

## Penguatan *Branding* Desa Wayut Berbasis Aset Budaya melalui Tradisi Sedekah Sayur

Silfiana Nisa Permatasari<sup>1\*</sup>, Kinanti Puji Lestari<sup>1</sup>, Widya dara<sup>1</sup>, Fitria Abbas Thalib<sup>1</sup>, Eziah Ika Lubada<sup>1</sup>, Selly Septi Fandinata<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi D3 Farmasi; Akademi Farmasi Surabaya, Jalan Ketintang Madya No.81, Surabaya, Jawa Timur 60232, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi D3 Farmasi; Fakultas Farmasi; Universitas STRADA Indonesia, Jalan Manila No. 37, Kediri, Provinsi Jawa Timur 64123, Indonesia

\*e-mail: [nisa@akfarsurabaya.ac.id](mailto:nisa@akfarsurabaya.ac.id)

### Abstrak

*Tradisi sedekah sayur merupakan salah satu aset budaya yang masih dilestarikan oleh masyarakat Desa Wayut dan memiliki potensi untuk mendukung penguatan identitas lokal desa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya dalam upaya membangun branding Desa Wayut berbasis kearifan lokal. Kegiatan dilaksanakan di Dusun 2 Wayut, Kecamatan Jiwan, Kabupaten Madiun menggunakan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang meliputi tahapan discovery, define, dream, design, dan destiny. Metode yang digunakan meliputi observasi, diskusi partisipatif, sosialisasi, dokumentasi, dan publikasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tradisi sedekah sayur berhasil diidentifikasi sebagai aset budaya yang berpotensi menjadi identitas lokal Desa Wayut. Partisipasi masyarakat meningkat melalui keterlibatan dalam donasi, pengemasan, distribusi, serta publikasi kegiatan melalui media sosial. Selain itu, tradisi berkembang dari sedekah sayur menjadi sedekah sayur dan sembako sebagai bentuk penguatan kepedulian sosial masyarakat. Luaran kegiatan berupa dokumentasi dan publikasi digital yang mendukung promosi budaya lokal serta branding Desa Wayut.*

**Kata kunci:** *asset-based community development, branding desa, identitas lokal, sedekah sayur*

### Abstract

*The vegetable alms tradition is a cultural asset still preserved by the Wayut Village community and has the potential to support the strengthening of the village's local identity. This community service activity aims to optimize the vegetable alms tradition as a cultural asset in an effort to build Wayut Village branding based on local wisdom. The activity was carried out in Wayut Hamlet 2, Jiwan District, Madiun Regency using an Asset-Based Community Development (ABCD) approach that includes the stages of discovery, define, dream, design, and destiny. The methods used included observation, participatory discussions, socialization, documentation, and digital publication. The results of the activity showed that the vegetable alms tradition was successfully identified as a cultural asset that has the potential to become the local identity of Wayut Village. Community participation increased through involvement in donations, packaging, distribution, and publication of activities through social media. In addition, the tradition evolved from vegetable alms to vegetable and basic food alms as a form of strengthening community social awareness. The output of the activity was documentation and digital publication that supported the promotion of local culture and the branding of Wayut Village.*

**Keywords:** *asset-based community development, local identity, vegetable charity, village branding*

**Info artikel:** *diterima 18 Februari 2026; direvisi 1, 16 Mei 2026; direvisi 2, 26 Mei 2026; disetujui 10 Juni 2026; tersedia daring 30 Juni 2026; diterbitkan 30 Juni 2026.*

## 1. PENDAHULUAN

Desa memiliki peran penting dalam pembangunan nasional sebagai pusat kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Sebagai unit pemerintahan terdekat dengan masyarakat, desa memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan warga, baik berupa sumber daya alam maupun kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Namun demikian, berbagai potensi tersebut sering kali belum dimanfaatkan secara optimal akibat keterbatasan pengelolaan, promosi, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap nilai strategis yang dimiliki wilayahnya [1]. Meskipun demikian, potensi lokal yang dikelola secara efektif dan berkelanjutan dapat menjadi aset strategis dalam mendorong pembangunan desa, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta memperkuat identitas dan keunggulan kompetitif desa di era modern.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan potensi desa adalah melalui *branding* desa, yaitu proses membangun citra positif dan identitas lokal yang khas sehingga mampu meningkatkan daya tarik serta daya saing suatu wilayah [2]. *Branding* desa tidak hanya berorientasi pada promosi produk unggulan, tetapi juga mencakup upaya mengidentifikasi, mengelola, dan mengkomunikasikan nilai-nilai unik yang menjadi karakteristik desa kepada masyarakat luas. Melalui *branding* yang tepat, berbagai potensi lokal yang bersumber dari kekayaan alam, budaya, maupun tradisi masyarakat dapat diangkat menjadi identitas yang membedakan suatu desa dari desa lainnya. Oleh karena itu, *branding* desa berbasis kearifan lokal menjadi strategi yang relevan dalam mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan sekaligus memperkuat identitas sosial dan budaya masyarakat [3].

Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) telah banyak digunakan oleh praktisi dan akademisi sebagai strategi dalam membangun masyarakat yang tangguh, inovatif, dan berkelanjutan [4, 5, 6]. ABCD merupakan pendekatan pembangunan yang berfokus pada kapasitas, kekuatan, dan aset yang dimiliki masyarakat lokal sebagai modal utama dalam proses pemberdayaan. Pendekatan ini menggunakan berbagai strategi untuk mengidentifikasi potensi komunitas serta mendorong masyarakat mengenali dan mengembangkan kekuatan internal yang dimiliki, sekaligus memahami berbagai tantangan eksternal yang dihadapi [7]. Dalam konteks inovasi dan pengembangan masyarakat, ABCD menjadi pendekatan yang relevan karena menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan yang berangkat dari potensi lokal dan dilakukan oleh masyarakat untuk masyarakat [6]. Implementasi pendekatan ini sangat bergantung pada prinsip swadaya (*self-help*), partisipasi aktif, dan pemanfaatan aset komunitas. Oleh karena itu, kapasitas masyarakat, semangat gotong royong, solidaritas sosial, kreativitas, serta berbagai potensi lokal lainnya merupakan elemen penting yang menjadi dasar dalam pendekatan *Asset-Based Community Development* [4,7].

Meskipun demikian, praktik *branding* desa selama ini lebih banyak berfokus pada pengembangan produk unggulan, potensi wisata, dan sumber daya alam, sementara tradisi lokal

---

sebagai aset komunitas belum banyak dimanfaatkan sebagai fondasi pembentukan identitas dan branding desa. Akibatnya, banyak tradisi yang masih dipandang sebagai kegiatan seremonial masyarakat dan belum dioptimalkan sebagai modal sosial dan budaya dalam mendukung pembangunan desa. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengembangkan strategi branding desa yang berbasis pada aset budaya lokal yang hidup dan berkembang di tengah masyarakat.

Salah satu aset budaya yang dimiliki Desa Wayut adalah tradisi sedekah sayur yang hingga saat ini masih dilestarikan oleh masyarakat. Tradisi ini merupakan bentuk rasa syukur atas hasil pertanian sekaligus wujud kepedulian sosial melalui kegiatan berbagi kepada sesama. Selain mengandung nilai gotong royong, solidaritas sosial, dan kebersamaan, tradisi sedekah sayur juga menjadi representasi identitas budaya masyarakat Desa Wayut. Dalam perspektif branding desa, tradisi yang terus dipertahankan dan diwariskan secara turun-temurun dapat menjadi pembeda (*differentiator*) yang memperkuat citra dan daya tarik suatu wilayah. Oleh karena itu, tradisi sedekah sayur berpotensi menjadi aset budaya yang dapat dimanfaatkan sebagai identitas khas Desa Wayut dalam membangun branding desa berbasis kearifan lokal.

Lebih lanjut, tradisi sedekah sayur tidak hanya diposisikan sebagai warisan budaya yang perlu dilestarikan, tetapi juga sebagai pintu masuk (*entry point*) dalam proses branding Desa Wayut. Penguatan identitas melalui tradisi lokal diharapkan dapat menjadi fondasi bagi pengembangan berbagai potensi dan produk unggulan desa pada tahap berikutnya. Dengan demikian, tradisi sedekah sayur berperan sebagai aset komunitas yang mampu mendukung terbentuknya citra positif dan identitas khas Desa Wayut di tengah masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengidentifikasi dan mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya masyarakat Desa Wayut dalam upaya memperkuat identitas lokal dan branding desa. Melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian, dokumentasi, serta promosi tradisi sedekah sayur. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan dokumentasi dan publikasi digital sebagai media promosi budaya lokal yang mendukung penguatan citra Desa Wayut berbasis kearifan lokal.

