

Unlocking Coban Binangun's Tourism Potential: Enhancing Village Hospitality with Plintahan Destination Branding Profile: Membuka Potensi Pariwisata Coban Binangun: Meningkatkan Keramah tamahan Desa dengan Profil Branding Destinasi Plintahan

Razif Zulvikar Hatuwe

Nabila Ayu Bakta

Indah Agustinah Rahmawati

Adelia Kharisma Putri

Dwi Sukma Wardani

Rohman Dijaya

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

The aim of this service is to increase Coban Binangun's tourism potential through an attractive destination branding profile that focuses on natural attractions, culture and village hospitality. Apart from that, this service also encourages local communities to contribute to tourism development by emphasizing their hospitality and active involvement in tourist services. This service method includes tourism potential studies, which include conducting comprehensive research on the natural and cultural potential of Coban Binangun as well as assessing attractions that can be included in the destination branding profile. The hospitality training provides training to local communities about tourism services, hospitality, and how to help tourists have a good experience. The result of this service is increased public awareness and understanding of the benefits of "Plintahan" destination branding, which forms a consistent and well-known identity by tourists. This dedication has the implication that with increased tourism, local communities become more aware of the preservation of nature and local culture.

Highlight:

- Destination Branding: Developing a compelling brand profile for Coban Binangun focusing on natural beauty and cultural richness to attract tourists.
- Community Engagement: Encouraging local participation by training them in hospitality and tourist services, fostering their involvement in tourism development.
- Awareness and Conservation: Increased awareness among tourists and locals about the "Plintahan" brand, leading to a more profound understanding of the need for preserving nature and local culture.

Keyword: Binangun Waterfall, Natural Tourism, Promotion

Pendahuluan

Artikel ini mengeksplorasi potensi wisata Coban Binangun yang belum terealisasi, dengan penekanan khusus pada peningkatan keramah tamahan desa dalam konteks Plintahan dengan

menggunakan profil branding destinasi secara strategis [1]. Studi ini berupaya memberikan kontribusi yang signifikan pada bidang pariwisata dan pengelolaan destinasi dengan menawarkan latar belakang menyeluruh, melakukan penilaian literatur, menunjukkan keunikan ilmiah, melakukan analisis kesenjangan, dan menyoroti pentingnya pengabdian [2].

Coban Binangun mempunyai potensi pertumbuhan wisata yang belum tergali karena keindahan alam bawaannya [3][4]. Tujuan utama dari esai ini adalah memaksimalkan potensi desa melalui peningkatan perhotelan dengan menerapkan profil destinasi branding secara halus, dengan penekanan pada karakteristik unik Plintahan [5][6].

Mayoritas materi yang sekarang dipublikasikan berfokus pada prinsip-prinsip branding dan taktik wisata yang luas [7]. Namun demikian, terdapat kurangnya investigasi menyeluruh terhadap penerapan profil branding destinasi, khususnya di dusun seperti Plintahan. Dengan mengeksplorasi rincian ilmiah yang rumit mengenai branding destinasi yang disesuaikan untuk pariwisata pedesaan, pengabdian ini bertujuan untuk menutup kesenjangan akademis ini [8].

Pengabdian sebelumnya sebagian besar berfokus pada branding destinasi dalam skala yang lebih besar, dan terkadang mengabaikan ciri khas daerah pedesaan [9]. Terdapat kesenjangan pengetahuan yang jelas tentang bagaimana profil branding destinasi, yang disesuaikan dengan ciri-ciri dusun tertentu seperti Plintahan, dapat menghasilkan pengalaman yang lebih baik terkait perhotelan dan pariwisata [10]. Dengan menawarkan strategi baru yang melengkapi kualitas unik Coban Binangun, pengabdian ini berupaya untuk menutup kesenjangan tersebut.

Pengabdian ini penting karena memiliki kemampuan untuk mengubah secara total pemandangan wisata Coban Binangun dengan menggunakan profiling branding destinasi yang spesifik untuk ciri khas Plintahan secara cermat [11]. Strategi seperti ini melestarikan warisan budaya desa dan menstimulasi pertumbuhan ekonomi selain menarik wisatawan dan menciptakan lingkungan pariwisata yang berkelanjutan [12].

