

## PENDAMPINGAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DI DESA KRISIK KABUPATEN BLITAR

Farandy Imantaka<sup>1)</sup>, Putri Agustina Nur Baiti<sup>2)</sup>, Alfi Sahrina<sup>3)</sup>, Putri Ulandari<sup>4)</sup>,  
Veronika Ernestin Delarosa<sup>5)</sup>, Restu Bintang Mahardika<sup>6)</sup>, Sitti Muwakkira<sup>7)</sup>,  
Muhammad Jimmy Assiddickly<sup>8)</sup>, Anang Yulianto<sup>9)</sup>, Nafisah Fitriana<sup>10)</sup>

<sup>1,4)</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang

<sup>2,6)</sup> Fakultas Sastra Universitas Negeri Malang

<sup>3,5)</sup> Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang

<sup>7)</sup> Fakultas Ilmu Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Malang

<sup>8)</sup> Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang

<sup>9)</sup> Fakultas Vokasi Universitas Negeri Malang

<sup>10)</sup> Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang

*putri.agustina.1902146@students.um.ac.id*

### Abstract

Tourism is a sector that has great potential in developing the local economy. Regarding tourism potential, Krisik Village has succeeded in developing several superior tourist locations that attract the attention of tourists. However, even though the tourism potential of Krisik Village is so large and diverse, tourism management and marketing still faces challenges. One of the problems faced is the lack of integration in tourism management, which is reflected in the imbalance in the number of visitors in various tourist destinations. Apart from that, promotional strategies that are not yet optimal and the absence of structured tour packages are other obstacles in the development of tourism in this region. Therefore, this service will discuss steps that can be taken to optimize tourism potential in Krisik Village. One of the solutions implemented in this community service is the concept of tourism information integration, which is expected to improve tourism marketing and management efficiently. Community service activities are carried out at Krisik Village. There are three stages of implementation, namely problem discussion, training and mentoring, and preparation of promotional content. The results obtained show that Krisik Village has natural, educational and religious tourism potential that can be utilized by the community. Promotional media is carried out by emphasizing taking videos at every tourist attraction that has developed or has tourism potential to develop. The educational aspect is carried out by providing understanding through training and developing soft skills for tourism managers in Krisik Village. With education and tourism potential, it is hoped that tourism in Krisik Village can lead to tourism that is sustainable and beneficial to the surrounding community.

*Keywords: tourism, natural tourism, training.*

### Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal. Terkait dengan potensi pariwisata, Desa Krisik telah berhasil mengembangkan beberapa lokasi wisata unggulan yang menarik perhatian wisatawan. Namun, meskipun potensi wisata Desa Krisik begitu besar dan beragam, pengelolaan serta pemasaran wisata masih menghadapi tantangan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah kurangnya integrasi dalam pengelolaan wisata, yang tercermin dalam ketidakseimbangan jumlah pengunjung di berbagai destinasi wisata. Selain itu, strategi promosi yang belum optimal dan ketiadaan paket wisata yang terstruktur menjadi kendala lain dalam perkembangan pariwisata di wilayah ini. Oleh karena itu, pengabdian ini akan membahas langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di Desa Krisik. Salah satu solusi yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah konsep integrasi informasi wisata, yang diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan pengelolaan wisata secara efisien. Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan bertempat di Desa

Krisik. Terdapat tiga tahap pelaksanaan yaitu diskusi masalah, pelatihan dan pendampingan, dan penyusunan konten promosi. Hasil yang didapatkan memperlihatkan Desa Krisik memiliki potensi wisata alam, edukasi, dan religi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Media promosi dilakukan dengan menekankan pada pengambilan video pada setiap objek wisata yang sudah berkembang maupun yang memiliki potensi wisata untuk berkembang. Aspek edukasi dilakukan dengan memberikan pemahaman melalui pelatihan dan pengembangan softskill bagi pengelola wisata di Desa Krisik. Dengan adanya edukasi dan potensi wisata diharapkan wisata di Desa Krisik dapat menuju wisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

*Keywords: pariwisata, wisata alam, pelatihan.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal. Pemerintah Indonesia telah memprioritaskan sektor pariwisata sebagai salah satu dari tiga sektor utama dalam lima tahun terakhir, bersama dengan sektor pertanian dan manufaktur serta industri pengolahan (Huda, 2020). Kawasan wisata terintegrasi perlu kebijakan yang memperpadukan dan menjamin pelaku-pelaku di bidang kepariwisataan bersinergi dan berkoordinasi (Kusbandrijo et al., 2018).

