Pandawa : Pusat Publikasi Hasil Pengabdian Masyarakat
Volume. 4, Nomor. 4 Oktober 2026
E-ISSN .: 3021-7733; P-ISSN : 3021-7679. Hal 290-300
DOI: https://doi.org/10.61132/pandawa.v4i4.3152
Tersedia: https://journal.aripi.or.id/index.php/Pandawa

Pendampingan Branding dan Kesiapan Usaha Homestay BUMDes Tambong dalam Mendukung Daya Jual Akomodasi

Assistance in Branding and Business Readiness of BUMDes Tambong Homestay to Support Accommodation Competitiveness

Firda Rachma Amalia[1*], Sandryas Alief Kurniasanti[2], Inno Cahyaning Tyas[3], Nurhalimah[4]
[1-2,4]Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia
[3]Pendidikan Bahasa, Universitas Jember, Indonesia
**Penulis Korespondensi: firdaamalia11@poliwangi.ac.id*

Riwayat Artikel:
Naskah Masuk: 24 Agustus 2026;
Revisi: 30 September 2026;
Diterima: 20 Oktober 2026;
Terbit: 31 Oktober 2026

Keywords: *Branding; BUMDes Tambong; Homestay; Standard Operating Procedures; Village Tourism.*

Abstract. *The development of village tourism accommodation requires business readiness, recognizable branding, and consistent service standards. Homestay BUMDes Tambong in Banyuwangi Regency has potential to support village tourism but faces challenges involving limited promotion, weak visual identity, environmental arrangement, and unavailable standardized service documentation. This community service program aimed to strengthen the homestay's business readiness through branding assistance and operational improvements. Activities included identifying partner needs, providing direct mentoring, improving facilities, preparing visual identity materials, and developing promotional content. Initial outcomes included installing a neon box as an identity marker, documenting visits by international guests for promotional purposes, improving garden arrangements, and providing Standard Operating Procedure (SOP) documents to the partner. These activities established resources for presenting the homestay professionally and guiding daily services. Further planned activities include managing social media, producing promotional videos, publishing information through media channels, and preparing community service articles. Although measurable changes in occupancy, visitor satisfaction, and business performance have not been reported, the program provides an initial foundation for improving service readiness and strengthening the homestay's image. Continued evaluation remains necessary to support sustainable village tourism development.*

Abstrak

Pengembangan akomodasi wisata desa membutuhkan kesiapan usaha, identitas merek yang kuat, dan standar pelayanan yang konsisten. Homestay BUMDes Tambong di Kabupaten Banyuwangi berpotensi mendukung pariwisata desa, tetapi masih menghadapi kendala berupa promosi terbatas, identitas visual yang kurang kuat, penataan lingkungan, serta belum tersedianya dokumentasi standar pelayanan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kesiapan usaha homestay melalui pendampingan penjenamaan dan penguatan operasional pelayanan. Kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pendampingan langsung, perbaikan fasilitas, penyediaan materi identitas visual, dan penyusunan konten promosi. Hasil awal kegiatan mencakup pemasangan papan identitas bercahaya sebagai penanda homestay, dokumentasi foto bersama tamu mancanegara untuk keperluan promosi, perbaikan penataan taman, serta penyerahan dokumen standar operasional prosedur (SOP) kepada mitra. Kegiatan tersebut menyediakan sarana awal untuk memperkuat citra usaha dan menjadi panduan dalam pelaksanaan pelayanan. Tindak lanjut yang direncanakan mencakup pengelolaan media sosial, pembuatan video promosi, publikasi media, serta penyusunan artikel pengabdian kepada masyarakat. Meskipun perubahan tingkat hunian, kepuasan tamu, dan kinerja usaha belum dilaporkan secara terukur, program ini menjadi landasan bagi peningkatan kesiapan layanan dan penguatan identitas homestay. Pelaksanaan lanjutan dan evaluasi diperlukan untuk mendukung pengembangan pariwisata desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Branding*; BUMDes Tambong; Homestay; Pariwisata Desa; Standar Operasional Prosedur.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis masyarakat menjadi salah satu pendekatan strategis dalam pengembangan ekonomi desa karena melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam penyediaan produk dan layanan wisata. Salah satu bentuk usaha yang berkembang dalam konsep tersebut adalah homestay. Homestay tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga menjadi media interaksi wisatawan dengan kehidupan lokal. BUMDes Tambong di Kabupaten Banyuwangi mengembangkan unit usaha homestay sebagai bagian dari upaya mendukung potensi wisata desa. Berdasarkan laporan kemajuan kegiatan, mitra telah memiliki fasilitas dasar berupa bangunan dan kamar, namun masih membutuhkan penguatan pada aspek identitas usaha, konsistensi layanan, serta strategi pemasaran.