Secara garis besar bagian pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan kegiatan, dan kajian literatur. Penulis dituntut mengemukakan secara kuantitatif potret, profil, dan kondisi khalayak sasaran yang dilibatkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dapat digambarkan pula kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, sosial, ekonomi, maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang dilakukan. Paparkan pula potensi yang dijadikan sebagai bahan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis diminta merumuskan masalah secara konkrit dan jelas pada bagian ini. Jelaskan tujuan yang hendak dicapai pada kegiatan pengabdian.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Dusun 2 Wayut Kecamatan Jiwan Kabupaten Madiun melalui Masjid At – Taqwa selama periode Agustus 2025 – Mei 2026. Dalam kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ABCD merupakan metode pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada identifikasi, pengembangan, dan pemanfaatan aset yang dimiliki komunitas sebagai modal utama dalam pembangunan [8]. Pada kegiatan ini, aset yang diangkat adalah tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya dan sosial masyarakat yang berpotensi mendukung penguatan identitas lokal dan branding Desa Wayut.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang terdiri atas lima tahapan, yaitu *discovery, define, dream, design, dan destiny* [9]. Tahapan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi aset masyarakat, menentukan fokus pengembangan, merumuskan harapan bersama, menyusun strategi program, serta mengimplementasikan kegiatan yang mendukung penguatan identitas dan branding Desa Wayut. Dalam kegiatan ini, setiap tahapan ABCD diarahkan untuk mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya yang berpotensi memperkuat identitas lokal dan menjadi fondasi branding Desa Wayut. Rincian pelaksanaan setiap tahapan ABCD disajikan pada **Tabel 1**.

**Tabel 1. Tahapan Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Tahapan ABCD	Definisi Pelaksanaan
<i>Discovery</i> (Identifikasi Aset)	Mengidentifikasi aset yang dimiliki masyarakat Desa Wayut melalui observasi, wawancara, dan diskusi dengan perangkat desa, tokoh masyarakat, serta warga. Aset yang ditemukan meliputi tradisi sedekah sayur, modal sosial masyarakat, keterlibatan petani lokal, dan potensi hasil panen sayuran.
<i>Define</i> (Penetapan Fokus)	Menetapkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya utama yang akan dikembangkan sebagai identitas lokal Desa Wayut dan fondasi dalam penguatan branding desa.
<i>Dream</i> (Perumusan Harapan)	Menggali harapan dan aspirasi masyarakat terkait pengembangan tradisi sedekah sayur sebagai identitas desa yang mampu memperkuat citra positif serta mendukung pengembangan potensi desa di masa mendatang.
<i>Design</i> (Perancangan Program)	Menyusun strategi dan rencana kegiatan bersama masyarakat, meliputi mekanisme pelaksanaan sedekah sayur, dokumentasi kegiatan, serta perencanaan publikasi digital sebagai media promosi budaya lokal dan branding desa.
<i>Destiny</i> (Implementasi dan Pengembangan)	Melaksanakan kegiatan sedekah sayur melalui pengumpulan, pengemasan, dan distribusi hasil panen kepada masyarakat, disertai dokumentasi dan publikasi kegiatan. Tahap ini juga mencakup evaluasi partisipasi masyarakat dan keberlanjutan program sebagai upaya penguatan identitas Desa Wayut.

Selain itu, dilakukan refleksi bersama masyarakat untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan serta mengidentifikasi peluang pengembangan branding desa berbasis budaya lokal pada masa mendatang. Data kegiatan diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan diskusi partisipatif dengan masyarakat. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara deskriptif berdasarkan

tingkat partisipasi masyarakat, keterlibatan warga dalam pelaksanaan tradisi, serta tersedianya dokumentasi dan publikasi digital sebagai media promosi budaya lokal yang mendukung penguatan identitas dan branding Desa Wayut [10].

