

PENDAMPINGAN PELIBATAN PEREMPUAN DALAM IDENTIFIKASI POTENSI DESA WISATA DI DESA NGAWONGGO KECAMATAN TAJINAN, KABUPATEN MALANG

Rita Parmawati¹⁾, Wike²⁾, Farida Nurani³⁾, Harsuko Riniwati⁴⁾

¹⁾Universitas Brawijaya

rita_parmawati@ub.ac.id

Abstrak: Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan merupakan salah satu destinasi di Kabupaten Malang yang memiliki daya tarik wisata bagi wisatawan yang datang mengunjunginya. Pengembangan pariwisata Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan diarahkan pada pengembangan produk wisata alam dan budaya, pemasaran daya tarik wisata dan kehidupan sosial budaya desa. Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini yaitu untuk dapat mengembangkan kepariwisataan yang berbasis masyarakat dan berkelanjutan. Metode yang ditawarkan berupa pendampingan langsung dan diskusi dengan warga dan aparatur desa, khususnya kader desa dan kader PKK di Desa Ngawonggo. Hasilnya diperoleh bahwa Desa Ngawonggo memiliki potensi yang besar untuk dilakukan pengembangan desa dengan rencana pengembangan berdasarkan 4A yaitu: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Aktivitas. Selama kegiatan berlangsung, pemahaman masyarakat desa terkait potensi pengembangan desa wisata semakin meningkat. Oleh karena itu diharapkan kedepannya hasil dari kegiatan ini dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk mewujudkan desa wisata.

Kata kunci : Pengembangan, Desa Wisata

Abstract: Ngawonggo Village, Tajinan District, is one of the destinations in Malang Regency which has a tourist attraction for tourists who come to visit it. Tourism development in Ngawonggo Village, Tajinan District is directed at developing natural and cultural tourism products, marketing tourist attractions and the socio-cultural life of the village. The purpose of carrying out this community service activity is to be able to develop community-based and sustainable tourism. The method offered is in the form of direct assistance and discussions with residents and village apparatus, especially village cadres and PKK cadres in Ngawonggo Village. The result is that Ngawonggo Village has great potential for village development with a development plan based on 4A, namely: Attractions, Accessibility, Amenities, and Activities. During the activity, the understanding of the village community regarding the potential for developing a tourism village has increased. There fore it is hoped that in the future the results of this activity can be utilized optimally to create a tourist village.

Keywords: Development, Tourism Village

PENDAHULUAN

Salah satu sektor industri di Indonesia yang kini tumbuh dengan pesat dan mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan adalah sektor pariwisata. Pembangunan kepariwisataan Indonesia sebagai salah satu komponen pembangunan nasional dilaksanakan secara berkesinambungan dengan tujuan memajukan kesejahteraan rakyat dan kemampuan masyarakat Indonesia dengan memanfaatkan TIK serta memperhatikan tantangan perkembangan global. Akan ada dampak yang bertahan lama pada kualitas hidup masyarakat umum dari konstruksi kepariwisataan yang komprehensif dan integratif dengan memanfaatkan kekayaan sumber daya alam, budaya dan kondisi geografis secara arif.

Jika suatu lokasi memiliki komponen pariwisata maka dapat disebut sebagai destinasi wisata.¹ Dengan demikian, sebuah komunitas dapat disebut sebagai desa wisata jika industri pariwisata dapat dibangun dan dikembangkan di daerah tersebut.² Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam berbagai bentuk pariwisata dan menawarkan suasana yang mencerminkan kehidupan nyata di desa, antara lain sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, kehidupan sehari-hari, tradisional, unik, dan struktur perumahan menarik serta memiliki komponen seperti kebutuhan wisata, penginapan, masakan, dan atraksi.³

Hadiwijoyo menyampaikan bahwa *Attraction* dan *Accommodation* merupakan komponen wisata 2A yang harus ada di desa wisata.⁴ Sedangkan menurut Brown dan Stange jika suatu lokasi mengandung 3A yaitu *Attraction*, *Activity* dan *Accessibility*, maka dapat disebut sebagai daerah wisata yang menarik wisatawan.⁵ Sementara Middleton and Clarke juga menemukan bahwa tiga komponen utama kegiatan pariwisata yaitu atraksi, amenities/fasilitas dan aksesibilitas.⁶ Cooper et al., menyajikan perspektif alternatif di mana mereka mengatakan bahwa 4A yaitu *Attraction*, *Amenities*, *Ancillary*, dan *Accessibility* mencakup sebagian besar komponen wisata.⁷ Pengembangan komponen wisata tergantung pada empat elemen yang

¹ A Gima Sugijama, *Manajemen Aset Pariwisata* (Bandung: Guardaya Intimarta, 2013).

