

## PENINGKATAN KAPASITAS MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DESA WISATA KEBOBANG

Setyo Tri Wahyudi<sup>1\*</sup>, Rachmad Kresna Sakti<sup>2)</sup>, Radeetha<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya

\*Email Korespondensi : [setyo.tw@ub.ac.id](mailto:setyo.tw@ub.ac.id)

### Abstrak

Pengembangan Desa Wisata Kebobang memerlukan peningkatan kapasitas pelaku wisata agar mampu mengelola atraksi desa secara lebih profesional dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada penguatan kompetensi masyarakat melalui rangkaian sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan operasional yang melibatkan pengelola BUMDes, kelompok tani melon, seniman wayang kulit, dan komunitas off-road. Pendekatan capacity building dirancang dalam tiga tahap: (1) penyuluhan mengenai konsep desa wisata dan standar pelayanan dasar; (2) pelatihan teknis yang meliputi manajemen destinasi, pembuatan konten digital, dan pengelolaan media sosial; serta (3) pendampingan lapangan untuk memastikan penerapan keterampilan baru dalam aktivitas wisata sehari-hari. Hasil evaluasi berbasis kuesioner menunjukkan peningkatan kapasitas yang signifikan. Sebanyak 82% responden menyatakan lebih memahami peran mereka dalam pengelolaan desa wisata, 79% merasa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan wisatawan, dan 76% mampu membuat serta mengunggah konten promosi secara mandiri. Selain itu, masyarakat melaporkan peningkatan koordinasi antarpelaku wisata setelah pendampingan intensif. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat memiliki kontribusi langsung terhadap kesiapan kelembagaan desa wisata, terutama dalam aspek pelayanan, promosi, dan kolaborasi. Kegiatan ini menegaskan bahwa pelatihan yang terstruktur dan pendampingan berkelanjutan merupakan strategi efektif untuk memperkuat fondasi pengelolaan Desa Wisata Kebobang menuju destinasi yang mandiri dan kompetitif.

**Kata kunci:** desa wisata, pemberdayaan masyarakat, kapasitas pelaku wisata, wisata terpadu, pelatihan dan pendampingan

### Abstract

This community engagement program aims to strengthen the capacity of local stakeholders in managing the emerging tourism potential of Kebobang Village, Malang Regency. The village offers three key attractions—melon-picking agrotourism, wayang kulit performances, and off-road adventure routes—yet their development has remained fragmented. This program addresses the issue through community empowerment activities consisting of socialization, training, and ongoing mentoring. Training sessions focused on integrated tourism management, service standards, and digital content creation to enhance online promotion. Mentoring supported the implementation of operational practices and encouraged collaboration among BUMDes, farmers, cultural groups, and youth communities. The program shows positive outcomes: participants demonstrated improved understanding of tourism management, produced their own promotional content, and adopted basic service SOPs. Community members also reported increased confidence in coordinating cross-sector tourism activities. These achievements highlight the potential of Kebobang Village to develop an integrated community-based tourism package. Further development is recommended to strengthen governance, expand partnerships, and ensure long-term sustainability.

**Keywords:** community capacity building, integrated village tourism, local empowerment, sustainable tourism development

## PENDAHULUAN

Desa Kebobang di Kabupaten Malang memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam, mulai dari eduwisata petik melon, seni wayang kulit, hingga wisata *off-road*. Ketiga atraksi ini telah lama menjadi identitas lokal, namun pengelolaannya masih bersifat sektoral sehingga belum mampu menciptakan pengalaman wisata yang terpadu. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing desa wisata dan terbatasnya kontribusi sektor pariwisata terhadap peningkatan ekonomi masyarakat setempat. Tantangan ini sejalan dengan temuan Novelli et al. (2006) dan Farmaki (2013) yang menyebutkan bahwa keterbatasan kapasitas pelaku wisata menjadi hambatan utama dalam pengembangan destinasi berbasis komunitas.

Selain masalah fragmentasi pengelolaan, pemanfaatan teknologi digital juga masih minim. Padahal, digitalisasi promosi memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan wisatawan, terutama generasi muda Li & Jiang (2023). Di Kebobang, konten promosi wisata belum dikelola secara konsisten, dan sebagian besar pelaku belum memiliki keterampilan dasar dalam pembuatan konten maupun manajemen media sosial. Kondisi ini turut menghambat upaya desa untuk bersaing dengan destinasi lain di Jawa Timur.

Hasil kuesioner yang dihimpun selama kegiatan pengabdian mempertegas adanya kebutuhan pelatihan dan pendampingan. Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka belum memahami pengelolaan paket wisata terpadu, belum familiar dengan pemasaran digital, dan membutuhkan bimbingan terkait praktik keberlanjutan dasar dalam kegiatan wisata. Temuan ini menunjukkan adanya gap kompetensi yang perlu diintervensi melalui penguatan kapasitas dan difusi pengetahuan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam pengelolaan desa wisata melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan. Program ini menekankan integrasi tiga atraksi utama Kebobang ke dalam satu paket wisata, sekaligus memperkenalkan keterampilan dasar digital dan praktik keberlanjutan. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal menuju pengembangan Desa Kebobang sebagai destinasi wisata terpadu yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment approach*) yang dikemas ke dalam tiga strategi utama: pendidikan masyarakat, pelatihan berbasis praktik, dan pendampingan implementatif. Metode ini dipilih untuk menjawab kebutuhan nyata pelaku wisata Desa Kebobang yang belum memiliki kapasitas manajerial, digital, maupun koordinatif dalam mengelola paket wisata terpadu.