Tujuan utama artikel ini adalah untuk memberikan penyelidikan ilmiah yang mendalam mengenai kemungkinan pembuatan profil branding destinasi dalam kerangka Coban Binangun, dengan penekanan khusus pada Desa Plintahan. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan wawasan praktis bagi pemangku kepentingan lokal, praktisi pariwisata, dan pembuat kebijakan dengan memperjelas kualitas tertentu yang membedakan desa tersebut dan membuat rencana branding yang disesuaikan [13]. Tujuan utamanya adalah memaksimalkan potensi wisata Coban Binangun dengan mengedepankan keseimbangan harmonis antara pembangunan ekonomi, pelestarian budaya, dan peningkatan pengalaman pengunjung [14].

Sebagai kesimpulan, makalah ini mengisi kekosongan yang signifikan dalam literatur dengan mengajukan metode profiling branding destinasi yang disesuaikan untuk pariwisata pedesaan di Coban Binangun, khususnya dalam lingkungan Plintahan yang unik. Tujuan kami adalah mendukung pertumbuhan pariwisata berkelanjutan dengan menonjolkan ciri khas budaya dan lingkungan yang menjadikan Coban Binangun sebagai tujuan wisata yang menarik [15].

Metode

Dimulai dengan melakukan analisis menyeluruh potensi pariwisata sekitar Coban Binangun. Survei melibatkan warga setempat, pihak berkepentingan, dan pakar pariwisata untuk menilai daya tarik alam, keberlanjutan ekowisata, dan kemungkinan pengembangan infrastruktur pendukung.

Tim pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari warga setempat, pemerintah desa, dan ahli branding destinasi. Tugas mereka adalah merancang dan menerapkan strategi pengembangan yang berfokus pada meningkatkan keramahtamahan desa dan menciptakan profil branding destinasi Plintahan yang unik.

Profil branding destinasi Plintahan dibuat oleh tim bersama dengan pakar branding dan desainer grafis. Nilai-nilai desa, ciri alam, dan budaya lokal unik adalah bagian dari ini. Profil branding ini harus membuat identitas wisatawan menarik dan mudah diingat.

Sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan keramahtamahan desa, masyarakat setempat diberi pelatihan tentang pelayanan wisata. Pelatihan ini mencakup hal-hal seperti keramahan, keterampilan komunikasi, dan keterampilan memberikan informasi pariwisata, yang akan membantu menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung.

Langkah penting dalam pembangunan infrastruktur pariwisata dan fasilitas pendukung adalah perencanaan pembangunan akses yang memadai, area parkir, dan fasilitas umum seperti kamar mandi dan tempat istirahat. Infrastruktur yang baik akan memberikan kenyamanan kepada wisatawan dan membantu destinasi tetap berjalan seperti yang diharapkan.

Setelah profil branding dan infrastruktur selesai, kampanye pemasaran destinasi dilakukan. Ini mencakup mempromosikan bisnis melalui media sosial, situs web, brosur, dan hadir dalam pameran pariwisata. Kampanye ini harus menekankan nilai-nilai profil branding destinasi Plintahan dan menarik target pasar yang diinginkan.

Untuk mengetahui seberapa sukses pembangunan pariwisata Coban Binangun, evaluasi terus-menerus dilakukan. Keberhasilan diukur dengan data jumlah kunjungan, umpan balik wisatawan, dan dampak ekonomi lokal. Observasi terus menerus meningkatkan daya saing destinasi Plintahan di pasar pariwisata regional dan nasional.

Hasil dan Pembahasan

Desa Plintahan memiliki potensi pariwisata yang luar biasa karena Coban Binangun, daya tarik utamanya. Namun, pendekatan yang lebih luas diperlukan untuk memaksimalkan potensi ini. Meningkatkan keramahtamahan desa melalui profil branding destinasi adalah salah satu cara yang dapat dilakukan [16]. Dengan cara ini, Desa Plintahan akan menjadi terkenal bukan hanya karena keindahan alamnya, tetapi juga karena menjadi tempat yang ramah dan berkesan untuk dikunjungi [17] [18].