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Dusun 2 Wayut, Kecamatan Jiwan, Kabupaten Madiun melalui Masjid At-Taqwa sebagai pusat kegiatan masyarakat. Program diawali dengan proses identifikasi aset lokal melalui observasi dan diskusi bersama masyarakat, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan sosialisasi, pelaksanaan tradisi sedekah sayur, dokumentasi kegiatan, serta publikasi digital sebagai upaya penguatan identitas lokal dan branding Desa Wayut berbasis budaya masyarakat. Sebagai upaya meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya identitas lokal dalam pembangunan desa, dilakukan kegiatan sosialisasi branding desa secara daring yang diikuti oleh 25 peserta yang terdiri atas Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dan jamaah masjid. Kegiatan ini memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai konsep branding desa berbasis budaya lokal serta pentingnya tradisi sedekah sayur sebagai aset yang dapat mendukung citra dan identitas Desa Wayut. Peserta diperkenalkan dengan konsep “*Branding Desa Wayut*” yang mengintegrasikan tradisi budaya. Materi penyuluhan menekankan bahwa branding tidak hanya tentang promosi, tetapi juga cara masyarakat mengelola dan menampilkan nilai-nilai khas desanya, termasuk dalam kekayaan budaya lokal juga menjadi nilai tambah yang dapat dikembangkan lebih lanjut [11]. Kegiatan sosialisasi berlangsung secara interaktif melalui pemaparan materi dan diskusi mengenai peran tradisi sedekah sayur sebagai identitas lokal Desa Wayut. Melalui kegiatan ini, masyarakat memperoleh pemahaman tentang pentingnya branding desa berbasis budaya lokal. Dokumentasi kegiatan sosialisasi disajikan pada **Gambar 1**.



**Gambar 1. Penyuluhan Daring Tentang Konsep Branding Desa Wayut**

Pelaksanaan Sedekah sayur dilaksanakan setiap minggu pahing dengan mengumpulkan open donasi melalui media sosial dan warga yang berkontribusi. *Open* donasi di *share* pada media sosial, sehingga bukan hanya warga saja yang berpartisipasi namun orang diluar desa wayut dapat berpartisipasi. Kontribusi warga bukan hanya berupa dana melainkan berupa tenaga, akomodasi kendaraan, dan hasil panen atau mendonasikan bahan sembako. Pelaksanaan kegiatan melibatkan berbagai unsur masyarakat, yaitu 15 pengurus DKM dan tiga kelompok ibu-ibu yang berjumlah 36

orang. Sistem pelaksanaan dilakukan secara bergiliran sehingga memberikan kesempatan kepada seluruh anggota kelompok untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan, pengemasan, dan distribusi sedekah sayur. Pola keterlibatan ini menunjukkan adanya partisipasi kolektif dan semangat gotong royong yang menjadi kekuatan utama dalam menjaga keberlanjutan tradisi sedekah sayur di Desa Wayut.

Kegiatan pengabdian melibatkan masyarakat Desa Wayut secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan sedekah sayur mulai dari persiapan, pengemasan, hingga distribusi hasil pertanian. Tingginya keterlibatan masyarakat menunjukkan bahwa tradisi sedekah sayur masih memiliki posisi yang kuat sebagai aset sosial dan budaya yang hidup di tengah masyarakat [12]. Partisipasi aktif masyarakat menjadi indikator keberhasilan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang menekankan pemanfaatan aset komunitas sebagai modal pembangunan desa. Distribusi sedekah sayur mengalami peningkatan secara konsisten, dengan rata - rata 250 - 270 paket per bulan. Keterlibatan masyarakat terlihat pada setiap tahapan kegiatan, mulai dari proses pengemasan, distribusi, hingga koordinasi panitia dalam pelaksanaan sedekah sayur. Partisipasi tersebut mencerminkan kuatnya nilai gotong royong dan kepedulian sosial yang menjadi karakter masyarakat Desa Wayut. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan sedekah sayur disajikan pada **Gambar 2**.



**Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Sedekah Sayur (a) Proses Pengemasan Sedekah Sayur (b) Proses Pembagian Sayur (c) Panitia Sedekah Sayur**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa tradisi sedekah sayur memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai identitas lokal Desa Wayut. Melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), tradisi yang sebelumnya hanya dipahami sebagai kegiatan sosial masyarakat berhasil diidentifikasi sebagai aset budaya yang memiliki nilai strategis dalam proses branding desa. Dalam upaya membangun branding Desa Wayut berbasis kearifan lokal, tradisi sedekah sayur diposisikan sebagai aset budaya yang memiliki potensi untuk memperkuat identitas desa. Proses pengembangan aset tersebut dilaksanakan melalui pendekatan *Asset-Based Community*

*Development* (ABCD) yang terdiri atas tahapan *discovery*, *define*, *dream*, *design*, dan *destiny*. Hasil pelaksanaan kegiatan pada setiap tahapan disajikan pada **Tabel 2** sebagai bentuk implementasi strategi penguatan identitas lokal melalui pemanfaatan tradisi sedekah sayur.

