SEWAGATI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 10(5), 2026 (e-ISSN:2613-9960)

DOI: https://doi.org/10.12962/j26139960.v10i5.9423 | Naskah Masuk 26-02-2026; | Naskah Diulas 03-03-2026; | Naskah Diterima 05-03-2026; | Dipublikasikan Online 31-10-2026

Optimalisasi Kampung Wisata Majapahit di Desa Bejijong sebagai Desa Wisata Geoheritage Berkelanjutan dengan Cara Mendorong Partisipasi Masyarakat untuk Meningkatkan Destination Branding

Optimizing Majapahit Tourism Village in Bejijong Village as a Sustainable Geoheritage Tourism Village by Encouraging Community Participation to Enhance Destination Branding

Azharine Purwa Jingga[1] | Kartika Nuswantara[2,*] | Aria Weny Anggraita[1] | Marchella Aurelia Zahra[1] | Nanik Rachmaniyah[1] | Anggri Indraprasti[1] | Firman Hawari[1] | Ajeng Kusumadewi Putri Jadmiko[1]

[1]Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia.
[2]Departemen Studi Pembangunan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia.

Korespondensi
*Kartika Nuswantara, Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Alamat e-mail: kartika_nuswantara@its.ac.id

Alamat
Laboratorium Estetika dan Budaya, Departemen Desain Interior, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Bejijong, Kabupaten Mojokerto, yang memiliki potensi sebagai desa wisata berbasis geoheritage dan budaya Majapahit. Permasalahan utama adalah rendahnya kesadaran masyarakat terhadap nilai budaya yang terkandung dalam elemen fasad rumah bergaya Majapahit, serta kurangnya media informasi yang mendukung *destination branding*. Untuk mengatasi hal tersebut, strategi yang diterapkan adalah membangun kesadaran (*awareness*) melalui dua taktik: (1) sosialisasi kepada perangkat desa dan perwakilan masyarakat tentang makna simbol budaya Majapahit, dan (2) pengadaan media informasi berupa papan infografis yang menjelaskan elemen fasad rumah dan nilai budayanya. Metode yang digunakan adalah pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dengan siklus *To Know*, *To Understand*, *To Plan*, *To Act*, dan *To Change*, yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap simbol budaya, partisipasi dalam pemasangan papan infografis, serta dukungan wisatawan terhadap media edukasi visual. Media ini efektif memperkuat identitas budaya lokal dan meningkatkan daya tarik wisata. Rekomendasi ke depan adalah melanjutkan tahapan pemberdayaan ke tahap penguatan (*empowering*) melalui pengembangan media digital, produk kreatif, dan paket wisata tematik untuk memperkuat *branding* Desa Bejijong sebagai destinasi wisata berkelanjutan.

Kata Kunci:
Desa wisata, Geoheritage, *Destination branding*, Partisipasi masyarakat, Edukasi masyarakat dan wisatawan.

ABSTRACT

This community service was carried out in Bejijong Village, Mojokerto Regency, which has the potential as a tourism village based on geoheritage and Majapahit culture. The main problem is the low community awareness of the cultural values contained in the facade elements of Majapahit-style houses, as well as the lack of information media supporting destination branding. To overcome this, the strategy implemented is to build awareness through two tactics: (1) socialization to village officials and community representatives about the meaning of Majapahit cultural symbols, and (2) providing information media in the form of infographic boards explaining the house facade elements and their cultural values. The method used is the Participatory Action Research (PAR) approach with the cycle of To Know, To Understand, To Plan, To Act, and To Change, which emphasizes active community participation at each stage. The results of the activity show an increase in community understanding of cultural symbols, participation in the installation of infographic boards, and tourist support for visual educational media. This media effectively strengthens local cultural identity and increases tourist attraction. Future recommendations are to continue the empowerment stages to the empowering stage through the development of digital media, creative products, and thematic tour packages to strengthen the branding of Bejijong Village as a sustainable tourist destination.

Keywords:
Tourism village, Geoheritage, Destination branding, Community participation, Community and tourist education..

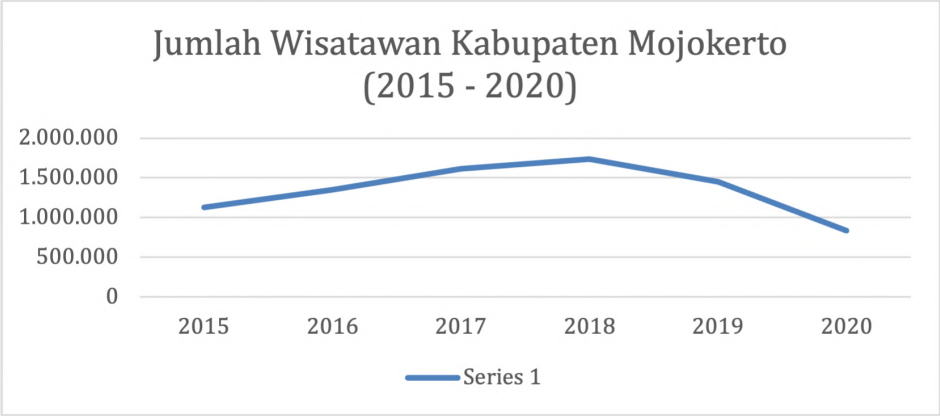
1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Pemberdayaan masyarakat adalah salah satu pendekatan dalam pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai pusat dari proses itu sendiri. Masyarakat diharapkan memiliki kemandirian yang berlangsung lama guna mencapai tujuan pemberdayaan, yaitu meningkatkan kemandirian masyarakat untuk memperbaiki kualitas hidup dan memaksimalkan sumber daya yang ada[1]. Keterlibatan aktif dari masyarakat dalam aktivitas pemberdayaan ini sangat penting, dan hal ini didukung oleh pihak yang berperan dalam pemberdayaan. Fokus utama dari pemberdayaan ini adalah individu atau kelompok yang memiliki keterbatasan dalam daya, kekuatan, atau kemampuan untuk mengakses sumber daya produktif, termasuk kelompok yang kurang beruntung[2]. Pemberdayaan masyarakat juga menjadi langkah intervensi pemerintah untuk membantu masyarakat setempat dalam merancang, memutuskan, dan mengelola sumber daya yang tersedia[3]. Proses pemberdayaan ini dilakukan dengan memperhatikan potensi lokal dan kelompok masyarakat yang dapat dimanfaatkan melalui berbagai pengembangan serta inovasi[4]. Salah satu cara pemberdayaan masyarakat yang diterapkan adalah pengembangan desa wisata, yang bertujuan untuk memberi motivasi dan berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan dengan memanfaatkan potensi lokal. Diharapkan dengan adanya desa wisata, masyarakat akan mendapatkan manfaat ekonomi dari usaha lokal yang mereka jalankan. Keberadaan desa wisata juga akan meningkatkan daya tarik daerah tersebut bagi wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, yang pada akhirnya membawa dampak positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat. Inisiatif ini sejalan dengan tujuan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang diatur dalam Permenparekraf No. 11 Tahun 2022, yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, memperkuat potensi lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat[5].