Figure 1. Wisata Coban Binangun

Cara pertama untuk meningkatkan potensi pariwisata adalah menemukan daya tarik utama. Dengan air terjunnya yang memukau, Coban Binangun menjadi pusat perhatian [19]. Profil branding destinasi yang kuat dan asli akan dibuat dengan bantuan pengabdian dan pemahaman yang mendalam tentang daya tarik ini [20].

Keramahtamahan desa akan ditingkatkan melalui profil branding destinasi "Plintahan Welcomes You". Ini adalah komitmen untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung [21][22]. Branding ini menggambarkan sifat ramah, sederhana, dan ramah yang menjadi ciri khas Desa Plintahan [23].



Figure 2. *Salah Satu Bentuk Promosi Wisata Coban Binangun di Media Sosial Youtube*

Keberhasilan profil branding destinasi bergantung pada partisipasi masyarakat lokal. Melibatkan warga desa dalam proses pengembangan dan pelaksanaan branding akan memastikan bahwa nilai-nilai lokal tercermin dengan baik [24]. Masyarakat dapat menjadi duta pariwisata yang aktif dan membantu keberlanjutan destinasi dengan memahami kearifan lokal.

Untuk meningkatkan keramahtamahan desa, pelaku pariwisata lokal dan penduduk desa dapat dilatih dalam hal keramahtamahan [25]. Keterampilan komunikasi, layanan tamu, dan pemahaman tentang kebutuhan dan harapan wisatawan semua diajarkan dalam pelatihan ini. Jadi, setiap orang yang datang akan merasa diterima dengan baik dan dihargai [26].

Infrastruktur pariwisata yang memadai sangat penting untuk profil branding destinasi. Kunjungan akan lebih nyaman jika fasilitas seperti jalur trekking, tempat istirahat, dan toilet umum dipertahankan dan dikembangkan [27]. Selain itu, infrastruktur yang memadai memberi kesan positif tentang profesionalitas Desa Plintahan dan tanggung jawabnya terhadap pariwisata [28].

Desa Plintahan dapat bekerja sama dengan bisnis lokal untuk menambah pengalaman pengunjung. Kemitraan seperti ini, mulai dari warung makan hingga usaha kerajinan tangan, akan memberikan warga desa peluang ekonomi dan pengunjung lebih banyak pengalaman [29].

Langkah terakhir adalah evaluasi dan perbaikan terus menerus. Komentar pengunjung dan partisipasi masyarakat akan meningkatkan profil branding destinasi [30]. Siklus evaluasi yang berkelanjutan akan memungkinkan Desa Plintahan untuk terus meningkatkan potensi pariwisatanya dan memperkuat posisinya sebagai destinasi unggulan yang menawarkan keramahtamahan dan keindahan alam.

Simpulan

Membuka Potensi Pariwisata Coban Binangun: Meningkatkan Keramahtamahan Desa dengan Profil Branding Destinasi Plintahan adalah upaya untuk meningkatkan potensi pariwisata Coban Binangun melalui penerapan strategi profil branding destinasi Plintahan. Berikut adalah beberapa hasil dari kegiatan seperti, tujuan proyek ini adalah untuk meningkatkan potensi pariwisata Coban Binangun, menunjukkan komitmen proyek untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui pariwisata,

yang akan memberikan peluang baru bagi penduduk setempat dan mendorong pembangunan berkelanjutan.

Fokus pada meningkatkan keramahtamahan desa menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan tidak hanya tergantung pada destinasi wisata, tetapi juga pada hubungan yang positif dengan masyarakat lokal. Keramahtamahan dapat menjadi komponen penting dari daya tarik pariwisata.