Permasalahan tersebut menyebabkan potensi usaha belum sepenuhnya dikenal oleh calon wisatawan (Wijaya et al., 2026). Branding menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha jasa karena membantu membangun persepsi dan kepercayaan konsumen (Audina et al., 2026; Hidayat & Asih, 2025). Pada sektor pariwisata desa, branding tidak hanya berkaitan dengan nama usaha, tetapi juga mencakup pengalaman wisata, nilai lokal, kualitas pelayanan, dan komunikasi pemasaran (Apriyanti et al., 2026). Penelitian Surya et al. (2024) menunjukkan bahwa branding pemasaran desa wisata berperan dalam memperkuat daya saing dan mendukung keberlanjutan pariwisata berbasis kearifan lokal. Selain branding, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam keberhasilan homestay.

Pengelolaan homestay berbasis masyarakat membutuhkan standar pelayanan yang jelas agar pengalaman wisatawan tetap konsisten. Studi mengenai pengelolaan homestay masyarakat menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pengelola dan penerapan manajemen pelayanan dapat memperkuat keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal (Manalu et al., 2025; Mutiara et al., 2025). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu Homestay BUMDes Tambong memperkuat identitas usaha, meningkatkan kesiapan operasional, dan menyiapkan strategi promosi yang lebih efektif. Pembentukan Homestay BUMDes ini ditentukan berdasarkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa (Deby L.N., et al, 2026). Homestay BUMDes Tambong ini sangat berpotensi untuk berkembang namun penyediaan identitas dan tata letak usaha yang belum dikembangkan secara optimal, sehingga perlu dilakukan strategi branding melalui media sosial, pemasangan neon box berisi identitas usaha, menggunakan jasa influencer untuk promosi.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan pendekatan pendampingan berbasis kebutuhan mitra (*need-based mentoring approach*), yaitu pendekatan yang menempatkan kondisi dan permasalahan aktual mitra sebagai dasar dalam penyusunan program intervensi. Pendekatan ini dipilih karena pengembangan usaha pariwisata berbasis masyarakat tidak hanya membutuhkan penyediaan fasilitas, tetapi juga penguatan kapasitas pengelola, identitas usaha, serta peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan (Hidayatullah et al., 2020; Masrokhah, 2026). Subjek dalam kegiatan ini adalah pengelola Homestay BUMDes Tambong, Kabupaten Banyuwangi, sebagai unit usaha desa yang berperan dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan rencana pendampingan, implementasi kegiatan penguatan branding dan layanan, penyediaan dokumen pendukung operasional, serta penyusunan strategi publikasi hasil kegiatan (Hopid et al., 2026; Kadun et al., 2026). Pendekatan bertahap ini sesuai dengan prinsip pemberdayaan masyarakat yang menekankan proses penguatan kapasitas mitra agar mampu mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan (Mardikanto & Soebiato, 2019).

Identifikasi Kebutuhan Mitra Terkait Branding dan Kesiapan Layanan

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi dengan pengelola Homestay BUMDes Tambong untuk mengidentifikasi kondisi eksisting usaha. Identifikasi dilakukan terhadap aspek identitas visual, media promosi, kondisi fasilitas, lingkungan homestay, serta kesiapan standar pelayanan yang telah diterapkan.Berdasarkan hasil identifikasi, ditemukan bahwa homestay memiliki potensi sebagai bagian dari ekosistem wisata desa, namun masih membutuhkan penguatan pada aspek branding dan komunikasi pemasaran. Identitas usaha yang belum optimal dapat menyebabkan rendahnya tingkat pengenalan konsumen terhadap produk wisata yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), branding memiliki peran penting dalam menciptakan persepsi, diferensiasi, dan nilai tambah suatu produk atau layanan di tengah persaingan pasar.

