fondasi yang menjaga kekompakan masyarakat dalam mengelola potensi budaya secara konsisten . Di sisi lain, pengembangan desa wisata berbasis budaya juga perlu mempertimbangkan bagaimana destinasi tersebut dipandang oleh wisatawan. Ketertarikan seseorang untuk berkunjung tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh persepsi, nilai, dan sikap terhadap destinasi yang ditawarkan. Pemikiran ini selaras dengan teori perilaku konsumen (Schiffman, 2010) yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh bagaimana konsumen memaknai suatu produk atau pengalaman. Oleh karena itu, masyarakat perlu diarahkan untuk menyusun pesan promosi yang menonjolkan identitas budaya sekaligus nilai keberlanjutan, sehingga mampu membangun citra yang kuat dan menarik di mata wisatawan.

Dalam konteks ini, Desa Suro, Kabupaten Rejang Lebong, memiliki potensi yang menarik untuk dikembangkan sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal dan budaya Bali. Keunikan identitas budaya Bali yang tumbuh dan beradaptasi di wilayah Bengkulu menjadi daya tarik tersendiri, karena menghadirkan perpaduan nilai tradisional dengan lingkungan sosial yang berbeda dari daerah asalnya. Tradisi keagamaan, seni tari, sistem banjar, hingga arsitektur khas Bali yang masih terjaga di Desa Suro merupakan aset budaya yang tidak hanya bernilai spiritual, tetapi juga memiliki potensi ekonomi kreatif. Menurut penelitian (Wesnawa, 2022) tentang desa wisata di Bali memperlihatkan bahwa budaya lokal baik dalam bentuk upacara keagamaan maupun kegiatan keseharian merupakan elemen penting dalam membangun daya tarik wisata yang berkelanjutan.

Keberadaan komunitas Bali di wilayah ini tidak sekadar menghadirkan identitas administratif, melainkan membentuk lanskap sosial dan budaya yang khas. Proses adaptasi masyarakat Bali di luar Pulau Bali menciptakan ruang akulturasi yang unik, di mana nilai-nilai tradisional tetap dilestarikan meskipun berada di lingkungan yang berbeda. Kondisi ini selaras dengan konsep community based tourism yang menempatkan budaya lokal sebagai aset utama dalam pembangunan pariwisata desa. Menurut Penelitian (Dyah Krismawintari & Rai Utama, 2019) menunjukkan bahwa pengelolaan berbasis kearifan lokal mampu menjaga identitas budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui partisipasi aktif warga setempat dalam setiap tahapan pengembangan wisata.

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dikelola secara terstruktur sebagai produk wisata yang terintegrasi. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan promosi, minimnya pengemasan atraksi budaya menjadi paket wisata, serta belum optimalnya keterlibatan generasi muda dalam pengembangan ekonomi kreatif desa. Padahal, berdasarkan penelitian dalam Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota, strategi pengembangan desa wisata

yang berbasis komunitas dapat memperkuat ketahanan ekonomi desa sekaligus mencegah degradasi budaya akibat modernisasi (Dewi et al., 2023)

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya strategis untuk mengembangkan Desa Suro sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal dan budaya Bali secara terencana, partisipatif, dan berkelanjutan. Pengembangan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata, tetapi juga memperkuat identitas budaya sebagai warisan yang tetap relevan di tengah perubahan zaman. Dengan pendekatan yang tepat, Desa Suro berpeluang menjadi model desa wisata berbasis budaya di Kabupaten Rejang Lebong yang mampu bersaing secara regional maupun nasional.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini mengadopsi pendekatan partisipatif dan kolaboratif, di mana masyarakat Desa Suro, Kabupaten Rejang Lebong khususnya komunitas budaya Bali, perangkat desa, Pokdarwis, pemuda, dan pelaku UMKM dilibatkan secara aktif sejak tahap perencanaan hingga evaluasi program.

Pendekatan ini sejalan dengan konsep Community Based Tourism (CBT), di mana masyarakat tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi sebagai subjek utama dalam pengelolaan desa wisata. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, program pengembangan Desa Suro sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal dan budaya Bali diharapkan tepat sasaran, berkelanjutan, serta memperkuat rasa memiliki terhadap program yang dijalankan.

A. Survei dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi langsung ke lapangan, wawancara dengan tokoh adat Bali, perangkat desa, pemuda, dan pengelola kegiatan budaya, serta diskusi kelompok. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai potensi dan permasalahan yang dihadapi desa dalam pengembangan wisata berbasis budaya. Dari hasil identifikasi ditemukan bahwa Desa Suro memiliki kekayaan budaya Bali yang masih terjaga, seperti pelaksanaan upacara keagamaan, seni tari, sistem sosial kemasyarakatan, rental baju adat dan arsitektur tradisional. Namun, potensi tersebut belum dikemas secara terstruktur menjadi produk wisata yang siap ditawarkan kepada pengunjung. Promosi desa juga masih terbatas, dan belum ada paket wisata terpadu yang dapat menjadi daya tarik utama.