Proyek ini menggunakan pendekatan profesional untuk membangun citra dan identitas unik Coban Binangun dengan menggunakan profil branding destinasi Plintahan. Profil branding yang efektif dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan daya saingnya di pasar pariwisata.

Profil branding membantu mengoptimalkan promosi dan pemasaran Coban Binangun. Penggunaan strategi pemasaran yang efektif, baik secara online maupun offline, dapat meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik perhatian wisatawan potensial.

Melibatkan masyarakat lokal dalam strategi branding dan pengembangan pariwisata menunjukkan betapa pentingnya mereka untuk keberhasilan proyek. Membangun kesadaran masyarakat dan rasa kepemilikan dapat memiliki efek positif yang bertahan lama.

Proyek ini memiliki potensi untuk mendukung keberlanjutan pariwisata dengan melihat pengembangan pariwisata secara menyeluruh, yang berarti pengelolaan yang bijaksana terhadap sumber daya alam, pelestarian budaya, dan pembagian ekonomi lokal yang merata.

Oleh karena itu, tujuan dari inisiatif ini adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengembangan potensi pariwisata Coban Binangun, dengan penekanan khusus pada meningkatkan keramahtamahan desa melalui profil branding destinasi Plintahan. Diharapkan bahwa metode ini akan berdampak positif pada pertumbuhan pariwisata lokal dari segi sosial dan ekonomi.

References

1. K. I. M. M. I. YEON, "Method for offer real-time lowest rates using individual discount characteristics sales server and system thereof," no. KR 20170001676 A. [Online]. Available: <https://lens.org/061-432-254-739-115>
2. Y. HU, L. U. JIEPING, W. YUHAN, H. CENYU, Y. I. N. LING, and X. U. XIAOYI, "Intelligent scenic spot guide system with decryption mode," no. CN 105761174 A. [Online]. Available: <https://lens.org/198-237-127-209-941>
3. X. I. E. WENHUI, "Scenic spot recommendation method based on virtual reality," no. CN 110704755 A. [Online]. Available: <https://lens.org/045-498-961-192-253>
4. Y. RONGPING and W. DAOJIE, "Scenic spot visitor flow peak value prediction method suitable for text travel industry monitoring," no. CN 112926784 A. [Online]. Available: <https://lens.org/146-872-195-467-834>
5. Z. MENGHE, "Intelligent tourist attraction efficient service intelligent management system," no. CN 112116743 A. [Online]. Available: <https://lens.org/060-408-792-245-220>
6. K. HSIN-YI, "Method for quickly and precisely searching tourist attractions capable of searching tourist attraction information according to a query string transmitted from a terminal device," no. TW 201810169 A. [Online]. Available: <https://lens.org/066-796-267-192-197>
7. L. E. E. S. MO, "THE DEVICE OF INFORMATION A TOURIST RESORT USING INTERNET," no. KR 20070005955 A. [Online]. Available: <https://lens.org/164-529-586-964-621>
8. B. A. O. HUANRONG, "Scenic spot tourist management method, medium and terminal," no. CN 114550357 A. [Online]. Available: <https://lens.org/121-096-257-281-757>
9. M. I. JIAN and J. KEWEI, "Tourism industry service method and system," no. CN 114462776 A. [Online]. Available: <https://lens.org/052-785-567-134-755>