Selain itu, kesiapan layanan juga menjadi aspek penting dalam usaha akomodasi wisata. Kualitas pelayanan yang konsisten dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan wisatawan terhadap suatu destinasi. Parasuraman et al. (1988) menjelaskan bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu jasa.

Pemasangan Neon Box sebagai Identitas Visual Homestay

Tahap kedua dilakukan melalui penyediaan dan pemasangan neon box sebagai elemen identitas visual Homestay BUMDes Tambong. Pemasangan media identitas ini bertujuan

meningkatkan keterlihatan lokasi usaha, memberikan tanda pengenal yang jelas bagi pengunjung, serta memperkuat citra profesional homestay sebagai bagian dari destinasi wisata desa.

Identitas visual merupakan bagian penting dalam strategi branding karena menjadi elemen pertama yang dikenali oleh konsumen. Logo, papan nama, warna, dan elemen visual lainnya membantu membangun ingatan serta asosiasi terhadap suatu merek (Wheeler, 2018). Dalam konteks pariwisata desa, keberadaan identitas visual yang kuat juga dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan memberikan pengalaman awal bagi wisatawan sebelum menggunakan layanan.Pemasangan neon box dilakukan dengan mempertimbangkan aspek keterbacaan, posisi strategis, serta kesesuaian dengan karakter usaha homestay. Media tersebut diharapkan menjadi simbol keberadaan usaha sekaligus sarana komunikasi visual bagi masyarakat dan wisatawan yang berkunjung.

Pengambilan Gambar Bersama Tamu Asing sebagai Bahan Komunikasi Pemasaran

Tahap ketiga dilakukan melalui dokumentasi aktivitas bersama tamu asing yang menginap di Homestay BUMDes Tambong. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai bahan komunikasi pemasaran untuk menunjukkan pengalaman wisatawan selama menggunakan layanan homestay.Dalam industri pariwisata, konten visual memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan calon wisatawan. Foto dan video yang menggambarkan pengalaman nyata pengunjung dapat menjadi bentuk *electronic word of mouth* (e-WOM) yang membantu meningkatkan minat kunjungan (Litvin et al., 2008). Dokumentasi pengalaman wisatawan juga dapat memperkuat storytelling destinasi dengan menunjukkan nilai autentik dari wisata berbasis masyarakat.Penggunaan dokumentasi dilakukan dengan memperhatikan aspek etika komunikasi pemasaran, termasuk memperoleh persetujuan dari tamu sebelum publikasi. Hal ini penting agar strategi promosi tetap menghormati privasi dan kenyamanan wisatawan dan meningkatkan kapasitas komunikasi *branding* dan promosi melalui media digital pada pengelolaan *homestay*, yang diharapkan akan berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan dan keberlanjutan ekonomi desa wisata (Murhadi et al., 2025)

Penataan Lingkungan dan Taman Homestay

Tahap keempat dilakukan melalui kegiatan penataan lingkungan sekitar homestay, khususnya area taman dan fasilitas pendukung. Penataan dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan visual, kebersihan, serta kualitas pengalaman wisatawan selama menginap.Lingkungan fisik merupakan salah satu komponen penting dalam pemasaran jasa karena pelanggan sering menggunakan kondisi fasilitas sebagai indikator kualitas layanan. Menurut Zeithaml et al. (2018), aspek bukti fisik (*physical evidence*) memiliki pengaruh

terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas suatu jasa.Dalam konteks homestay berbasis desa, lingkungan yang tertata juga memiliki nilai tambahan karena wisatawan tidak hanya mencari tempat menginap, tetapi juga pengalaman yang berkaitan dengan suasana lokal dan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penataan taman dan lingkungan menjadi bagian dari strategi peningkatan kualitas pengalaman wisata (*tourism experience*).