² Tim KKN-PPM Desa Wisata Cirangkong, *Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata Cirangkong Subang Tahap Awal* (Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, 2012).

³ Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).

⁴ Ibid.

⁵ David Brown and Jennifer Stange, *Tourism Destination Management Achieving Sustainable and Competitive Results* (US Agency for International Development, 2013).

⁶ Victor T C Middleton and Jackie R Clarke, *Marketing in Travel and Tourism* (Routledge, 2012).

⁷ Chris Cooper et al., *Tourism: Principles and Practice* (Longman, 2000).

dikenal sebagai 4A, hal ini disampaikan oleh Direktorat Jenderal Pariwisata Republik Indonesia. Berikut uraiannya:

1. Atraksi (*Attraction*) merupakan factor peluang untuk menarik wisatawan. Hal itu dapat berupa alam, budaya dan buatan manusia seperti kegiatan wisata, tari dan pertunjukan lain.
2. Fasilitas (*Amenities*) merupakan fasilitas yang diperlukan wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata seperti akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, toko cinderamata dan lainnya.
3. Aksesibilitas (*Accessibility*) mencakup sarana dan prasarana transportasi seperti akses menuju lokasi, setapak, dan lainnya.
4. *Tourist organization* yaitu berupa organisasi kepariwisataan yang mengelola daerah tujuan wisata.

Telah banyak desa wisata yang berkembang di Indonesia meliputi tempat-tempat seperti desa Jatimalang yang disebut desa industri kreatif,⁸ desa Wisata Edukasi di daerah Cibodas, Bandung Barat,⁹ dan Desa Kliwonan yang dikenalkan sebagai Desa Wisata Batik.¹⁰ Setiap desa tersebut mempunyai daya tarik tersendiri, karena untuk menarik wisatawan, sangat penting bagi sebuah dusun wisata untuk memiliki karakter uniknya sendiri. Salah satu tempat wisata di Kabupaten Malang yang menarik pengunjung adalah Desa Ngawonggo, Kecamatan Tajinan. Pengembangan pariwisata Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan diarahkan pada pengembangan produk wisata alam dan budaya, pemasaran daya tarik wisata dan kehidupan sosial budaya desa.¹¹ Selain itu, akan ada media yang difokuskan untuk menciptakan atraksi wisata potensial sebagai daya tarik utama bagi pengunjung dan mempromosikan pariwisata sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan lokal dan daerah. Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan berpotensi dikembangkan sebagai Desa Wisata karena Desa Ngawonggo memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri berupa situs Patirtaan Ngawonggo serta memiliki daerah

⁸ Budi Setiawan and Zulfanita, "Pengembangan Desa Wisata Jatimalang Berbasis Industri Kreatif," *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2015): 101–109.

⁹ Encang Saepudin, Agung Budiono, and Mas Halimah, "Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat," *Sosiohumaniora* 21, no. 1 (2019): 1–10.

¹⁰ Ninik Wahyuning Tyas and Maya Damayanti, "Potensi Pengembangan Desa Kliwonan Sebagai Desa Wisata Batik Di Kabupaten Sragen," *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)* 2, no. 1 (2018): 74–89.

¹¹ Chafid Fandeli, *Perencanaan Kepariwisata Alam* (Fakultas Kehutanan, Universitas Gajah Mada, 2002).

yang masih kental alam pedesaannya dan masih kental dengan tradisionalitasnya, sehingga sangat cocok untuk dikembangkan sebagai Desa Wisata.

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu strategi untuk memenuhi kebutuhan pengunjung karena diperkirakan akan segera ada titik jenuh untuk hotel-hotel besar dan mewah berkaliber tertinggi.¹² Cara menggali, memanfaatkan, dan membangun sumber daya lokal yang selama ini kurang mendapat perhatian, menghilangkan kebocoran, dan menggandakan pendapatan masyarakat lokal dengan mengeksplorasi, memanfaatkan, dan mengembangkan lingkungan sumber daya lokal yang kurang dimanfaatkan. Desa wisata menawarkan akomodasi seperti rumah penduduk dijadikan fasilitas sejenis *homestay*, fasilitas kebersihan dan sanitasi harus ditingkatkan. Warga sendiri menyediakan makanan dan minuman, baik sebagai satu kesatuan keluarga maupun dengan pengaruh kuliner daerah.