Proses pemberdayaan masyarakat tidak hanya tentang peningkatan kemampuan teknis, melainkan sebuah tahapan, meminjam istilah 4 P yang dirumuskan Suharto[6], yang meliputi pemungkinan (*enabling*), penguatan (*empowering*), perlindungan (*protecting*), dan pendukungan (*supporting*). Dari ke empat tahapan tersebut, pengabdian masyarakat ini membatasi kegiatan pada tahapan awal, pemungkinan (*enabling*). *Enabling* adalah langkah awal yang dilakukan dengan menciptakan lingkungan yang mendukung masyarakat untuk mengenali dan memanfaatkan peluang serta sumber daya yang ada. Dalam konteks desa wisata, *enabling* melibatkan penyediaan akses terhadap infrastruktur dasar, teknologi, serta pelatihan bagi masyarakat untuk mengelola potensi wisata di daerah mereka. Dukungan ini mencakup pelatihan dalam bidang pemasaran, manajemen pariwisata, dan pengembangan keterampilan teknis. *Enabling* juga mencakup pemberian informasi yang diperlukan untuk memahami pasar wisata dan bagaimana cara masyarakat dapat memaksimalkan potensi lokal mereka. Hal ini penting untuk menciptakan kondisi di mana masyarakat dapat terlibat aktif dan produktif dalam kegiatan ekonomi yang berkelanjutan[7].

Desa Bejijong dipilih menjadi lokus kegiatan. Desa ini terletak di Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto, dan merupakan salah satu tempat yang sedang menjalankan program pengembangan wisata desa, khususnya dalam hal edukasi, untuk memberdayakan masyarakat. Sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kabupaten Mojokerto tahun 2007, kawasan ini memiliki banyak situs bersejarah yang kaya akan nilai budaya, seperti warisan dari Kerajaan Majapahit yang diolah menjadi Kampung Majapahit. Kampung ini memiliki karakteristik arsitektur dari masa Majapahit dan terdiri dari tiga desa, yaitu Bejijong, Sentonorejo, dan Jatipasar. Desa Bejijong adalah pusat dari pengembangan Kampung Majapahit, dengan pusat informasi yang terletak di desa ini karena menyimpan situs bersejarah terbanyak, seperti Candi Brahu, Makam Siti Inggil (Makam Raden Wijaya), serta Vihara Majapahit (Patung Buddha)[8]. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur (2023), jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Mojokerto hanya mencapai sekitar 1,5 juta orang, lebih rendah dibandingkan dengan daerah penyangga wisata lainnya seperti Malang dan Banyuwangi. Hal ini menunjukkan bahwa potensi besar yang dimiliki Desa Bejijong sebagai desa wisata berbasis sejarah dan budaya belum sepenuhnya tergarap. Padahal, pengembangan desa wisata sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*/SDGs), khususnya poin 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta poin 11 tentang kota dan komunitas berkelanjutan. Perkembangan Desa Bejijong sebagai destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat. Masyarakat berkontribusi dalam pengelolaan potensi lokal melalui berbagai kelompok, misalnya kelompok pemandu wisata, pemilik penginapan, ibu-ibu centini, dan industri kreatif yang menyuplai kerajinan tangan, makanan, serta minuman untuk para wisatawan. Namun, semenjak terjadinya pandemi COVID-19 di tahun 2020, sektor pariwisata dan industri kreatif mengalami penurunan yang signifikan. Berdasarkan data awal yang dikumpulkan, dari 98 rumah Majapahit yang ada di Desa Bejijong, hanya terdapat 32 rumah yang berfungsi aktif sebagai penginapan. Para pemilik penginapan mengalami kendala dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada wisatawan, dan produk-produk industri kreatif yang memiliki nilai budaya belum dikelola secara berkelanjutan sebagai elemen pariwisata[9].



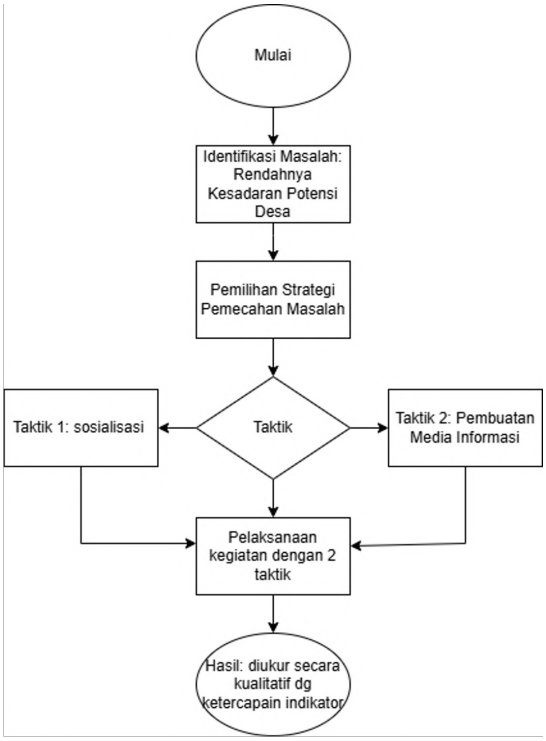
Gambar 1 Grafik jumlah wisatawan Kabupaten Mojokerto 2015 - 2020 (Sumber: BPS Kabupaten Mojokerto, 2020)