Pemberian Dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) Layanan

Tahap kelima dilakukan melalui penyusunan dan pemberian dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) layanan kepada pengelola Homestay BUMDes Tambong. Dokumen SOP berisi panduan dasar mengenai tata cara pelayanan tamu, prosedur penerimaan pengunjung, kebersihan kamar, komunikasi dengan tamu, serta pengelolaan layanan harian.Penerapan SOP diperlukan untuk memastikan setiap aktivitas pelayanan berjalan secara konsisten dan dapat dipahami oleh seluruh pengelola. Menurut Tjiptono (2019), standardisasi proses pelayanan menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga kualitas jasa dan meningkatkan kepuasan pelanggan.Keberadaan SOP juga menjadi bentuk penguatan kelembagaan usaha desa karena membantu mitra memiliki sistem kerja yang lebih terstruktur. Dengan demikian, pengelolaan homestay tidak hanya bergantung pada pengalaman individu pengelola, tetapi memiliki pedoman operasional yang dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Perencanaan Publikasi melalui Media Sosial, Video Promosi, dan Artikel Jurnal

Tahap akhir kegiatan diarahkan pada penyusunan strategi publikasi hasil pendampingan melalui media sosial, video promosi, serta artikel ilmiah pengabdian kepada masyarakat. Media sosial dipilih karena memiliki kemampuan menjangkau calon wisatawan secara luas dengan biaya relatif rendah.Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial memungkinkan organisasi membangun komunikasi dua arah dengan pengguna melalui pertukaran informasi, pengalaman, dan konten secara digital. Dalam sektor pariwisata, pemanfaatan media digital dapat membantu meningkatkan visibilitas destinasi serta memperluas jangkauan promosi.

Selain publikasi kepada masyarakat umum, hasil kegiatan juga direncanakan untuk disusun dalam bentuk artikel ilmiah sebagai bentuk dokumentasi akademik dan penyebarluasan praktik baik pengembangan homestay berbasis desa. Publikasi ilmiah pengabdian menjadi salah satu cara untuk memperkuat kontribusi program terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan pemberdayaan masyarakat.

3. HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Homestay BUMDes Tambong menghasilkan beberapa capaian awal yang berfokus pada penguatan identitas usaha, peningkatan kualitas lingkungan, serta kesiapan operasional layanan. Kegiatan dilakukan melalui pendekatan pendampingan langsung kepada mitra dengan menyesuaikan kebutuhan dan kondisi eksisting homestay.

Capaian pertama adalah pemasangan neon box sebagai identitas visual homestay. Pemasangan media identitas tersebut bertujuan memperkuat keberadaan usaha secara fisik sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat maupun wisatawan yang berkunjung. Identitas visual menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra usaha karena mampu memberikan tanda pengenal yang konsisten dan meningkatkan profesionalitas sebuah layanan wisata.

Capaian kedua berupa pengambilan gambar bersama tamu asing sebagai bahan komunikasi pemasaran. Dokumentasi tersebut menjadi materi awal dalam penyusunan konten promosi digital yang menampilkan pengalaman nyata wisatawan selama menggunakan layanan homestay. Konten berbasis pengalaman pengguna (*user experience content*) diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan calon wisatawan dan memperluas jangkauan promosi melalui media digital.

Capaian ketiga adalah penataan lingkungan dan taman homestay. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan kualitas tampilan fisik dan kenyamanan area homestay. Lingkungan yang bersih, rapi, dan menarik menjadi bagian dari pengalaman wisatawan serta mendukung terbentuknya kesan positif terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Capaian keempat yaitu penyediaan dokumen *Standar Operasional Prosedur* (SOP) layanan kepada pengelola homestay. Dokumen tersebut digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan pelayanan agar lebih terarah, konsisten, dan mudah diterapkan oleh pengelola. SOP menjadi instrumen penting dalam menjaga kualitas pelayanan serta mendukung keberlanjutan pengelolaan usaha homestay.

Selain capaian yang telah terlaksana, beberapa kegiatan masih berada pada tahap lanjutan, yaitu pengelolaan media sosial, produksi video promosi, dan publikasi hasil kegiatan melalui media maupun artikel ilmiah.

Tabel 1. Capaian Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat pada Homestay BUMDes Tambong.