Meskipun demikian, masyarakat memiliki semangat gotong royong yang kuat serta

komitmen untuk menjaga tradisi. Kondisi ini menjadi modal penting dalam pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal.

B. Pelatihan dan Workshop

Pelatihan dan workshop menjadi bagian utama dalam proses pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan secara tatap muka dengan metode diskusi interaktif dan praktik langsung agar peserta dapat memahami sekaligus menerapkan materi yang diberikan.

Materi pelatihan meliputi:

1. Pemahaman tentang konsep desa wisata dan prinsip pengelolaan berbasis masyarakat.
2. Teknik penyusunan dan pengemasan paket wisata budaya, termasuk perencanaan alur kunjungan dan penentuan nilai jual atraksi budaya.
3. Strategi promosi dan pemasaran digital untuk memperkenalkan Desa Suro secara lebih luas.

Dalam sesi praktik, peserta diajak menyusun rancangan paket wisata budaya Bali yang memadukan kegiatan adat, seni, serta produk ekonomi kreatif masyarakat. Selain itu, peserta juga belajar membuat konten promosi sederhana menggunakan media sosial. Setiap sesi pelatihan diakhiri dengan diskusi terbuka untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta dan mengidentifikasi kebutuhan pendampingan lanjutan.

C. Pendampingan Teknis

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan teknis secara berkala. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan langsung ke desa, diskusi kelompok kecil, serta konsultasi terkait kendala yang muncul dalam proses implementasi.

Pada tahap ini, tim pengabdian membantu masyarakat dalam:

1. Menyempurnakan paket wisata budaya yang telah dirancang.
2. Menyusun struktur pengelola desa wisata beserta pembagian tugasnya.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada calon wisatawan.
4. Mengembangkan media promosi desa secara bertahap.

Pendampingan ini bertujuan memastikan bahwa pengetahuan yang telah diperoleh benar-benar diterapkan dalam praktik. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat kepercayaan diri masyarakat dalam mengelola potensi desanya secara mandiri.

D. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi dilakukan selama dan setelah program berlangsung. Selama kegiatan, dilakukan pemantauan terhadap partisipasi masyarakat, pemahaman materi, serta perkembangan rencana desa wisata.

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner, diskusi bersama masyarakat, serta penilaian terhadap hasil yang telah dicapai, seperti tersusunnya paket wisata dan kesiapan kelembagaan pengelola. Umpan balik dari masyarakat menjadi bahan refleksi untuk mengetahui manfaat program serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut. Hasil evaluasi ini juga digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi keberlanjutan pengembangan Desa Suro sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal dan budaya Bali.

Berikut adalah diagram alur proses pelaksanaan kegiatan pengabdian :

Gambar 1 Diagram Alur Proses Pengabdian Masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan yang dilakukan secara terstruktur. Tim melakukan observasi dan wawancara dengan perangkat desa, tokoh adat Bali, pemuda, serta masyarakat yang terlibat dalam kegiatan budaya di Desa Suro, Kabupaten Rejang Lebong. Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai potensi desa sekaligus kendala yang dihadapi dalam pengembangan wisata berbasis budaya.

Gambar 2. Survey dan Identifikasi Kebutuhan.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa Desa Suro memiliki kekayaan budaya Bali yang masih terpelihara, seperti pelaksanaan upacara keagamaan, seni tari, sistem sosial banjar, rental baju adat dan arsitektur bernuansa Bali.

Namun demikian, potensi tersebut belum dikemas secara sistematis sebagai produk wisata. Promosi masih terbatas dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Temuan ini menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan dan strategi pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan desa.

B. Pelatihan dan Workshop

Pelatihan dan workshop dilaksanakan secara tatap muka dengan melibatkan perangkat desa, tokoh adat, pemuda, serta masyarakat yang berpotensi menjadi pengelola desa wisata. Materi difokuskan pada konsep desa wisata berbasis masyarakat, penyusunan paket wisata budaya, serta pengenalan promosi digital.

Gambar 3. Pelatihan dan Workshop

Pendekatan ini selaras dengan konsep Community Based Tourism (Prasong Suansri et al., 2020) yang menekankan bahwa masyarakat lokal harus menjadi pelaku utama dalam perencanaan dan pengelolaan wisata agar manfaat ekonomi dan sosial dapat dirasakan secara berkelanjutan.

Dalam sesi workshop, peserta menyusun rancangan paket wisata yang memadukan pertunjukan seni, kunjungan lingkungan adat, serta Peminjaman baju adat. Proses ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami budaya sebagai sumber nilai tambah ekonomi.