Salah satu wilayah yang menarik perhatian sebagai tujuan wisata adalah Desa Krisik, yang terletak di wilayah Kecamatan Gandusari, Kabupaten Blitar, dengan koordinat geografisnya yang berkisar antara 152°30' - 152°39' BT dan 7°66' - 8°98' LU. Desa Krisik memiliki karakteristik topografi yang beragam, mencakup persawahan dan perbukitan dengan ketinggian antara 656 hingga 715 meter di atas permukaan laut, serta suhu rata-rata 17°C sampai 20°C (Kusumo & Budiarto, n.d.). Keindahan alam dan potensi budaya yang dimiliki Desa Krisik menjadi dasar kuat untuk pengembangan sektor pariwisata di kawasan ini.

Terkait dengan potensi pariwisata, Desa Krisik telah berhasil

mengembangkan beberapa lokasi wisata unggulan yang menarik perhatian wisatawan. Beberapa di antaranya termasuk Telaga Rambut Monte, sebuah danau yang terkenal dengan keindahannya, Tubing Lekso yang menawarkan petualangan seru dengan rute yang menantang, dan Pura Arga Sunya yang merupakan situs religi yang juga terbuka untuk kunjungan wisatawan di luar waktu ibadah. Dengan diadakannya desa wisata dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal (Soedarmadji & Wahid, 2021).

Namun, meskipun potensi wisata Desa Krisik begitu besar dan beragam, pengelolaan serta pemasaran wisata masih menghadapi tantangan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah kurangnya integrasi dalam pengelolaan wisata, yang tercermin dalam ketidakseimbangan jumlah pengunjung di berbagai destinasi wisata. Selain itu, strategi promosi yang belum optimal dan ketiadaan paket wisata yang terstruktur menjadi kendala lain dalam perkembangan pariwisata di wilayah ini. Sehingga dibutuhkan promosi untuk lebih mengenalkan potensi pariwisata yang ada di Desa Krisik agar lebih dikenal secara luas.

Promosi merupakan salah satu cara untuk menginformasikan potensi pariwisata yang ada di suatu wilayah atau daerah. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi

yang pesat saat ini, dukungan dalam upaya mempromosikan pariwisata suatu daerah agar lebih dikenal di seluruh dunia semakin besar. Salah satu alat promosi yang sangat efektif dan mudah diakses oleh banyak orang saat ini adalah situs web (Ekadewi et al., 2018)

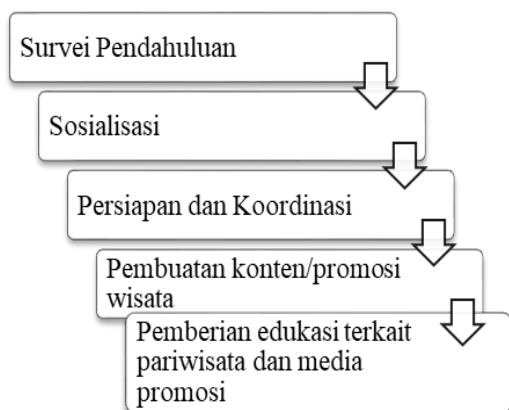
Menurut hasil Laporan Penelitian tentang Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang meninggalkan Indonesia pada tahun 2001, terungkap bahwa penggunaan internet atau situs web sebagai sumber informasi utama oleh para wisman menempati posisi paling tinggi, mencapai 24,78% dari semua media informasi yang digunakan. Media-media lain seperti brosur, katalog, radio, dan billboard masing-masing hanya digunakan dalam proporsi yang lebih rendah, yaitu 6,06%, 2,14%, 1,38%, dan 0,19%. Terutama, wisman yang datang ke Indonesia untuk tujuan liburan adalah kelompok yang paling banyak menggunakan internet, mencapai 25,94% dibandingkan dengan media lainnya (Rizky et al., 2019) Hasil ini menunjukkan bahwa promosi melalui situs web lebih diminati karena dianggap efektif dan efisien. Hal itu selaras dengan kemajuan teknologi an globalisasi yang tidak dapat dihindari dewasa ini (Saputra et al., 2022).