No.	Kegiatan	Bentuk Pelaksanaan	Luaran/Capaian	Status
1	Penguatan identitas visual homestay	Pemasangan neon box sebagai penanda usaha Homestay BUMDes Tambong	Tersedianya media identitas visual yang meningkatkan keterlihatan dan pengenalan usaha	Terlaksana
2	Dokumentasi pengalaman wisatawan	Pengambilan gambar bersama tamu asing yang menginap di homestay	Tersedianya bahan visual awal untuk konten promosi dan komunikasi pemasaran digital	Terlaksana
3	Penataan lingkungan homestay	Perapian taman dan area sekitar fasilitas homestay	Meningkatnya kualitas tampilan lingkungan serta kenyamanan area bagi wisatawan	Terlaksana
4	Penguatan standar pelayanan	Penyusunan dan pemberian dokumen Standar Operasional Prosedur (SOP) kepada pengelola	Tersedianya pedoman operasional untuk mendukung pelayanan yang lebih konsisten	Terlaksana
5	Pengembangan media promosi digital	Perencanaan pengelolaan media sosial dan produksi video promosi	Tersusunnya rencana pengembangan strategi promosi digital homestay	Tahap lanjutan
6	Publikasi hasil kegiatan	Penyusunan artikel pengabdian dan publikasi media	Terdokumentasinya hasil kegiatan untuk penyebarluasan praktik baik pengembangan homestay desa	Tahap lanjutan

4. DISKUSI

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sudah di lakukan sesuai tahap yang di rencanakan dari awal pembuatan granul dari ampas echo enzim.Kegiatan ini di lakukan bersama masyarakat, tim Dosen dan Mahasiswa. Pada Gambar 1 dan Gambar 2 adalah jalan nya kegiatan yang dilakukan pada saat



Gambar 1. Pemasangan neon box.



Gambar 2. Foto bersama hasil penataan taman.



Gambar 3. Penyerahan SOP.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan usaha homestay tidak hanya membutuhkan peningkatan fasilitas fisik, tetapi juga membutuhkan identitas usaha dan sistem pelayanan yang jelas. Branding menjadi aspek penting karena membantu wisatawan mengenali dan membedakan suatu layanan akomodasi.Pemberian SOP menjadi langkah awal untuk menciptakan standar pelayanan yang lebih terarah. Sementara itu, penataan lingkungan dan penyediaan bahan promosi mendukung penciptaan pengalaman wisata yang lebih menarik. Meskipun demikian, dampak terhadap peningkatan jumlah tamu, pendapatan, dan kepuasan pelanggan masih memerlukan evaluasi lanjutan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan branding dan kesiapan usaha Homestay BUMDes Tambong di Kabupaten Banyuwangi telah memberikan kontribusi positif terhadap penguatan identitas usaha, penataan lingkungan, dan kesiapan operasional pelayanan. Pelaksanaan program menghasilkan beberapa capaian utama, yaitu pemasangan neon box sebagai identitas visual, dokumentasi pengalaman wisatawan sebagai bahan promosi, penataan taman untuk meningkatkan kenyamanan lingkungan, serta penyusunan dan penyerahan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) sebagai pedoman pelayanan. Berbagai kegiatan tersebut menjadi langkah awal dalam membangun citra usaha yang lebih profesional, meningkatkan keterlihatan homestay, dan mendukung pengelolaan layanan yang lebih terstruktur. Pendekatan pendampingan berbasis kebutuhan mitra juga memungkinkan pelaksanaan program disesuaikan dengan kondisi aktual dan potensi pengembangan usaha. Meskipun demikian, capaian yang diperoleh masih berfokus pada penyediaan sarana pendukung dan penguatan kesiapan usaha sehingga pengaruhnya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, kepuasan pelanggan, dan pendapatan homestay belum dapat disimpulkan secara langsung tanpa adanya pengukuran serta evaluasi lanjutan yang lebih sistematis dan terukur.