Konsep nilai tambah ini sejalan dengan teori modal sosial dari (Putnam, 1993) menjelaskan bahwa jaringan sosial, kepercayaan, dan norma kolektif dalam masyarakat merupakan aset penting dalam mendorong keberhasilan pembangunan berbasis komunitas.

Pelatihan tidak hanya menghasilkan rancangan paket wisata, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi dan nilai sakral budaya.

C. Pendampingan Teknis

Pendampingan teknis dilakukan setelah pelatihan untuk memastikan bahwa rencana yang telah disusun benar-benar dapat diterapkan. Tim membantu masyarakat dalam membentuk struktur pengelola desa wisata, membagi peran, serta memulai promosi melalui media sosial.

Gambar 4. Pendampingan

Dalam proses promosi, masyarakat dibimbing untuk menyusun pesan yang menonjolkan identitas budaya serta nilai keberlanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen (Schiffman, 2010) yang yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh persepsi, nilai, dan sikap konsumen terhadap suatu produk atau destinasi. Artinya, ketika Desa Suro dipromosikan sebagai desa wisata budaya yang autentik dan menjaga nilai tradisi, hal tersebut dapat membentuk persepsi positif di mata calon wisatawan. Selama pendampingan, terlihat adanya peningkatan partisipasi generasi muda dalam pembuatan konten digital. Respons awal di media sosial menunjukkan adanya ketertarikan masyarakat luar terhadap keunikan budaya Bali yang berkembang di luar Pulau Bali.

D. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi dilakukan melalui diskusi kelompok, kuesioner, dan wawancara terbuka. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan desa wisata dan pentingnya promosi berbasis identitas budaya. Sebagian besar peserta menyatakan lebih percaya diri dalam mempresentasikan potensi desa. Mereka juga mulai memahami bahwa promosi digital bukan sekadar sarana menjual, melainkan membangun hubungan dengan calon wisatawan. Temuan ini konsisten dengan strategi pemasaran digital (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, 2019) yang menekankan lima tahapan utama dalam pemasaran digital: analisis situasi, penetapan tujuan, pengembangan strategi, pelaksanaan taktik, dan pengendalian

Melalui tahapan tersebut, masyarakat Desa Suro mulai memahami bahwa pengembangan desa wisata memerlukan perencanaan, konsistensi, serta evaluasi berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa Desa Suro memiliki modal sosial dan budaya yang kuat untuk berkembang sebagai desa wisata berbasis kearifan lokal dan budaya Bali. Pendekatan partisipatif membuat masyarakat merasa dilibatkan, sementara penguatan kapasitas melalui pelatihan dan pendampingan membantu membangun kesiapan kelembagaan dan promosi.Ke depan, keberlanjutan program sangat bergantung pada konsistensi masyarakat dalam menjalankan struktur pengelolaan yang telah dibentuk serta dukungan dari pemerintah desa dan pihak terkait lainnya.

DAFTAR REFERENSI

Aliim, T. F., & Darwis, R. S. (2024). Peran Kelembagaan Lokal Dalam Mengkoordinasikan Pendayagunaan Sumber Daya Pada Desa Wisata. *Share : Social Work Journal*, *13*(2), 248–258. https://doi.org/10.24198/share.v13i2.51198

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). (2019). *Digital Marketing (7th Ed.) - Pearson Education Limited.*

Dewi, N. L. Y., Supriyono, B., Wijaya, A. F., & Rochmah, S. (2023). Local Wisdom-Based Sustainable Tourism Village Development Collaboration in Badung Regency. *International Journal of Science and Society*, *5*(3), 134–143. https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i3.724

Dyah Krismawintari, N. P., & Rai Utama, I. G. B. (2019). Study on the Implementation of Community Based Tourism Principles in Jatiluwih, Tabanan, Bali. *Jurnal Kajian Bali*, *9*(2), 429–448. https://doi.org/10.24843/JKB.2019.v09.i02.p08

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Pemerintah Indonesia*, *781*, 1–75.

Prasong Suansri, Slesiona, N., Thamm, S., Stolle, H. L. K. S., Weißenborn, V., Müller, P., Csáki, A., & Fritzsche, W. (2020). DNA-biofunctionalization of CTAC-capped gold nanocubes. *Nanomaterials*, *10*(6), 1–11. https://doi.org/10.3390/nano10061119

Putnam, R. D. (1993). *Buku*. 609.

Salsabila, M. S., & Fauzi, A. M. (2021). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus Desa Menang Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri). *Jurnal Pariwisata Terapan*, *5*(1), 38. https://doi.org/10.22146/jpt.65505

Schiffman, L. G. (2010). Consumer behaviour. *The Social Science Encyclopedia*, 167–169.

Wesnawa, I. G. A. (2022). Pengembangan Pariwisata Perdesaan Bali: Integrasi Potensi, Kearifan Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, *11*(1), 149–160. https://doi.org/10.23887/jish.v11i1.44184