Pada Grafik Gambar 1 menunjukkan permasalahan utama terletak pada kurangnya informasi dan media identitas visual tentang Kampung Majapahit sebagai destinasi wisata. Akibatnya, wisatawan kesulitan memahami nilai sejarah dan budaya yang ada, sementara masyarakat masih memerlukan pendampingan dalam pengelolaan potensi wisata. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan kerangka teknis *enabling* sebagai langkah awal yang dilakukan dengan menciptakan lingkungan yang mendukung masyarakat untuk mengenali dan memanfaatkan peluang serta sumber daya yang ada, maka kegiatan difokuskan pada pendampingan untuk memanfaatkan peluang dengan cara pembuatan media informasi, sosialisasi, serta penguatan *destination branding* sehingga dengan selesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini maka dapat dicapai peningkatan daya tarik dan kunjungan wisatawan sehingga berdampak pada keberlanjutan Desa Bejijong sebagai desa wisata budaya.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Permasalahan utama pada tingkat *enabling* dalam penguatan desa wisata Bejijong adalah rendahnya kesadaran (*awareness*) masyarakat terhadap potensi sosial-budaya Desa Bejijong, sehingga perlu dilakukan upaya pendampingan untuk menumbuhkan kesadaran dan rasa memiliki (*sense of belonging*) pada nilai budaya yang dimiliki dan menjadi potensi sebagai desa wisata. Rendahnya kesadaran ini disebabkan oleh tidak adanya media informasi yang efektif untuk memahami nilai budaya tersebut, sementara media informasi tersebut merupakan kebutuhan yang mendesak untuk menarik wisatawan untuk tidak hanya sekedar berkunjung melainkan menyadari nilai-nilai budaya. Dalam konteks kegiatan pengabdian ini, nilai budaya yang dimaksud adalah nilai budaya yang terkandung di dalam elemen-elemen pada fasad rumah Majapahitan di desa Bejijong. Hal ini menjadi permasalahan karena masyarakat desa Bejijong telah menggunakan elemen-elemen Majapahitan pada fasad rumah mereka akan tetapi mereka tidak mampu memahami makna yang terkandung, sementara elemen-elemen tersebut merupakan magnet bagi wisatawan untuk mengunjungi desa wisata Bejijong. Disamping itu, pemahaman makna budaya pada elemen-elemen tersebut diperlukan sebagai upaya konservasi terhadap nilai-nilai budaya yang seharusnya diteruskan menjadi peninggalan sejarah dan potensi budaya lokal yang ada di desa ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, digambarkan pada Gambar 2, proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat pada tahapan *enabling* yang dilakukan sebagai upaya untuk memberikan solusi permasalahan masyarakat desa Bejijong. Diawali dari identifikasi permasalahan yaitu perlunya membangun kesadaran atau *awareness* masyarakat terhadap potensi yang dimiliki, maka ditetapkan strategi yang dapat dilakukan adalah membangun *awareness* tersebut dengan menggunakan dua taktik. Taktik pertama adalah melalui kegiatan sosialisasi potensi keunikan fasad rumah masyarakat dengan mengundang perangkat desa dan perwakilan masyarakat. Tujuan dari kegiatan sosialsisasi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada perangkat dan wakil masyarakat untuk menjadi pemrakarsa untuk membangun kesadaran masyarakat akan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam elemen-elemen fasad sebagai salah satu potensi wisata wilayah Desa Bejijong. Tidak berhenti di sana, taktik kedua yang dapat dilakukan adalah pengadaan media informasi dengan cara pembuatan papan infografis yang berisikan informasi mengenai fasad rumah yang ada di Desa Bejijong yang berfungsi untuk memberi pengetahuan tidak hanya bagi masyarakat lokal tetapi juga untuk wisatawan yang datang. Keberadaan infografis ini merupakan cara yang diambil untuk meningkatkan *destination branding*. Secara sistematis kedua taktik diimplementasikan ke dalam bagan alir berikut ini.



Gambar 2 Diagram alir Kegiatan Pengabdian Masyarakat pada tahapan Enabling

Dari gambar 2 tersebut dapat dilihat bahwa hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat akan menghasilkan solusi permasalahan yang diukur secara kualitatif dengan menetapkan beberapa indikator. Adapun indikator tersebut meliputi : partisipasi warga, inisiatif warga untuk memanfaatkan potensi; dan akses media informasi bagi warga. Dengan adanya strategi ini, diharapkan masyarakat bisa merasakan kepemilikan terhadap kekayaan budaya yang ada di Desa Bejijong. Strategi diterapkan melalui dua taktik, yaitu sosialisasi, yang dilaksanakan dengan melibatkan perangkat desa dan perwakilan masyarakat, dan pengadaan papan infografis yang menjadi papan yang akan memberikan terkait nilai budaya pada elemen fasad rumah Majapahitan yang penting untuk diketahui oleh masyarakat lokal dan wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Bejijong.

a. Sosialisasi

Kegiatan ini dilaksanakan dengan mengundang perangkat desa serta wakil dari masyarakat untuk mengikuti sosialisasi mengenai keunikan desain rumah bergaya Majapahit yang menjadi ciri khas Desa Bejijong. Melalui kegiatan ini, masyarakat diajak untuk memahami nilai-nilai budaya yang ada dalam arsitektur setempat sehingga akan muncul kesadaran dan kebanggaan terhadap identitas desa. Sosialisasi ini juga berperan sebagai langkah pertama dalam membentuk kelompok masyarakat yang peduli terhadap potensi pariwisata desa. Dengan demikian, kesadaran masyarakat akan potensi yang dimiliki desa sebagai desa wisata dimiliki oleh masyarakat dan menumbuhkan kesadaran untuk berpartisipasi aktif dalam mengembangkan keberlanjutannya.

b. Pengadaan Media Informasi

Selain sosialisasi, tim pengabdi juga menyediakan media informasi berupa papan infografis yang menjelaskan tentang desain rumah dan nilai-nilai budaya yang ada di Desa Bejijong. Papan informasi ini diletakkan di tempat strategis agar mudah dijangkau oleh masyarakat lokal dan wisatawan. Tujuan pembuatan media ini adalah untuk memberikan wawasan visual yang menarik dan informatif, sehingga membantu memperkuat citra (*destination branding*) Desa Bejijong sebagai tujuan wisata budaya yang didasarkan pada kearifan lokal.