Perempuan lebih banyak dilibatkan dalam kegiatan pengembangan desa wisata ini. Karena kepekaannya terhadap konteks politik, ekonomi, sosial, dan budaya, peran perempuan dalam pengembangan pariwisata telah menjadi bahan perdebatan yang luas.¹³ Namun, perempuan semakin berperan dalam mempromosikan kewirausahaan terkait pariwisata. Berbeda dengan laki-laki, mereka sebenarnya berperilaku sangat berbeda dalam hal keterlibatan dan daya cipta.¹⁴ Partisipasi perempuan juga memicu berkembangnya masalah dan pengalaman dalam hubungan, bisnis, dan peningkatan akses keuangan serta peningkatan kualitas hidup.¹⁵ Hal ini menimbulkan penilaian bahwa peran perempuan memiliki peluang yang signifikan dalam pembangunan desa wisata.¹⁶

Shane et al., mendefinisikan peluang sebagai situasi dimana barang, jasa, bahan baku, pasar dan metode organisasi baru dapat diperkenalkan melalui pembentukan cara (*means*) baru, pelanggan (*ends*) atau hubungan antara *means* dan *ends*. Dan ini juga berlaku

¹² I Nyoman Sukma Arida and Nyoman Sukma, "Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata," *Jurnal Analisis Pariwisata Issn* (2017): 1410-3729.

¹³ Daniela Dumbrăveanu et al., "Exploring Women's Employment in Tourism under State Socialism: Experiences of Tourism Work in Socialist Romania," *Tourist Studies* 16, no. 2 (2016): 151-169.

¹⁴ Mimoza Serafimova and Biljana Petrevska, "Female Entrepreneurship in Tourism: A Strategic Management Perspective in Macedonia," *Journal of Applied Economics and Business* 6, no. 1 (2018): 21-32.

¹⁵ Anisah Deen, Vyasha Harilal, and Frinwei N Achu, "Women in Tourism: Experiences and Challenges Faced by Owners of Small Accommodation Establishments," *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 5, no. 3 (2016): 223-814.

¹⁶ Rita Parmawati, Wike Wike, and Edriana Pangestuti, "The Involvement of Women in Tourism Village of Pujon Kidul, Malang, Indonesia," *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies* 7, no. 2 (2019): 120-130.

bagi para pelaku wisata.¹⁷ Permintaan dan penawaran dalam suatu kegiatan wisata merupakan kekuatan dalam perencanaan wisata. Perencanaan dalam pengembangan pariwisata harus bisa dijalankan dengan kekuatan (*supply dan demand*) di waktu yang bersamaan. Permintaan, sebagai pasar, menentukan apa yang diinginkan oleh wisatawan, kebutuhan dan kemampuan wisatawan dalam membayar. Sedangkan penawaran (*demand*) harus dikembangkan, tidak hanya sebagai tanggapan atas pasar tetapi juga sebagai faktor penambah pentingnya pengelolaan daerah wisata bagi masyarakat sekitar. Maka berkaitan hal ini, pentingnya untuk melakukan proses identifikasi terhadap potensi wilayah menuju terbentuknya desa wisata yang memiliki keuntungan bagi wilayah dan masyarakat menjadi *pivotal point*.

Oleh karena itu tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini yaitu untuk dapat memberikan pengetahuan terkait pengembangan kepariwisataan yang berbasis masyarakat dan berkelanjutan utamanya kepada perempuan. Memberikan manfaat kepada masyarakat, dengan meningkatkan pendapatan masyarakat. Turut menjaga kelestarian Desa Ngawonggo dan untuk menghindari alih fungsi lahan yang tidak terkendali, khususnya Patirtaan Ngawonggo sebagai mata air. Menumbuhkan kesadaran masyarakat Ngawonggo berkaitan dengan Pengembangan Desa Wisata Ngawonggo.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang ditawarkan adalah melalui kegiatan pendampingan identifikasi potensi alam maupun buatan menuju desa wisata, serta sosialisasi dan diskusi terkait pemetaan potensi desa serta sarana prasarana pendukungnya dengan warga dan aparatur desa, khususnya para perempuan, kader desa dan kader PKK (ibu-ibu) di desa Ngawonggo. Pelaksanaan kegiatan pendampingan bagi kader PKK dan kader desa Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan adalah sebagai berikut:

- a. Pemetaan potensi kader PKK dan kader desa yang berusia produktif.
- b. Mengidentifikasi potensi desa baik fisik maupun non fisik
- c. Kunjungan lokasi di wilayah potensi wisata di desa tersebut

¹⁷ Scott Shane, Edwin A Locke, and Christopher J Collins, "Entrepreneurial Motivation," *Human resource management review* 13, no. 2 (2003): 257-279.