**Tabel 2. Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Berdasarkan Tahapan *Asset-Based Community Development* (ABCD)**

Tahap ABCD	Tujuan	Kegiatan	Luaran
<i>Discovery</i>	Mengidentifikasi aset desa	Observasi dan diskusi dengan masyarakat	Tradisi sedekah sayur teridentifikasi sebagai aset budaya Desa Wayut
<i>Define</i>	Menentukan fokus pengembangan	Analisis aset dan diskusi bersama masyarakat	Sedekah sayur ditetapkan sebagai identitas lokal desa
<i>Dream</i>	Membangun harapan Bersama	Diskusi potensi pengembangan tradisi sedekah sayur	Meningkatnya pemahaman masyarakat tentang branding desa berbasis budaya
<i>Design</i>	Menyusun strategi branding	Perencanaan, dokumentasi dan publikasi budaya	Tersusun konsep dokumentasi dan promosi digital
<i>Destiny</i>	Melaksanakan program	Dokumentasi, publikasi, dan promosi tradisi sedekah sayur	Tersedianya konten publikasi digital dan meningkatnya partisipasi masyarakat

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan dalam pemanfaatan tradisi sedekah sayur di Desa Wayut. Tradisi yang sebelumnya dipahami sebagai kegiatan sosial dan budaya masyarakat mulai diidentifikasi sebagai aset budaya yang memiliki potensi untuk mendukung penguatan identitas dan branding desa. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan dokumentasi berupa foto, video yang dipublikasikan melalui media digital sebagai sarana promosi budaya lokal. Perkembangan tradisi juga terlihat dari perluasan bentuk sedekah yang semula hanya berupa hasil pertanian menjadi sedekah sayur dan sembako. Perubahan tersebut menunjukkan meningkatnya kepedulian sosial masyarakat sekaligus memperkuat nilai gotong royong yang menjadi karakter khas Desa Wayut. Dengan demikian, tradisi sedekah sayur tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya yang dilestarikan, tetapi juga berkembang menjadi aset komunitas yang mendukung pembentukan identitas dan branding desa berbasis kearifan lokal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Destiana et al. yang menyatakan bahwa identifikasi aset budaya dan kearifan lokal dapat menjadi fondasi dalam membangun identitas dan branding suatu wilayah [13].

Dokumentasi dan publikasi tradisi sedekah sayur menjadi luaran nyata yang mendukung pembentukan citra Desa Wayut sebagai desa yang menjunjung tinggi nilai gotong royong, solidaritas sosial, dan budaya berbagi. Temuan ini menunjukkan bahwa aset budaya lokal dapat menjadi fondasi awal dalam membangun branding desa yang berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada pelestarian tradisi sedekah sayur, tetapi juga pada upaya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap nilai strategis tradisi tersebut sebagai identitas lokal desa. Untuk mengukur capaian program, dilakukan perbandingan kondisi sebelum dan

sesudah pelaksanaan kegiatan berdasarkan beberapa indikator yang relevan. Perubahan yang terjadi sebagai hasil dari kegiatan pengabdian disajikan pada **Tabel 3**.

**Tabel 3. Hasil Terukur Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

<b>Indikator</b>	<b>Kondisi Awal</b>	<b>Hasil Setelah Kegiatan</b>
Pemanfaatan tradisi	Sedekah sayur sebagai kegiatan sosial budaya (100–150 paket)	Sedekah sayur dipahami sebagai aset budaya dan identitas desa (250–270 paket)
Keterlibatan masyarakat	Donasi berasal dari infak warga	Donasi melibatkan masyarakat luas melalui media sosial, tenaga, akomodasi, dan sembako
Dokumentasi budaya	Belum terdokumentasi secara terstruktur	Tersedia dokumentasi foto, video, dan akun media sosial aktif
Promosi budaya	Belum ada publikasi digital	Tersedia publikasi digital untuk promosi budaya dan identitas desa
Pengembangan tradisi	Berfokus pada pembagian sayur	Berkembang menjadi sedekah sayur dan sembako
Branding desa	Belum ada penguatan identitas berbasis budaya	Sedekah sayur dimanfaatkan sebagai fondasi branding Desa Wayut

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) efektif dalam mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya masyarakat sekaligus meningkatkan partisipasi sosial warga Desa Wayut. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Utami dkk. (2026) yang menunjukkan bahwa pendekatan ABCD mampu meningkatkan partisipasi sosial masyarakat melalui pemanfaatan aset lokal yang telah dimiliki komunitas [14]. Pada kegiatan ini, tradisi sedekah sayur yang sebelumnya hanya dipahami sebagai kegiatan sosial dan budaya masyarakat berhasil diidentifikasi sebagai aset budaya yang memiliki nilai strategis dalam penguatan identitas dan branding Desa Wayut.