Dengan kedua strategi tersebut, diharapkan masyarakat Desa Bejijong tidak hanya dapat lebih memahami potensi budaya yang ada, tetapi juga mengembangkan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama dalam menjaga serta mengembangkan potensi desa sebagai bagian dari destinasi *geoheritage* yang berkelanjutan.

1.3 | Target Luaran

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan utama untuk membangun kesadaran masyarakat akan potensi desa dan menciptakan citra (*destination branding*) yang akan memberikan edukasi bagi masyarakat lokal dan wisatawan sehingga keberlanjutan desa Bejijong sebagai desa wisata dapat terakomodasi. Akhir kegiatan akan diukur secara kualitatif dengan menggunakan 3 indikator ketercapaian yang meliputi dengan ketercapaian target luaran yang meliputi: partisipasi warga, inisiatif warga untuk memanfaatkan potensi; dan akses media informasi bagi warga. Selanjutnya sebagai produk dari kegitan ini maka dihasilkan a. produk poster infografis Kampung Majapahit di Desa Bejijong yang telah selesai dibuat dan mendapatkan sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI); b. video kegiatan abdimas dan KKN sebagai media audio visual yang merekap seluruh kegiatan; c. artikel pengabdian masyarakat yang terpublikasi pada jurnal pengabdian kepada masyarakat, serta d. *book chapter*, yang mengambil tema Wisata Geoheritage di desa Bejijong, dan akan menjadi bagian dari kompilasi buku pengabdian masyarakat yang akan diterbitkan oleh Pusat Kajian. Sebagai bentuk publikasi populer berita media masa melalui koran elektronik.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

Perkembangan tren desa wisata di Indonesia terus mengalami perubahan seiring dengan minat wisatawan yang kini tidak hanya mencari destinasi menarik, tetapi juga unik. Arah pembangunan pariwisata pun tidak lagi hanya berfokus pada destinasi prioritas maupun super prioritas, melainkan juga diarahkan pada pengembangan desa wisata dan kampung tematik yang saat ini menjadi salah satu tren. Kehadiran desa wisata diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan, seperti membuka peluang kerja baru, mendorong pertumbuhan usaha mikro, serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara[10].

Geoheritage adalah istilah yang merujuk pada warisan geologi yang memiliki nilai ilmiah, pendidikan, estetika, dan budaya yang penting untuk dijaga bagi generasi yang akan datang. Geoheritage meliputi elemen-elemen geologi seperti batuan, fosil, bentukan lahan, dan proses geologis yang membentuk karakter suatu daerah. Penggunaan geoheritage sebagai daya tarik pariwisata disebut *geotourism*, yaitu jenis pariwisata yang menitikberatkan pada pendidikan dan penghargaan terhadap keanekaragaman geologi serta hubungannya[11]. Menurut Wildani[12], geoheritage adalah aset geologi yang meliputi elemen-elemen alami seperti lapisan batu, struktur geologi, fosil, mineral, serta lanskap yang memiliki nilai ilmiah, edukasi, estetika, dan budaya. Geoheritage tidak hanya berguna sebagai materi penelitian ilmiah, tetapi juga memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata yang berlandaskan konservasi.

Konsep geoheritage sangat penting karena dapat menghubungkan ilmu kebumian dengan masyarakat melalui cara yang edukatif dan menyenangkan. Dalam kerangka pariwisata berkelanjutan, geoheritage berfungsi sebagai fondasi untuk pengembangan geowisata yang menekankan pada pelestarian sumber daya geologi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Potensi geoheritage di Mojokerto bisa dimaksimalkan dengan pengembangan wisata berbasis geoheritage yang berkelanjutan. Desa yang memiliki keunikan geologi dan nilai sejarah yang tinggi dapat menjadi contoh yang tepat untuk penerapan konsep geowisata, dimana para wisatawan bukan hanya menikmati pesona alam dan warisan budaya, tetapi juga mendapatkan pemahaman mengenai proses geologi dan nilai edukatif yang ada di lingkungan sekitar[13].

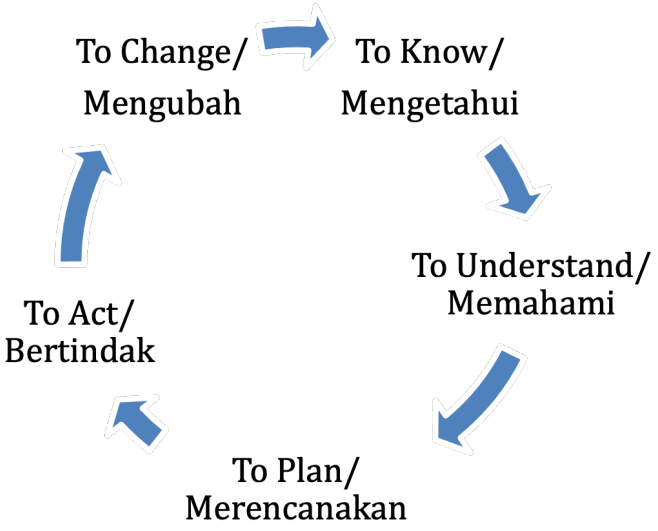
Dalam konteks Desa Bejijong, penyatuan nilai sejarah Majapahit dengan potensi geologi yang ada mampu memperkuat identitas desa sebagai tujuan wisata yang bersifat edukatif dan historis yang istimewa. Optimalisasi kampung wisata yang berfokus pada geoheritage memerlukan keterlibatan aktif dari masyarakat sebagai aktor utama. Keterlibatan masyarakat merupakan elemen kunci dalam keberhasilan pengelolaan wisata desa, karena mereka memiliki peran langsung dalam melestarikan, mengelola, dan mempromosikan sumber daya yang ada di kawasan mereka. Pengembangan geowisata sangat dipengaruhi oleh partisipasi masyarakat setempat, melalui cara seperti pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), pelatihan bagi pemandu lokal, dan pengelolaan sarana wisata[14].