Oleh karena itu, pengabdian ini akan membahas langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengoptimalkan potensi pariwisata di Desa Krisik. Salah satu solusi yang diusulkan adalah konsep integrasi informasi wisata dengan menggunakan webiste, yang diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dan pengelolaan pariwisata secara berkelanjutan. Dengan adanya integrasi informasi wisata, pengelola wisata lokal di Desa Krisik dapat lebih mudah mempromosikan destinasi mereka, sementara wisatawan akan lebih mudah mengakses informasi yang

mereka butuhkan untuk merencanakan kunjungan mereka. Dengan demikian, integrasi informasi wisata diharapkan dapat menjadi langkah penting dalam mengembangkan potensi pariwisata yang besar di Desa Krisik.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *participatory rural appraisal*. Ini merupakan metode pendekatan masyarakat secara partisipatif (Mustanir et al., 2019). Metode ini memungkinkan masyarakat Desa Krisik bersama-sama menganalisis masalah terkait wisata dalam rangka merumuskan perencanaan dan kebijakan. Selain menggunakan *participatory rural appraisal* kami menguatkan juga *community empowerment* yang ada di Desa Krisik. Dengan *community empowerment* ini, proses pemberdayaan yang membuat masyarakat berinisiatif untuk melakukan kegiatan sosial guna memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri juga lingkungan sekitarnya (Wartama & Nandari, 2020). Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan bertempat di Desa Krisik. Mitra yang membantu dalam kegiatan ini adalah Kepala Desa Krisik, POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), BUMDES (Badan Usaha Milik Desa), Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Blitar, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Blitar, serta Lekso Adventure. Gambar 1 merupakan *flowchart* pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Krisik



Gambar 1. Flowchart Metode Pelaksanaan

Tahap pertama, pada tahap pertama ini akan dilaksanakan diskusi bersama pengelola wisata, pemerintah desa terkait, dan masyarakat Desa Krisik mengenai permasalahan yang telah dinyatakan di pendahuluan. Selain itu, pada tahap ini juga memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Krisik mengenai program Penyusunan Optimalisasi Potensi di Desa Krisik dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan yang akan dilaksanakan. Sehingga pada ketika melaksanakan tahap kedua, dapat berjalan lancar sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Tahap kedua, melakukan pembuatan dan penyusunan konten promosi. Wisata yang ada di Desa Krisik selanjutnya dilakukan pengambilan konten. Pengambilan konten ini sebelumnya dilakukan melalui perencanaan agar terstruktur. Pembuatan perencanaan konten akan lebih mempermudah pengelola dalam melakukan promosi di sosial media, agar lebih terstruktur dan terkonsep sehingga dapat membuahkan hasil seperti yang diharapkan.

Tahap ketiga, dengan memberikan edukasi kepada masyarakat, pengelola wisata, dan perangkat desa terkait dengan pariwisata dan media promosi yang dapat dimanfaatkan oleh penggiat wisata di Desa Krisik. Kegiatan ini

dilakukan setelah tahapan-tahapan yang sebelumnya sudah dilakukan, dan pelaksanaan ini dengan melibatkan praktisi dan akademisi dalam pengelolaan wisata dan pengelolaan media promosi wisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan survei pendahuluan terkait program yang akan dilaksanakan di Desa Krisik. Kegiatan survei pendahuluan ini melihat kondisi yang ada di wisata Desa Krisik. Serta melakukan perizinan dan sosialisasi program pengabdian masyarakat kepada kepala desa. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi kepada perangkat desa terkait kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan di Desa Krisik, Kabupaten Blitar.