Peningkatan partisipasi masyarakat terlihat dari semakin beragamnya bentuk kontribusi yang diberikan. Jika sebelumnya dukungan masyarakat lebih banyak berupa infak dari warga sekitar, setelah program dilaksanakan partisipasi berkembang melalui donasi terbuka (*open donation*) yang dipublikasikan melalui media sosial, serta kontribusi dalam bentuk tenaga, akomodasi, hasil panen, dan sembako. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat mampu memanfaatkan sumber daya internal komunitas sebagai kekuatan utama dalam menciptakan perubahan sosial yang berkelanjutan, sebagaimana dikemukakan oleh Najamudin dan Al Fajar (2024) [15]. Tingginya keterlibatan masyarakat tersebut juga menunjukkan adanya penguatan modal sosial berupa gotong royong, solidaritas, dan kepedulian sosial yang menjadi karakter khas masyarakat Desa Wayut.

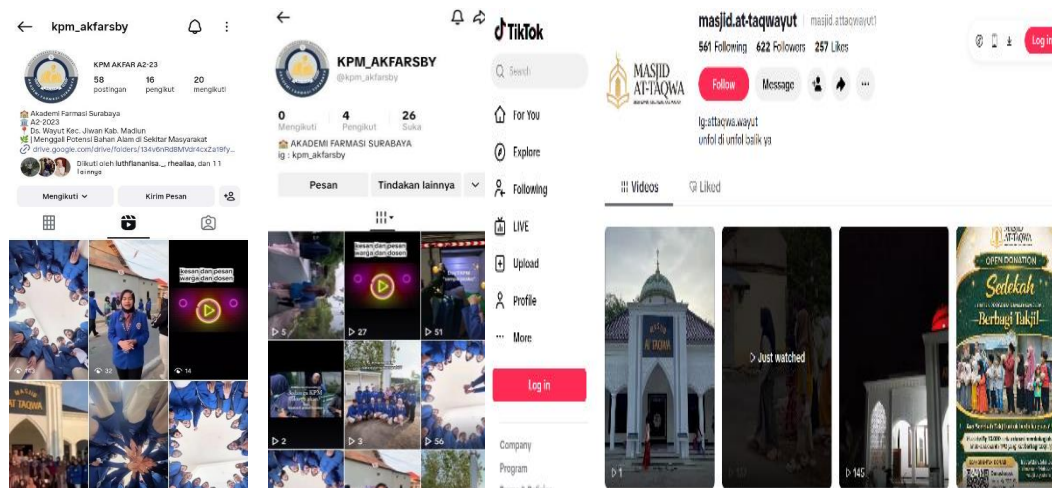
Selain meningkatkan partisipasi sosial, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian dan promosi aset budaya lokal. Tersedianya dokumentasi berupa foto, video, serta publikasi melalui media digital menunjukkan adanya upaya masyarakat dalam memperkenalkan tradisi sedekah sayur kepada khalayak yang lebih luas.

---

Temuan ini sejalan dengan pendapat Astawa et al. yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis aset dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan sumber daya lokal secara berkelanjutan. Dalam konteks kegiatan ini, aset budaya yang dikelola bukan berupa sumber daya fisik, melainkan tradisi lokal yang memiliki nilai sosial dan budaya yang kuat [16].

Lebih lanjut, perkembangan tradisi dari sedekah sayur menjadi sedekah sayur dan sembako menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya mampu mempertahankan aset yang dimiliki, tetapi juga mengembangkannya sesuai kebutuhan komunitas. Perkembangan tersebut memperkuat fungsi tradisi sebagai sarana berbagi dan kepedulian sosial sekaligus meningkatkan manfaat yang dirasakan masyarakat. Dari perspektif branding desa, perubahan ini menunjukkan bahwa tradisi sedekah sayur telah berkembang menjadi identitas lokal yang membedakan Desa Wayut dari wilayah lain. Dengan demikian, tradisi sedekah sayur tidak hanya berperan sebagai warisan budaya yang dilestarikan, tetapi juga sebagai fondasi awal dalam membangun branding Desa Wayut berbasis kearifan lokal dan penguatan partisipasi sosial masyarakat [17].