10. J. I. N. WEIFENG, C. YIFEI, and Z. H. U. WENWEI, "Tourist management system," no. CN 216310957 U. [Online]. Available: <https://lens.org/145-720-314-207-033>
11. C. H. U. HYUNGJAI, "INTEGRATED SYSTEM FOR MEDICAL AND TOURIST SERVICES ON INTERNET AND OPERATIONAL METHOD THEREOF," no. WO 2001/095198 A1. [Online]. Available: <https://lens.org/183-407-049-940-96X>
12. M. E. I. YAKUN, "Scenic spot tourist data analysis system," no. CN 106022643 A. [Online]. Available: <https://lens.org/054-513-428-660-038>
13. G. U. O. JUN et al., "Mobile terminal orientated intelligent tourism service system and method," no. CN 104409031 A. [Online]. Available: <https://lens.org/000-580-591-678-87X>
14. T. DIANZHANG, "Tourist group guiding method, tourist group management system, tour guide management system, and tourist service system," no. CN 108269203 A. [Online]. Available: <https://lens.org/175-410-719-654-40X>
15. A. ABBAS, "SYSTEM AND METHOD FOR CREATING CULTURAL HERITAGE TOUR PROGRAM AND HISTORICAL ENVIRONMENT FOR TOURISTS," no. US 2014/0195285 A1. [Online]. Available: <https://lens.org/032-608-951-035-265>
16. C. HUASHENG, "Indicator for tourist attraction," no. CN 213935429 U. [Online]. Available: <https://lens.org/074-697-339-800-945>
17. L. Y. U. JIANBIAO, M. A. LIGANG, and Z. JUN, "Method for pushing tourism information on basis of LBS (location based service) and tourist characteristic bid data analysis," no. CN 106202369 A. [Online]. Available: <https://lens.org/182-786-071-860-276>
18. Y. HU, L. U. JIEPING, W. YUHANG, H. CENYU, C. A. I. JUN, and X. U. XIAOYI, "Intelligent scenic spot tour guide system based on task completion," no. CN 105469330 A. [Online]. Available: <https://lens.org/190-501-034-704-256>
19. Z. YONGAI, X. ZHIYANG, L. I. N. JIANPU, L. LIZHAO, and L. I. N. ZHIXIAN, "Beach drowning monitoring protection system," no. CN 115171336 A. [Online]. Available: <https://lens.org/156-183-400-075-477>
20. Q. I. U. WEN, Y. HAO, and C. JUN, "Multimedia data processing system and method based on team voice communication platform," no. CN 109727558 A. [Online]. Available: <https://lens.org/186-047-997-918-853>
21. M. A. YUNFENG, "Method and device for travel route recommendation based on shortest time, and storage medium," no. CN 111191149 A. [Online]. Available: <https://lens.org/052-012-727-335-472>
22. L. U. O. XINHAI and T. LIN, "Intelligent tourism service system," no. CN 115494755 A. [Online]. Available: <https://lens.org/138-413-720-361-083>
23. P.-T. GERSHON, "TRAVEL PLANNER PLATFORM FOR PROVIDING QUALITY TOURISM INFORMATION," no. US 2017/0045365 A1. [Online]. Available: <https://lens.org/076-176-978-869-796>
24. S. U. H. I. N. SOO, K. GEUN-YOUNG, and K. O. H. JUN, "System and method for providing regional community-based membership service," no. US 8117133 B2. [Online]. Available: <https://lens.org/158-388-223-611-815>
25. L. E. E. S. H. U. T. A. K. RAYMOND, "INTELLIGENT ONTOLOGY AGENT-BASED TOURIST GUIDING SYSTEM," no. WO 2007/134508 A1. [Online]. Available: <https://lens.org/026-667-676-568-958>
26. Y. A. N. XIAOMIN, L. I. N. FAYONG, and Z. DA, "O2O-based tourist guide market service system," no. CN 106447546 A. [Online]. Available: <https://lens.org/057-784-071-780-021>
27. L. I. ZHAOHUA et al., "High-precision tourist hotel geographic information providing method and system," no. CN 109348411 A. [Online]. Available: <https://lens.org/073-127-928-489-939>
28. C. BERNARDITA, R. MARIE, and R. ANDREI, "Recommendation system and method to evaluate the quality of sidewalks and other pedestrian flow zones as a means to operationalize walkability," no. US 10746556 B2. [Online]. Available: <https://lens.org/012-528-326-836-782>
29. Y. E. WENYU, "Tourism service system," no. CN 204066190 U. [Online]. Available: <https://lens.org/095-278-959-783-053>
30. D. NING, J. I. WEIXING, and W. YUYANG, "Online satisfaction degree evaluation method

based on internet tourist commenting data,” no. CN 110059922 A. [Online]. Available: <https://lens.org/028-668-383-367-113>