Dengan meningkatkan pemahaman dan kemampuan masyarakat mengenai pentingnya warisan geologi serta sejarah setempat, Desa Bejijong dapat menciptakan wisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan keberlanjutan[15]. Partisipasi masyarakat adalah elemen krusial dalam pengembangan pariwisata desa yang berkelanjutan. Warga lokal tidak hanya berfungsi sebagai pihak yang menikmati manfaat, tetapi juga sebagai aktor kunci dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata di daerah mereka. Keterlibatan masyarakat yang aktif menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap sumber

daya alam dan budaya, yang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung [16]. Hartadji [17] menambahkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dapat diukur dari seberapa besar mereka terlibat dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, *monitoring*, dan penilaian kegiatan pariwisata. Pengembangan wisata yang berfokus pada masyarakat, atau yang dikenal sebagai *Community-Based Tourism* (CBT), adalah cara yang menjadikan masyarakat sebagai inti dari aktivitas pariwisata. Dengan pendekatan ini, masyarakat mendapatkan kewenangan atas proses dan hasil dari pengembangan sektor wisata, sehingga dampak ekonomi dan sosial dapat langsung dirasakan. Metode CBT ini juga sangat cocok diterapkan di desa-desa wisata, karena sejalan dengan sifat sosial serta budaya masyarakat pedesaan yang mengedepankan nilai kerjasama dan kearifan lokal [18]. Menurut Ardianti [3], tingkat keberhasilan CBT sangat dipengaruhi oleh derajat pemberdayaan masyarakat, baik dalam aspek pengetahuan, kemampuan manajemen, maupun akses terhadap sumber daya. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata memberikan dampak yang menguntungkan terhadap pembentukan merek destinasi. Desa wisata yang dikelola dengan pendekatan partisipatif biasanya memiliki identitas yang kuat, karena nilai-nilai budaya serta keaslian lokal tetap terjaga. Keterlibatan warga dalam kegiatan wisata yang berfokus pada pendidikan geologi di Gunungkidul dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan, sekaligus memperkuat pandangan positif desa di mata pengunjung [19].

3 | METODE KEGIATAN

Dalam pelaksanaan kegiatan, pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) [20], dimana pemberdayaan akan berorientasi masyarakat sebagai agen utama perubahan sosial sehingga pelaksana pemberdayaan masyarakat merupakan pihak lain yang melakukan fasilitasi dari proses perubahan tersebut.



Gambar 3 Siklus Pelaksanaan Kegiatan Abdimas dengan Pendekatan PAR

Gambar 3 menjelaskan prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara siklikal atau berputar untuk mengatasi permasalahan mitra untuk membangun kesadaran (*awareness* masyarakat). Pada silkus pada Gambar 3, kegiatan pengabdian diawali dengan *To Know* atau mengetahui, dimana pada tahapan ini proses mengetahui keadaan, belum melakukan analisis problem sosialnya, maka yang dilakukan adalah mencari gambaran keadaan apa adanya secara detail, menyeluruh, dan mendalam. Tahapan ini dilakukan dengan cara melakukan kunjungan dan dialog dengan Kepala Desa untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh desa wisata Bejijong. Tahap kedua adalah *To Understand* atau memahami dimana tahap ini bertujuan untuk memahami persoalan utama masyarakat. Maka langkah-langkah yang ditempuh untuk analisis bersama masyarakat adalah melalui proses *focus group discusion* (FGD). FGD dilakukan untuk mengetahui pemahaman masyarakat akan permasalahan yang diperoleh dari tahapan sebelumnya. Pada tahap selanjutnya, *To Plan* atau merencanakan tahap yang dilakukan untuk merencanakan aksi pemecahan masalah. Pada tahapan ini tim pengabdi dosen dan mahasiswa melakukan diskusi dan merumuskan

pola kegiatan. Berikutnya, tahapan dilanjutkan dengan tahap *To Act* dimana tahapan ini merupakan implementasi program dari yang direncanakan pada tahap sebelumnya. Dan terakhir, *To Change* atau mengubah yang dilakukan dengan cara melakukan evaluasi atas hasil proses selama proses pemberdayaan sehingga dihasilkan rekomendasi keberlanjutan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dan ketercapaian program akan diukur berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, yaitu partisipasi warga, inisiatif warga untuk memanfaatkan potensi, dan akses media informasi bagi warga.

4 | HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan siklus pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan berbasis *Participatory Action Research* (PAR) maka hasil pengabdian diuraikan sebagai berikut:

Tahap *To Know*

Tim pengabdi yang terdiri dari dosen dan mahasiswa ITS, melakukan kunjungan dan dialog dengan Kepala Desa sebagai informan utama dengan alasan pengetahuan yang mumpuni akan segala permasalahan yang ada di wilayah desa Bejijong. Dari pertemuan dan dialog yang dilaksanakan pada tanggal 2 Juni 2025, dihasilkan gambaran kondisi awal terkait *awareness*, atau kesadaran, masyarakat akan potensi nilai-nilai budaya lokal di desa Bejijong. Potensi nilai budaya tersebut dibatasi pada ranah elemen-elemen fasad rumah Majapahitan. Berdasarkan informasi Kepala desa, masyarakat tidak memiliki pengetahuan akan nilai yang terkandung pada elemen budaya dan sejarah melainkan mereka mengubag fasad rumah dan menyesuaikan dengan fasad bergaya Majapahitan karena instruksi dan bantuan pemerintah daerah. Permasalahan muncul ketika wisatawan datang dan berinteraksi dengan masyarakat lokal, masyarakat tidak mampu memberikan penjelasan terkait nilai budaya dibalik elemen yang diadopsi sebagai bentuk pelestarian budaya Majapahitan. Masyarakat menjadi ujung tombak keberlangsungan desa wisata Bejijong sebagai salah satu wisata Geoheritage di Indonesia. Oleh karena itu perlu dilakukan upaya untuk menguatkan pengembangan desa wisata ini sekurang-kurangnya diawali dengan pelibatan masyarakat sebagai tahap *enabling* atau tahap awal *branding* desa wisata dengan cara membangun *awareness* masyarakat terhadap potensi budaya yang dimiliki desa.