Gambar 2. Koordinasi dengan Kepala Desa Terkait Program Pengabdian

Setelah dilakukannya survei pendahuluan dan perizinan dengan kepala desa, selanjutnya dilakukan sosialisasi kepada penggiat wisata dan perangkat desa. Dalam kegiatan ini juga dilakukan pembukaan program dan diskusi bersama masyarakat terkait program yang akan dilaksanakan kedepannya. Masyarakat terlibat aktif secara langsung terkait pengabdian yang

dilakukan di lakukan kedepannya. Pada seluruh kegiatan pengabdian ini, pihak masyarakat yang selalu ikut serta dalam kegiatan antara lain pihak Pokdarwis, Pengelola Wisata, dan Perangkat Desa. Gambar 3 merupakan sosialisasi yang dilakukan oleh tim pengabdian di Desa Krisik



**Gambar 3. Foto Bersama Pengelola Wisata, Perangkat Desa, BUMDES Desa Krisik**

Selanjutnya diadakan juga koordinasi lanjutan terkait berbagai pihak yang terlibat dalam wisata yang ada di Desa Krisik (Gambar 4). Hasil positif yang dicapai dari adanya diskusi tersebut adalah adanya upaya untuk diskusi dan perancangan agar pengelolaan wisata dapat saling terintegritas. Ditandai diskusi yang dihadiri pengelola wisata, mengunjungi masing-masing destinasi wisata, dan mengikuti kegiatan pertemuan pengelola wisata.



**Gambar 4. kegiatan sosialisasi program kegiatan**

Kegiatan promosi dilakukan dengan melakukan pengambilan video pada beberapa tempat wisata yang ada di Desa Krisik. Pengambilan video wisata dilakukan di beberapa tempat seperti di wisata arung Jeram Lekso Adventure, Rambut Monte, area wisata edukasi yang dikelola oleh BUMDES, dan Pura Arga Sunya. Pengambilan video dilaksanakan dalam rentang waktu 4 hari 3 malam. Dalam kurun waktu tersebut telah didapatkan hasil dari pengambilan video pariwisata yang sebelumnya telah di tetapkan dan juga terdapat wisata-wisata baru yang masih berkembang untuk dijadikan video profil wisata Desa krisik. Pengambilan video tersebut menonjolkan tiap-tiap wisata seperti wisata Pura yang menonjolkan wisata religinya, wisata perah susu sebagai wisata edukasi dan beberapa wisata yang lainnya. Gambar 5 menunjukkan kesenian di Desa Krisik yang diambil di Pura Arga Sunya.



**Gambar 5. Proses pembuatan video profil**

Pada tahapan ketiga yaitu dengan melakukan edukasi dan pengenalan terhadap pengelolaan wisata yang ada di Desa Krisik. Sharing terkait kepariwisataan dilakukan dengan salah satu organisasi yaitu *East Java Ecotourism* atau biasa disingkat dengan EJEJ. EJEJ merupakan organisasi yang mengembangkan dan menerapkan konsep ekowisata dalam pengelolaan pariwisata. EJEJ pada dasarnya adalah

forum ekowisata Jawa Timur dimana para pengelola ekowisata dapat sharing antar pengelola ekowisata. Dengan sharing dan pelatihan yang diadakan, masyarakat mulai memiliki softskill berupa digital marketing sebagai langkah untuk mempromosikan wisata yang ada di Desa Krisik. Dengan begitu pula, masyarakat dapat mengidentifikasi segala sumber daya alam dan mulai merencanakan bagaimana sumber daya alam dapat digunakan dalam kepariwisataan. Gambar 6 memperlihatkan koordinasi dengan Tim EJEJ terkait pariwisata yang ada di Jawa Timur.



**Gambar 6. Koordinasi dengan Tim EJEJ**

Setelah berkoordinasi dengan beberapa pihak, dilanjutkan dengan melakukan edukasi terkait wisata dengan beberapa pihak yang berhubungan dengan wisata yang ada di Desa Krisik. Gambar 7 merupakan pemberian edukasi bagi penggiat wisata di Desa Kriksi. Munculnya kemitraan antar pihak-pihak pengelola wisata, bumdes, dan pokdarwis untuk merancang paket wisata di Desa Krisik merupakan salah satu aspek inovasi yang tim pengabdian masyarakat tekankan. Walaupun tujuan awal merupakan kepentingan mengenai teknologi, inovasi yang diutamakan merupakan inovasi terkait aspek sosial. Inovasi teknologi tersebut sebagai

output terpecahkannya masalah yang ada. Dengan tercapainya konsolidasi antar lapisan masyarakat, diharapkan dapat memecahkan masalah terkait.



