

# Mahasiswa FEB UNAIR Gagas Inovasi “Destination Branding” dengan Kearifan Lokal

Achmad Sarjono - [JATIM.PUBLIKINDONESIA.COM](http://JATIM.PUBLIKINDONESIA.COM)

Aug 9, 2022 - 23:59



SURABAYA, - Gagasan Inovasi Destination Branding di dalam corak kearifan lokal, mengantarkan empat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Airlangga (UNAIR) meraih pendanaan dalam ajang Program Kreativitas Mahasiswa bidang Riset Sosial Humaniora (PKM-RSH) 2022.

Keempat mahasiswa tersebut ialah Berliani Rosi, Intan Sukma Cahyani, Sinta Fanidatus Solichah, dan Difa Inggrayuwana.

“Gagasan tersebut merupakan upaya mewujudkan Sustainable Tourism Development di Kampung Majapahit Desa Bejjong,” ucap ketua kelompok, Berliani Rosi.

Rosi menyebut, Kampung Majapahit Desa Bejjong yang terletak di Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto merupakan desa wisata potensial untuk dikembangkan karena keindahan alam, kekayaan sejarah, budaya, serta industri kreatif.

Namun, dalam proses pengembangan desa wisata, tentu tidak ingin merusak nilai budaya seperti yang sering terjadi ditempat lain.

Sebaliknya, sambung Rosi, banyak potensi dan kearifan lokal yang dimiliki Kampung Majapahit. Hal itu nampak seperti kepercayaan kepada Mbah Biyung sebagai pembabat desa Bejjong; nilai toleransi beragama yang tercermin dari adanya patung Budha di tengah-tengah penduduk mayoritas Islam; dan kepercayaan masyarakat akan pohon Maja sebagai asal usul nama Kerajaan Majapahit.

Hal tersebut, tentu akan menambah eksistensi local wisdom yang mengarah pada perbaikan ataupun peningkatan jumlah wisatawan di desa tersebut.

“Oleh karena itu, untuk menghindari adanya permasalahan tergerusnya kearifan lokal masyarakat akibat pembangunan desa wisata, diperlukannya strategi destination branding dengan memanfaatkan keberadaan kearifan lokal untuk tetap menjaga kelestarian dan mengangkat kebudayaan masyarakat di Desa Bejjong serta mewujudkan sustainable tourism development,” ujar Rosi pada Senin (8/8/2022).

Beberapa tahapan dilakukan Rosi beserta timnya untuk melakukan destination branding di desa wisata Kampung Majapahit. Pertama dengan melakukan wawancara kepada tokoh masyarakat serta kepala Desa Bejjong untuk menggali lebih dalam bagaimana kearifan lokal (local wisdom) masyarakat Desa Bejjong. Selain itu, survei melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat dan pengunjung Candi Brahu, Siti Inggil, serta Patung Budha Tidur juga dilakukan.

Dari riset tersebut, nantinya akan menghasilkan beberapa rekomendasi yang akan menjadi masukan bagi pemerintah dalam pengembangan desa wisata. Hal itu selaras dengan fokus pemerintah sebagai salah satu bentuk memulihkan perekonomian nasional melalui aktivitas pariwisata yang melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya.

“Semoga dengan adanya program kreativitas mahasiswa ini dapat berkontribusi dalam membangun bangsa dengan memunculkan berbagai ide inovasi atau pengetahuan baru yang dapat diimplementasikan dan sebagai bahan evaluasi baik bagi pemerintah maupun masyarakat,” pungkas Rosi. (\*)