Pertama, pendidikan masyarakat dilakukan melalui sesi sosialisasi awal yang melibatkan BUMDes, kelompok tani melon, seniman wayang kulit, dan pengelola wisata offroad. Pada tahap ini, tim melakukan pemetaan persepsi dan kebutuhan mitra menggunakan kuesioner. Hasil awal menunjukkan bahwa lebih dari 60% peserta belum memahami

kONSEP integrasi paket wisata, sementara 72% belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran digital.

Kedua, pelatihan berbasis praktik difokuskan pada tiga topik inti: (1) manajemen paket wisata terpadu, (2) produksi konten digital untuk promosi desa wisata, dan (3) praktik keberlanjutan dasar dalam wisata budaya dan alam. Pelatihan dilakukan secara demonstratif dan melibatkan mahasiswa sebagai asisten teknis. Peserta berlatih menyusun alur layanan wisata, membuat konten video singkat, dan menerapkan SOP sederhana untuk aktivitas wisata.

Ketiga, pendampingan implementatif dilaksanakan selama satu bulan melalui kunjungan lapangan, monitoring aktivitas digital, dan coaching management. Pada tahap ini, peserta dibimbing untuk mengintegrasikan ketiga atraksi wisata ke dalam alur paket yang berkesinambungan. Pendampingan diperkuat dengan evaluasi kuesioner pascapelatihan, yang menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terkait digital marketing dan pengelolaan wisata sebesar 30–40%. Metode ini dirancang tidak hanya menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga membangun kesiapan komunitas untuk mengelola destinasi secara kolaboratif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program penguatan kapasitas masyarakat di Desa Kebobang menghasilkan sejumlah capaian signifikan, baik dari sisi peningkatan kompetensi pelaku wisata maupun kesiapan desa dalam mengembangkan paket wisata terpadu. Kegiatan sosialisasi di tahap awal berhasil membangun pemahaman bersama mengenai urgensi integrasi tiga atraksi desa—eduwisata melon, seni wayang kulit, dan wisata *off-road*—sebagai satu paket yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Peserta menunjukkan respons positif terhadap konsep tersebut, didorong oleh meningkatnya kesadaran akan peluang ekonomi dan pelestarian budaya lokal.

Hasil pelatihan memperlihatkan perkembangan yang cukup kuat pada kemampuan teknis masyarakat. Peserta pelatihan digital marketing mampu menghasilkan konten promosi dasar untuk platform Instagram dan TikTok, termasuk video edukasi melon, cuplikan latihan pertunjukan wayang kulit, dan dokumentasi jalur *off-road*. Sementara itu, pelatihan manajemen wisata terpadu membantu BUMDes dan kelompok pengelola wisata menyusun alur layanan, standar operasional dasar, serta sistem reservasi manual yang dapat dikembangkan menjadi sistem digital di tahap berikutnya.

Temuan kuantitatif dari kuesioner mendukung peningkatan tersebut. Sebanyak 86% responden menyatakan pelatihan meningkatkan pemahaman mereka terhadap konsep wisata terpadu, sementara 82% responden merasa lebih percaya diri dalam melakukan promosi digital. Selain itu, 78% responden menilai bahwa kegiatan pendampingan membantu mereka mengidentifikasi peran masing-masing dalam operasional destinasi. Data ini mengindikasikan bahwa kegiatan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mengerakkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan desa wisata.

Pendampingan mingguan memperkuat kemampuan praktik masyarakat dalam menjalankan aktivitas wisata. Pengelola melon mulai mengatur alur kunjungan yang lebih rapi, seniman wayang kulit mulai mendokumentasikan pertunjukan untuk kebutuhan promosi, dan pengelola *off-road* mulai menyusun aturan keselamatan dasar. Sinergi antar-

pelaku wisata, yang sebelumnya berjalan terpisah, mulai terbentuk melalui pertemuan koordinasi yang difasilitasi tim pengabdian.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat memberikan dampak langsung terhadap kesiapan Desa Kebobang untuk mengembangkan paket wisata terpadu. Perubahan perilaku, peningkatan literasi digital, serta terbentuknya koordinasi antarpelaku wisata menjadi indikator keberhasilan awal yang relevan untuk pengembangan lanjutan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku wisata Desa Kebobang dalam mengelola destinasi secara terpadu. Melalui kombinasi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pengelolaan paket wisata yang mengintegrasikan eduwisata melon, seni wayang kulit, dan wisata *off-road*. Selain itu, terdapat penguatan keterampilan digital masyarakat, tercermin dari kemampuan membuat konten promosi sederhana serta pengelolaan media sosial destinasi. Hasil rekapitulasi kuesioner menunjukkan respons positif peserta terhadap relevansi materi, manfaat pelatihan, dan kejelasan pendampingan. Secara keseluruhan, program ini memberikan fondasi awal bagi pengembangan desa wisata berbasis komunitas yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya atas dukungan pendanaan dan fasilitas yang memungkinkan kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan juga diberikan kepada Pemerintah Desa Kebobang, BUMDes, serta seluruh pelaku wisata yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap rangkaian kegiatan.

## REFERENSI

- Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 281–292. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2012-0030>
- Li, S., & Jiang, S. (2023). The Technology Acceptance on AR Memorable Tourism Experience—The Empirical Evidence from China. *Sustainability*, 15(18), 13349. <https://doi.org/10.3390/su151813349>
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141–1152. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011>