Keberlanjutan program perlu diarahkan pada optimalisasi pengelolaan media sosial, produksi konten promosi digital, penerapan SOP secara konsisten, serta peningkatan kapasitas pengelola homestay. Evaluasi berkala terhadap kualitas pelayanan, jumlah kunjungan wisatawan, tingkat kepuasan pelanggan, dan perkembangan pendapatan usaha diperlukan untuk mengetahui efektivitas pendampingan. Melalui penguatan branding, kualitas layanan, dan strategi pemasaran yang berkelanjutan, Homestay BUMDes Tambong diharapkan mampu meningkatkan daya saing sebagai akomodasi berbasis masyarakat sekaligus mendukung pengembangan pariwisata desa dan perekonomian masyarakat lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Banyuwangi telah memberikan hibah dengan Surat Keputusan Direktur Nomor 3466/DST/ PL36/KP/2026 tanggal 10 April 2026 dan Perjanjian / Kontrak Nomor 3604.18/ I)ST/ P186/AI.04/ 2026 tanggal 13 April 2026, dan BUMDes Tambong, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pendampingan ini.

DAFTAR REFERENSI

Apriyanti, et al. (2026). Penguatan branding dan promosi budidaya cacing fosfor melalui pendampingan KKN-T berdampak UNIPMA di Desa Banget, Kwadungan, Ngawi. Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya, 5(3).

Audina, G. D., et al. (2026). Pengembangan UMKM melalui pendampingan branding kemasan dan pemasaran digital di Desa Batumarta 1, Kecamatan Lubuk Raja. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1). https://doi.org/10.62951/inovasisosial.v3i1.2973

Deby, L. N., Kusumantoro, & Muh, I. S. (2026). Peningkatan kapasita kelembagaann dan profesiosionalitas SDM BUMDes. Jurnal Abdimasku, 6(2), 389–394.

Hidayat, A. N., & Asih, S. (2025). Strategi pengembangan potensi Makam Watu Cenik Wonogiri sebagai wisata ziarah guna meningkatkan kunjungan wisatawan. Jurnal Pariwisata Indonesia, 2(3). https://doi.org/10.62383/tamasya.v2i3.731

Hopid, H., et al. (2026). Pendampingan pengolahan bawang goreng dan peningkatan kualitas dengan penerapan mesin semi otomatis pada KWT Permata Tani Desa Rubaru Kecamatan Rubaru Kabupaten Sumenep. KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 6(1). https://doi.org/10.55606/kreatif.v6i1.9880

Kadun, A. D. N., et al. (2026). Pendampingan pembuatan logo kerajinan gerabah tradisional Kampung Abar, Kabupaten Jayapura. Jurnal Pengabdian dan Pembangunan Lokal, 3(2). https://doi.org/10.62951/masyarakatmandiri.v3i2.3144

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. Pearson.

Manalu, R. S., et al. (2025). Danau Singkarak sebagai motor ekonomi lokal: Analisis peran desa wisata dalam peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan, 4(2). https://doi.org/10.55606/jempper.v4i2.4572

Masrokhah, S. (2026). Pendampingan pengembangan usaha Cireng Isi Ayam & Jamur Nyak Mud Food Desa Banglarangan Kecamatan Ampelgading Kabupaten Pemalang. Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 1(1).

Murhadi, Reni, S., Suci, S. W., Setiyo, F. X. W., Rita, S., & Lioe, L. S. (2025). Pelatihamn digital branding dengan media sosial melalui pengelolaan homestay di Desa Wisata Leuwimalang Bogor. 2(2). https://doi.org/10.56743/josse.v2i2.671

Mutiara, M., et al. (2025). Strategi peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata Tamsar 27 di Desa Bengkelang, Kec. Bandar Pusaka, Kabupaten Aceh Tamiang. Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital, 2(4). https://doi.org/10.61132/apke.v2i4.1748

Nurfadilah, N. (2024). Community homestay management assistance. Advances in Community Services Research. https://doi.org/10.60079/acsr.v2i2.298

Surya, E. D., Mesra, M., & Kadir, Z. A. (2024). Tourism village marketing branding towards sustainable tourism based on local wisdom. Jurnal Manajemen Bisnis, 15(2), 275–294. https://doi.org/10.18196/mb.v15i2.23503

Wibawa, I. P. A. (2022). Digital marketing and sustainable tourism for tourist villages. https://doi.org/10.58982/injogt.v3i2.209

Wijaya, J., et al. (2026). Pendampingan berbasis participatory action research pada UMKM Jiddah Krenyes Jakarta: Transformasi pemasaran melalui penetrasi retail modern Bright Store Pertamina untuk meningkatkan daya saing. Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(2). https://doi.org/10.59024/faedah.v4i2.1732