**Gambar 7. Pemberian Edukasi Terkait Pariwisata di Desa Krisik**

Dengan dilakukannya pelatihan dan sharing mengenai kepariwisataan dan media promosi, maka tim melakukan pemantauan terhadap pihak-pihak yang telah menjalani pelatihan. Pemantauan dilakukan secara hybrid, menggunakan 2 metode yaitu mendatangi secara langsung di lapangan dan juga memantau lewat online maupun alur komunikasi online lainnya. penilaian akan pemantauan pihak-pihak terkait mengenai kelancaran dalam proses mengelola dan menginput konten-konten promosi kedalamnya dan juga media sosial.

Terkait mengenai promosi di media sosial akan dilakukan melalui perencanaan konten. Pembuatan perencanaan konten tersebut akan lebih mempermudah pengelola dalam melakukan promosi di sosial media, agar lebih terstruktur dan terkonsep sehingga dapat membuahkan hasil seperti yang diharapkan. Selanjutnya, dari pemantauan yang dilakukan akan menghasilkan sebuah evaluasi untuk mengetahui sejauh mana, perbedaan apa, dan pembenahan apa saja yang akan digunakan demi meningkatkan pelaksanaan program tersebut.

## SIMPULAN

Desa Krisik memiliki potensi wisata alam, edukasi, dan religi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Pengelolaan wisata tersebut harus didasarkan dengan kearifan lokal yang ada. Budaya dan kegiatan sosial yang ada di masyarakat dapat dijadikan sebagai aspek yang menunjang dalam kegiatan wisata. Media promosi dilakukan dengan menekankan pada pengambilan video pada setiap objek wisata yang sudah berkembang maupun yang memiliki potensi wisata untuk berkembang. Aspek edukasi dilakukan dengan memberikan pemahaman melalui pelatihan dan pengembangan softskill bagi pengelola wisata di Desa Krisik. Dengan adanya edukasi dan potensi wisata diharapkan wisata di Desa Krisik dapat menuju wisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Negeri Malang yang sepenuhnya mendukung baik secara moral dan finansial dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, terima kasih kepada UKM MPA Jonggring Salaka Universitas Negeri Malang, serta kepada Kemendikbudristek yang telah membantu selama kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

Ekadewi, S., Yunanto, P. W., & Sastrawijaya, Y. (2018). Pengembangan Website Dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pariwisata Di

Kabupaten Bangka Selatan. *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 2(1), 9–16. <https://doi.org/10.21009/pinter.2.1.2>

Huda, R. (2020). Local Economic Development through Tourism Sector at Serang Village, Karangreja District, Purbalingga Regency. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial* |, 11(2), 2614–5863. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v11i2.1470>

Kusbandrijo, B., Tjahjono, E., & Rochim, A. (2018). Pengelolaan Kawasan Wisata Terintegrasi Di Kabupaten Ponorogo Dengan Pendekatan City Marketing. *DIA: Jurnal Administrasi Publik*, 16(1), 50–61. <https://doi.org/10.30996/dia.v16i1.1927>

Kusumo, & Budiarto, E. (n.d.). Sejarah Singkat Desa Krisik, Kekunaan The Story of Indonesian Heritage. [Http://Kekunaan.Blogspot.Com/2014/01/Sejarah-Singkat-Desa-Krisik.Html?M=1](http://Kekunaan.Blogspot.Com/2014/01/Sejarah-Singkat-Desa-Krisik.Html?M=1) .

Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa Dalam Perencanaan Metode Partisipatif. In *Jurnal MODERAT* (Vol. 5).

Rizky, F., Frinaldi, A., & Putri, N. E. (2019). Penerapan E-Government Dalam Promosi Pariwisata Melalui Website Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Padang. <https://jurnal.ranahresearch.com/index.php/R2J/article/view/85>

Saputra, P. P., Hayati, L., & Bahtera, N. I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata

Melalui Pemanfaatan Media Sosial di Kecamatan Manggar, Kabupaten Belitung Timur. NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(10), 4039–4043.

Soedarmadji, W., & Wahid, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Wisata Desa Blarang Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan. ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 72–78. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.212>

Wartama, I. N. W., & Nandari, N. P. S. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Rumah Tangga melalui Bank Sampah di Desa Sidakarya Denpasar Selatan. Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 44–48. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta/article/view/2574>