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada Tahap *To Know*, kegiatan pengabdian ini telah mengidentifikasi permasalahan utama yaitu pentingnya membangun *awareness* masyarakat akan potensi budaya yang berada dibalik elemen-elemen pada fasad rumah Majapahitan sehingga mereka mampu memberikan informasi kepada wisatawan yang mengunjungi desa wisata Bejijong, selain itu kesadaran akan pemahaman akan potensi budaya tersebut dapat ditularkan pada generasi muda sebagai upaya pelestarian budaya yang adi di desa ini.

Tahap *To Understand*

Selanjutnya, setelah permasalahan teridentifikasi maka kegiatan dilakukan dengan *Focus Group Discussion* diagendakan untuk memahami pengetahuan masyarakat terhadapsimbol-simbol budaya Majapahit yang selama ini menjadi elemen pada bangunan di sekitar wilayah desa termasuk fasad rumah masyarakat desa Bejijong. Kegiatan dilakukan pada tanggal 30 Juli 2025. FGD dihadiri oleh 56 perwakilan masyarakat dari unsur pengurus POKDARWIS dan pengurus RT dan RW. Pembahasan pada FGD dititik beratkan pada penggalian informasi tentang pemahaman masyarakat atas simbol Majapahit yang mereka pergunakan sebagai elemen pada rumah mereka yang memiliki fasad gaya Majapahitan. Terdapat delapan elemen pada setiap fasad rumah yang masing-masing diadopsi dari budaya yang berkembang di jaman kerajaan Majapahit. Elemen tersebut meliputi bubungan, ukel, lisplang, kupu tarung, krepayak, umpak, mahkota raja, dan surya Majapahit, dimana masing-masing elemen terpasang pada fasad rumah mengandung makna yang diadopsi dari nilai budaya yang berlaku pada era Kerajaan Majapahit. Gambar 4 memberikan deskripsi tentang antusiasme masyarakat terhadap kegiatan ini. Dari hasil diskusi tersebut diperoleh hasil bahwa 50 (atau 89%) dari 56 peserta FGD menyatakan bahwa mereka tidak memahami makna simbol dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dan seluruh masyarakat setuju dan mendukung untuk pengadaan media infografis yang akan menjadi media edukasi bagi masyarakat desa dan wisatawan pengunjung desa wisata Bejijong.

To Plan

Dari hasil diskusi tersebut, maka tim melanjutkan dengan membuat perencanaan implementasi kegiatan. Kegiatan dilakukan sebagai upaya membangun kesadaran berbasis partisipatif. Tim akan secara langsung berbaur dengan masyarakat dengan cara melakukan kunjungan dari rumah ke rumah untuk melakukan sosialisasi dan memberikan edukasi tentang simbol dan makna yang terkandung pada elemen-elemen Majapahitan yang selama ini telah mereka pergunakan pada fasad rumah mereka. Selain itu, teknik pendampingan dilakukan untuk membuat media informasi yang menjabarkan makna simbolis elemen-elemen pada

fasad rumah Majapahitan. Informasi ini dibuat sebagai media edukasi publik sekaligus memperkenalkan makna dan nilai budaya yang terkandung pada simbol-simbol Majapahit yang dilestarikan dengan cara mengadaptasi simbol sebagai elemen dalam fasad rumah Majapahit di desa Bejijong. Hasil kegiatan pendampingan adalah pembuatan media informasi berupa papan infografis. Kerjasama antara tim pengabdi dan masyarakat dimana tim pengabdi menyusun desain konten yang memuat informasi sejarah dan makna ornamen Majapahit dan masyarakat membuat dan memasang papan infografis di tempat yang strategis.



Gambar 4 Suasana Diskusi di Balai Desa



Gambar 5 Hasil Pendampingan Pembuatan dari Konsep hingga Papan Infografis terpasang

To Act

Kegiatan pada tahapan berikutnya adalah *To Act* yang merupakan implementasi dari rencana yang dilakukan berbasis partisipatoris dengan dua format yaitu kunjungan formal melalui pemaparan kepada kepentingan pemangku kebijakan di desa dan kunjungan non-formal melalui kegiatan sosialisasi langsung dengan format kunjungan dan dialog dengan warga dari rumah ke rumah. Adapun materi kegiatan tersebut adalah pemaparan dan penjelasan tentang nama dan elemen serta makna yang terkandung pada simbol yang dipergunakan pada fasad rumah Majapahitan yang menjadi gaya rumah masyarakat desa Bejijong. Elemen-elemen tersebut diadopsi dari budaya Majapahit yang memiliki simbol dan nilai budaya yang harus dipahami dan dilestarikan sebagai upaya pelestarian sejarah dan budaya. Tabel 1 mendeskripsikan elemen-elemen fasad rumah yang diadopsi dari fasad rumah Majapahit beserta makna simbol yang melekat.

Tabel 1 Elemen dan Makna Nilai Budaya Majapahit

No	Elemen	Nama	Pemahaman Nilai Budaya
1		Bubungan	Melambangkan kejayaan dan sakralitas Majapahit.
2		Ukel/Suluran	Simbol kesinambungan hidup dan keseimbangan.
3		Lisplang	Simbol kekuatan, keberanian, dan pelindung rumah.
4		Kupu Tarung	Melambangkan keseimbangan, keharmonisan, dan keterbukaan sosial.
5		Krapyak	Melambangkan keterbukaan, kesehatan, dan keakraban warga desa.
6		Umpak	Simbol kekokohan, dasar kehidupan, dan keseimbangan moral-spiritual.
7		Mahkota Raja	Simbol legitimasi kekuasaan dan kejayaan Majapahit.
8		Surya Majapahit	Simbol spiritual, pusat kekuatan, dan identitas kerajaan Majapahit.

Dua format kegiatan ini bertujuan menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga dan memperkenalkan identitas budaya Majapahit sehingga menjadi upaya masyarakat untuk melestarikan nilai budaya dan sejarah. Disamping itu pengetahuan akan simbol dan makna pada elemen fasad rumah Majapahitan di desa Bejijong dapat menjadi informasi kepada wisatawan yang datang berkunjung sehingga mereka memahami dan sekaligus menjadi bagian dari pelestarian budaya. Gambar 6 memberikan gambaran tentang sosialisasi yang dilakukan kepada pejabat dan perangkat kelurahan terkait simbol dan makna elemen rumah Majapahitan serta pemaparan hasil pendampingan pembuatan dan pemasangan papan Infografis sekaligus menyampaikan gagasan strategis untuk untuk memanfaatkan papan infografis sabagai media edukasi masyarakat. Hal ini penting dilakukan sebagai upaya keberlanjutan. Pemangku dan perangkat desa menjadi unsur yang menginisiasi dan melanjutkan upaya penyadaran masyarakat dan upaya pelestarian.