- d. Diskusi bersama warga dan aparat desa tentang potensi desa menuju terbentuknya desa wisata.

Selain metode pelaksanaan di atas, dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan tema penyusunan pendampingan identifikasi potensi wisata dengan masyarakat serta perangkat desa. Bentuk kegiatan pendampingan ini diprioritaskan pada peserta yang merupakan masyarakat yang menjadi kader desa di Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan, Kabupaten Malang. Hasil dari diskusi ini nantinya diharapkan dapat mewujudkan kemampuan dalam pemasaran barang dan jasa yang terkait dengan pariwisata, kolaborasi penelitian, dan pengembangan pasar yang lebih besar di tingkat lokal, nasional, dan dunia.

Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan tanya jawab oleh peserta terkait dengan proses penggalangan opini masyarakat terutama dari kader PKK yang terkait dengan kepentingan dan keinginan seperti apa bentuk dan format wisata yang sesuai dengan potensi desa.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang pada tanggal 23 Agustus 2021. Kegiatan ini diikuti oleh aparat desa setempat sebagai peserta sekaligus membantu dalam pengambilan data lapangan terkait keberadaan wisata Tomboan yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam upaya menunjang perekonomian masyarakat setempat. Evaluasi kegiatan dilakukan pada setiap awal dan akhir pelaksanaan pelatihan yang telah dilalui dengan memberikan lembar kuesioner kepada peserta dan pemateri. Dengan pemberian kuesioner ini, maka akan diperoleh seberapa besar kualitas pendampingan tim Pasca adakan serta capaian kegiatan akan didapatkan dari aktifitas ini pula. Bentuk evaluasi diberikan dalam bentuk lembar kuesioner dan dilakukan tabulasi tentang kebutuhan dan pemahaman para peserta dalam kegiatan pengabdian.



Gambar 1.
Koordinasi tim pengabdian bersama perangkat desa Ngawonggo

Tabel 1. Capaian Kegiatan

| Capaian yang di harapkan | Kriteria keberhasilan yang ditargetkan |
|--|---|
| Peningkatan pemahaman peserta mengenai penggalian potensi lokal desa | 90% peserta paham terhadap konsep dan proses terbentuknya wisata edukasi. 90% peserta paham mengenai manfaat dan pentingnya pengembangan konsep dan identifikasi potensi lokal. |
| Peningkatan pengetahuan peserta mengenai apa itu desa wisata dan bagaimana mengelolanya masyarakat desa dan kader desa dalam kegiatan pengabdian | 90% peserta mengetahui bagaimana mengelolanya bila desa wisata tersebut terwujud. |

Rencana pengembangan potensi desa wisata Ngawonggo Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang meliputi rencana pengembangan atraksi, aksesibilitas, amenities, dan aktivitas.

1 Rencana Pengembangan Atraksi

Atraksi (daya tarik) wisata merupakan faktor pembentuk produk wisata suatu desa. Tanpa adanya atraksi wisata di suatu desa, kemungkinan wisatawan mengunjungi desa tersebut sangat kecil meskipun di desa tersebut disediakan berbagai fasilitas penunjang.¹⁸ Oleh karena itu untuk mengembangkan atraksi wisata sebagai komponen utama dalam pengembangan desa wisata diperlukan perencanaan yang tepat, jelas, komprehensif, dan terarah. Rencana pengembangan atraksi wisata di suatu desa hendaknya didasarkan pada konsep sebagai berikut:

1. Pengembangan desa wisata berwawasan pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*).
2. Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (*community based tourism village development*) yang menggarisbawahi manfaat/keuntungan pembangunan pariwisata bagi masyarakat setempat.
3. Pengembangan desa wisata berbasis manfaat (*benefit oriented*) dengan menciptakan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan.
4. Pengembangan desa wisata secara lintas batas (*borderless tourism village development*) dengan meniadakan batas administrasi antar desa maupun antar kabupaten/kota.
5. Pengembangan desa wisata yang mengutamakan pengalaman dan kepuasan wisatawan (*customer satisfaction oriented*).