Publikasi melalui media sosial merupakan salah satu strategi branding yang efektif dalam memperkenalkan identitas, potensi, dan karakteristik suatu desa kepada masyarakat yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, meningkatkan visibilitas aset lokal, serta memperkuat citra desa melalui penyajian konten yang menarik dan berkelanjutan [18]. Selain itu, media sosial juga mendorong partisipasi masyarakat dalam proses promosi dan pengelolaan identitas desa secara digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial mampu mendukung branding desa melalui penguatan eksposur potensi lokal, peningkatan kapasitas masyarakat dalam menciptakan konten promosi, serta pengelolaan identitas desa secara mandiri [19]. Melalui penyebarluasan informasi dan dokumentasi tradisi sedekah sayur, masyarakat tidak hanya berperan sebagai pelaku budaya, tetapi juga sebagai agen promosi yang memperkenalkan identitas lokal Desa Wayut kepada khalayak yang lebih luas. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam membangun citra Desa Wayut berbasis kearifan lokal dan mendukung pengembangan potensi desa pada masa mendatang. Dokumentasi publikasi digital tersebut disajikan pada **Gambar 3**.



**Gambar 3. Publikasi Kegiatan Sedekah Sayur Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi Budaya Lokal Desa Wayut.**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan ABCD mampu mengidentifikasi dan mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya masyarakat Desa Wayut. Melalui tahapan *discovery* hingga *destiny*, masyarakat tidak hanya terlibat dalam pelaksanaan tradisi, tetapi juga mulai memahami potensi sedekah sayur sebagai identitas lokal yang dapat mendukung penguatan branding desa. Luaran kegiatan berupa dokumentasi dan publikasi digital menjadi langkah awal dalam memperkenalkan citra Desa Wayut berbasis kearifan lokal sekaligus membuka peluang pengembangan potensi dan produk unggulan desa pada tahap selanjutnya [20].