Gambar 6 Sosialisasi kepada Perangkat Desa

Selain dengan perangkat, sosialisasi dilakukan dengan mengunjungi 88 keluarga (Gambar 7) di desa untuk memperkenalkan simbol-simbol Majapahit yang telah diadaptasi oleh desa Bejijong sebagi potensi budaya (seperti tampak pada Tabel 1). Sosialisasi dilakukan untuk berdialog dengan masyarakat dan dilakukan dengan mengunjungi dari rumah ke rumah untuk membangun kedekatan dan memudahkan untuk menyampaikan dan menumbuhkan kesadaran masyarakat agar ikut terlibat untuk memahami nilai budaya yang ada di desa mereka dan sekaligus menjadi rujukan bagi wisatawan yang datang ke desa Bejijong untuk mendapatkan informasi tentang nilai Majapahit yang mewarnai kehidupan desa Bejijong.



Gambar 7 Sosialisasi kepada Masyarakat

To Change

Tahap terakhir adalah *To Change* atau mengubah yang dilakukan dengan melihat perubahan dengan cara melakukan evaluasi atas hasil proses selama proses pemberdayaan sehingga dihasilkan rekomendasi keberlanjutan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dan ketercapaian program akan diukur berdasarkan indikator yang telah ditetapkan . Melalui wawancara semi-terstruktur kepada 15 responden, terdiri dari 10 warga Desa Bejijong dan 5 wisatawan yang berkunjung.

Wawancara difokuskan pada persepsi mereka terhadap manfaat papan infografis yang menampilkan simbol-simbol Mojopahit sebagai elemen fasad rumah Majapahitan yang telah dipasang di halaman pendopo Balai desa sehingga mudah diakses oleh seluruh masyarakat dan wisatawan. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh simpulan ketercapaian indikator yaitu partisipasi warga, inisiatif warga untuk memanfaatkan potensi serta akses media informasi bagi warga. Responden menunjukkan kesadaran untuk secara partisipatif terlibat pada upaya pelestarian, kesadaran inisiatif untuk memanfaatkan informasi infografis sebagai edukasi, serta kepuasan terhadap keberadaan papan infografis. Beberapa hasil kutipan wawancara mendukung hasil temuan tersebut.

"Saya baru tahu kalau simbol-simbol di rumah ini punya makna sejarah. Setelah baca papan itu, saya jadi lebih menghargai warisan nenek moyang. Anak-anak saya juga jadi tertarik belajar sejarah Mojopahit."(Ibu Sulastri, 52 Tahun, warga Desa Bejijong)

"Infografisnya informatif dan menarik. Saya jadi tahu bahwa desain rumah di sini bukan sekadar estetika, tapi ada filosofi budaya di baliknya. Ini pengalaman wisata yang edukatif."(Bapak Andi, 34 tahun, Wisatawan dari Surabaya).

"Dulu saya cuma tahu rumah ini mirip bangunan kuno. Tapi sekarang saya paham bahwa setiap simbol punya arti. Saya merasa lebih terhubung dengan budaya Mojopahit." (Pak Mulyono, 60 tahun, warga desa Bejijong)

Dari kutipan tersebut, maka dapat disimpulkan kegiatan pengabdian Masyarakat telah mampu membangun kesadaran Masyarakat Bejijong melalui kegiatan yang bersifat partisipatoris melalui sosialisasi dan edukasi serta pembuatan dan pemasangan papan infografis yang mudah untuk diakses oleh semua warga karena diletakkan di halaman pendomo Blai Desa. Melalui papan infografis kesadaran Masyarakat dibangun melalui pengetahuan yang diperoleh tentang makna simbol yang selama ini telah dipergunakan sebagai elemen pada fasad rumah Majapahitan yang menjadi daya tarik desa Bejijong sebagai desa wisata. Papan infografis mampu memudahkan pemahaman terhadap nilai-nilai budaya Mojopahit, menambah daya tarik visual dan edukatif pada lingkungan desa, dan meningkatkan rasa bangga terhadap warisan budaya lokal.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bejijong, kesadaran masyarakat lokal akan pentingnya melestarikan nilai-nilai dan potensi budaya secara kulitatif meningkat. Hal ini ditunjukkan dari respon masyarakat terhadap ide pemasangan papan infografis yang menjadi media informasi terkait nilai dan makna dari simbol-simbol yang dilestarikan pada fasad rumah masyarakat, selain itu wisatawan juga memberikan tanggapan positif terhadap pemasangan papan infografis yang mengangkat simbol-simbol Mojopahit sebagai elemen fasad rumah Majapahitan. Evaluasi menunjukkan bahwa media ini efektif sebagai sarana edukasi visual, memperkuat identitas budaya lokal, dan memperkaya pengalaman wisata. Responden menyatakan bahwa mereka merasa lebih memahami dan menghargai nilai-nilai budaya Mojopahit setelah melihat dan membaca infografis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan visual dan kontekstual dalam pelestarian budaya memiliki dampak positif terhadap pemahaman dan keterlibatan masyarakat.

Tingkat kepuasan terhadap kegiatan meningkatkan pada teknik pengembangan keasadaarn masyarakat pada tahap awal atau *enabling*, dengan kata lain pemasangan infografis ini berperan sebagai tahapan awal (*enabling*) dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap nilai dan potensi budaya yang dimiliki Desa Bejijong. Melalui penyajian informasi yang mudah diakses dan relevan dengan lingkungan sekitar, masyarakat mulai diberdayakan untuk mengenali, memahami, dan mengapresiasi warisan budaya mereka sendiri. Ini menjadi landasan penting untuk mendorong keterlibatan aktif dalam pelestarian dan pengembangan budaya lokal. Tingkat kepuasan masyarakat dan pelanggan atau wisatawan menjadi salah satu modal capital bagi desa Bejijong untuk mendorong meningkatnya *destination branding*.

Sebagai rekomendasi bagi kegiatan pengabdian masyarakat yang akan datang, maka pengabdian ini merekomendasikan untuk melanjutkan tahap pengabdian masyarakat pada tahapan lanjutan yaitu tahapan penguatan (*empowering*), perlindungan (*protecting*), dan pendukungan (*supporting*). Pada pengabdian ini, tahapan *enabling* telah menghasilkan kesadaran masyarakat akan Mojopahit sebagai identitas visual desa, sehingga pada tahapan lanjutan pengabdian masyarakat dapat dilakukan dengan fokus pemakaian simbol secara konsisten dalam berbagai media promosi, mengembangkan narasi budaya lokal yang kuat dan dapat dikomunikasikan melalui media digital, produk kreatif, dan aktivitas wisata, mendorong kolaborasi antara komunitas lokal, akademisi, dan pelaku industri kreatif untuk memperluas jangkauan dan daya tarik budaya desa, serta menyusun paket wisata tematik yang menggabungkan edukasi sejarah, arsitektur, dan pengalaman budaya langsung. Dengan pendekatan ini, Desa Bejijong memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata budaya yang berkarakter, sekaligus memperkuat posisi budaya lokal dalam pembangunan berkelanjutan.

5 | UCAPAN TERIMA KASIH

"Pengabdian masyarakat ini didukung oleh Direktorat Riset dan Pemberdayaan Masyarakat dengan memberikan hibah pengabdian berbasis produk dengan No Hibah Nomor : 2028/PKS/ITS/2025."

Referensi

1. Endah K. Pemberdayaan Masyarakat Menggali Potensi Lokal Desa. Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan 2020;6(1):135–143.
2. Mukaddas J. Analisis Kelembagaan Desa Dan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Kawasan Daerah Perlindungan Laut Kecamatan Soropia Kabupaten Konawe. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan 2021;1(1):77–84.
3. Ardianti Y, Eprilianto DF. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism. Publika 2022;10(4):1269–1282.
4. Putri DP, Suminar T. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata "Kampung Kokolaka" Kelurahan Jatirejo Kota Semarang. Enggang: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya 2023;3(2):93–103.
5. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Fash Muslim (Modest Fashion). Kemenparekrafgoid 2021;(3):1.
6. Suharto E. Membangun Masyarakat Membangun Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Sosial dan Pekerja Sosial. Bandung: Refika Aditama; 2006.
7. Irawan E. Model Perencanaan Sumber Daya Manusia Serta Repositioning Dalam Pengembangan Sumber Daya Manusia: Suatu Kajian Literatur. Jurnal Ekonomi Manajemen Pariwisata dan Perhotelan 2023;2(2):1–12.
8. Febriyanto AK, Kesesuaian Program Pengembangan Pariwisata Dengan Kebutuhan Masyarakat (Studi Tentang Kampung Majapahit Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto); 2019. https://repository.unair.ac.id/96513/.
9. Septiani AN. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Kampung Majapahit Sebagai Desa Wisata (Studi di Desa Bejijong, Kecamatan Trowulan Kabupaten, Mojokerto). Publika 2019;7(7):32–25.
10. Jamalina IA, Wardani DTK. Strategi Pengembangan Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism (CBT) Dan Manfaat Sosial Dan Ekonomi Bagi Masyarakat Di Desa Wisata Nglanggeran, Patuk, Gunung Kidul. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan 2017;18(1):71–85.
11. Herrera-Franco G, Carrión-Mero P, Montalván-Burbano N, Caicedo-Potosí J, Berrezueta E. Geoheritage and Geosites: A Bibliometric Analysis and Literature Review. Geosciences 2022;12(4):1–23.
12. Wildani A, Yulian Pasha C, Caryoadi Y, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Grobogan. Kajian Identifikasi Potensi Geoheritage Kabupaten Grobogan. Research Journal 2024;1(2):1–18.
13. Berliandaldo M, Fasa AWH. Pengelolaan Geowisata Berkelanjutan Dalam Mendukung Pelestarian Warisan Geologi: Perspektif Collaborative Governance. Inovasi 2022;19(1):79–97.
14. Sunan HL, Purnomo WH, Chasanah N, Sugiyanto G, Adhiana TP, Susilawati H, et al. Kelayakan Geosite dan Geomorphosite Kawasan Desa Wisata Limbasari sebagai Potensi Geowisata Desa Limbasari. Indonesian Journal of Community Services 2020;2(2):109.
15. Indriani Y, Firmansyah H, Firmansyah ED, Priyo D. Upaya Peningkatan Aksesibilitas Geowisata Desa Jari melalui Pembuatan Papan Petunjuk Lokasi Geosite Selo Gajah & Banyu Wedang. Jurnal Pengabdian Masyarakat 2025;5(1):610–619.
16. Herdiana D. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. JUMPA (Jurnal Master Pariwisata) 2019;p. 63.

17. Hartadji DK. Peran Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Pariwisata. Jurnal Abdimas Pariwisata 2024;5(2):81–83.

18. Rusyidi B, Fedryansah M. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial 2018;1(3):155–165.

19. Aji GG, Huda MA, Setianingrum MV, Indrajayani GG, Napitupulu PA. Pengembangan Inovasi Teknologi Berbentuk Website Direktori sebagai Upaya Branding Desa Wisata di Jawa Timur. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK 2024;20(1):13–30.

20. Afandi A, Laily N, Wahyudi N, Umam MH. Metodologi Pengabdian Masyarakat. 1st ed. Suwedi S, Basir A, Jarot W, editors, Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Kementerian Agama RI; 2022.

Cara mengutip artikel ini: Jingga, A. P., Nuswantara, K., Anggraita, A. W., Zahra, M. A., Rachmaniyah, N., Indraprasti, A., Hawari, F., Jadmiko, A. K. P., (2026), Optimalisasi Kampung Wisata Majapahit di Desa Bejijong sebagai Desa Wisata Geo-heritage Berkelanjutan dengan Cara Mendorong Partisipasi Masyarakat untuk Meningkatkan Destination Branding, *Sewagati*, *10(5):1080–1092*, https://doi.org/10.12962/j26139960.v10i5.9423.