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) berhasil mengidentifikasi dan mengoptimalkan tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya masyarakat Desa Wayut. Melalui tahapan *discovery*, *define*, *dream*, *design*, dan *destiny*, masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi aset, perumusan harapan, perancangan program, hingga implementasi kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa tradisi sedekah sayur tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya yang dilestarikan secara turun-temurun, tetapi juga memiliki potensi sebagai identitas lokal yang dapat mendukung penguatan branding Desa Wayut. Selain meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap nilai strategis tradisi lokal, kegiatan ini juga menghasilkan dokumentasi dan publikasi digital sebagai media promosi budaya yang memperkuat citra desa berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, tradisi sedekah sayur dapat menjadi fondasi awal dalam pengembangan branding Desa Wayut serta mendukung pengembangan berbagai potensi dan produk unggulan desa pada masa mendatang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Wayut, perangkat desa, tokoh masyarakat, dan seluruh warga yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Akademi Farmasi Surabaya atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Dukungan dan kerja sama dari seluruh pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan program penguatan identitas lokal melalui tradisi sedekah sayur sebagai aset budaya Desa Wayut.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Hidayat, dan L. Suryani, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Komunitas: Studi Kasus di Jawa Barat”. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2023.
- [2] D. Keysia, A.D. Putri, L. Nirawati. “Optimalisasi Branding Produk dan Pengaplikasian Media Sosial sebagai Strategi Pengembangan pada UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah Kota Surabaya”. *J Pengabdian Kpd Masy.*, vol. 2, no. 3, 2024. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.183>.
- [3] E. Murni, Y. I. Sari, dan A. F. Hamdani, “Analisis Pengembangan Wisata Sumber Maron Berbasis Masyarakat di Desa Karangsono Kecamatan Pagelaran Kabupaten Malang”, *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ilmu Pendidikan*, vol. 3, pp. 123 - 136, 2019.
- [4] G. P. Green, and J. W. Robinson, “Introduction to Community Development: Theory, Practice, and Service-Learning”. *Dalam G. P. Green & J. W. Robinson (Ed.). SAGE*. vol. 3, no. 3, 2011.
- [5] H. Y. Bela, M. F. Annshori, M. Marshalita, “Asset-Based Community Development : Program Inovasi Kampung Bantar”, *Matra Pembaruan : Jurnal Inovasi Kebijakan*, vol. 8 no. 1, 2024, <https://doi.org/10.21787/mp.8.1.2024.61-74>.
- [6] C. McConnell, D. Muia, A. Clarke, *International Community Development Practice*. *Routledge*. <https://www.routledge.com/International-Community-Development-Practice/McConnell-DanielMuiaClarke/p/book/9780367691233> .
- [7] M. Novita, dan M. Solihin, “Implementasi Metodologi PAR dan ABCD dalam Kuliah Kerja Nyata”. Bandung: Widina Media Utama, 2024.
- [8] S. Abas, C. Waluya, dan A. A. Latif, “Penguatan Potensi Lokal Untuk Pengembangan Umkm Kerupuk Paredan Melalui Pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*) Di Desa Silebu Kuningan Jawa Barat”, *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 6 no. 1, pp. 68 -78, 2024. <https://doi.org/10.47453/etos.v6i02.2956> .
- [9] M. Z. Hossain, and M. M. Rahman, “Climate Change Vulnerability and Resilience of Urban Poor in Khulna, Bangladesh: The Role of Asset-Based Community Development Approach”, *International Journal of Urban Sustainable Development*, vol. 13 Ed. 2, pp. 131–147, 2021. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19463138.2020.1828891> .
- [10] L. Maclure, “Augmentations to the Asset-Based Community Development Model to Target Power Systems”, *Community Development*, vol. 54, no. 3, pp. 151 - 164, 2022. <https://doi.org/10.1080/15575330.2021.2021964> .
- [11] Z. Wulandari, S. U. Mintarti, dan A. Haryono, “Pendidikan ekowisata pada masyarakat sekitar wisata Sumber Maron Desa Karangsono”, *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, vol. 8, no. 2, pp. 151 - 164, 2020. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19463138.2020.1828891> .
- [12] T. Immawan, “Food Waste in Indonesia : Assessing readiness for volarization”, *Jurnal OPSI*, vol. 17, no. 2, pp. 370 - 387, 2024. <https://doi.org/10.31315/opsi.v17i2.13307>
- [13] N. Y. Destiana, E. Malihah, dan R. Andari, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Baros Kabupaten Bandung”, *Syntax Idea*, vol. 4, no. 2, pp. 400 - 406, 2022. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i2.1764>.

- 
- [14] F. I. S. Utami, K. Bariyah, S. A. Alifiyah dan M. A. F. Rizkilah, "Gerakan Sedekah Sayur Subuh sebagai Model Pemberdayaan Masyarakat *Berbasis Asset-Based Community Development* di Desa Ngrame Kabupaten Mojokerto", *Community Empowerment : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 40 - 47, 2026. <https://doi.org/10.15575/commen.v4i1.3170>.
- [15] F. Najamudin, dan A. H. A. Fajar, "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai SDG 1: Tanpa Kemiskinan", *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, vol. 7, no. 2, pp. 370 - 387, 2024. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- [16] I. P. M. Astawa., I. W. Pugra, dan M. Suardani, "Pemberdayaan Masyarakat Lanjut Usia dengan Pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) di Dusun Kawan Desa Bakas Kabupaten Klungkung", *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, vol. 8, no. 2, pp. 108 - 116, 2022. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.108-116>
- [17] I. Junaid, W. O. Dewi, A. Said, dan H. Hanafi, "Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan: Studi Kasus di Desa Paccekke, Kabupaten Barru, Indonesia", *J Reg Rural Dev Plan*, vol. 6, no. 3, pp. 287 - 301, 2022. <http://dx.doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.287-301> .
- [18] P. W. Darmayanti, I. M. D. Oka, dan F. F. Hidayana, "Peran Digital Marketing dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Tabanan", *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, vol. 3, no. 2, pp. 20 - 29, 2023. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v3i2.78>.
- [19] B. Tamam, H. A. M. Khan, S. Nurhasanah, H. Nazidah, S. Annurrohman, H. A. P. Fadjar, dkk, "Strategi Branding Desa Berbasis ABCD: Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial bagi Masyarakat Desa Cumedak", *Khidmah Nusantara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 186 - 202, 2025. <https://doi.org/10.69533/etzb7195> .
- [20] I. Ayesha, I. W. A. Pratama S. Hasan, Amaliyah, N. I. Effendi, T. Yusanto, dkk, "*Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*". Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.