Gambar 2.

Koordinasi tim pengabdian bersama kader desa Ngawonggo

¹⁸ I Ketut Suwena and I Gusti Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017).

2 Rencana Pengembangan Aksesibilitas Keterjangkauan

Akses sebuah desa wisata akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Pengembangan desa wisata Ngawonggo menggarisbawahi berbagai komponen yang perlu disediakan untuk mewujudkan kemudahan akses kepada wisatawan dalam menjangkau suatu tempat atau desa wisata.¹⁹ Komponen tersebut antara lain adalah kondisi jalan yang baik, ketersediaan papan penunjuk arah yang jelas menuju ke desa wisata, ketersediaan peta wisata, baik dalam bentuk leaflet maupun papan di jalan menuju desa wisata, yang jelas dengan data yang mutakhir dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga tidak akan menyesatkan wisatawan.

3 Rencana Pengembangan Amenitas

Amenitas sebagai salah satu komponen destinasi pariwisata memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan kenyamanan dan keselamatan kepada wisatawan sehingga tercipta kepuasan kunjungan. Untuk mendukung pengembangan desa wisata Ngawonggo amenities pariwisata seperti akomodasi (*homestay*), tempat makan, kios cendera mata, dan pusat informasi pariwisata masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu dalam penyusunan program pengembangan potensi desa wisata Ngawonggo perlu digarisbawahi adanya peningkatan kualitas fisik sarana wisata, antara lain seperti pengembangan *homestay* di desa wisata untuk membangun keterlibatan masyarakat setempat secara bertahap sesuai dengan prioritas yang disusun.

4 Rencana Pengembangan Aktivitas

Pengembangan aktivitas (kegiatan) wisata memiliki peran penting dalam memperpanjang lama tinggal wisatawan di suatu desa wisata. Aktivitas wisata diciptakan sesuai dengan karakteristik desa wisata sehingga pengembangannya dapat berjalan selaras dan seiring dengan pengembangan desa wisata. Di samping dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan, aktivitas juga dapat berdampak kepada peluang bagi penduduk setempat untuk mendirikan usaha penyediaan jasa terkait dengan kegiatan wisatawan.

5 Rencana Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) berfungsi sebagai kunci keberhasilan pengembangan desa wisata. Perencanaan yang disusun dengan jelas, rinci, terarah, dan komprehensif tidak akan bermanfaat apabila SDM yang tersedia tidak mampu menunjukkan kinerja profesional,

¹⁹ Brown and Stange, *Tourism Destination Management Achieving Sustainable and Competitive Results*.

mengingat komponen utama produk pariwisata adalah produk berbasis layanan (*hospitality services*) dimana SDM memegang peran penting. Untuk itu performa SDM pariwisata di Desa Ngawonggo perlu terus ditingkatkan mengingat beberapa faktor yang merupakan kendala, seperti kurangnya pengetahuan tentang pelayanan pariwisata, terbatasnya keterampilan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan, kemampuan berbahasa yang relatif rendah sehingga menyebabkan ketidaklancaran komunikasi dengan wisatawan, *hospitality* yang rendah sehingga menyebabkan citra yang kurang baik mengenai layanan pariwisata di Desa Ngawonggo, serta terbatasnya kesempatan untuk memperoleh pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan kinerja dan penguatan kompetensi SDM pariwisata. Oleh karena itu rencana pengembangan potensi desa wisata di Desa Ngawonggo diarahkan untuk:

- a. Mengembangkan profesionalisme Sumber Daya Manusia pariwisata Desa Ngawonggo Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang.
- b. Meningkatkan standar Kompetensi Sumber Daya Manusia Pelaku Pariwisata Desa Ngawonggo termasuk wawasan Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan).

6 Rencana Pengembangan Kelembagaan Pengelola Desa Wisata

Keberadaan lembaga terkait di bidang pariwisata memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan pariwisata. Kelembagaan yang melibatkan sektor pemerintah dan dinas/badan/kantor terkait lainnya) seperti Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Malang, swasta (ASITA, PHRI), masyarakat (Asosiasi Wisata Agro Indonesia, Himpunan Pramuwisata Indonesia), dan lembaga terkait lainnya termasuk perguruan tinggi (Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata) perlu disinergikan untuk mewujudkan kinerja bersama yang dapat menghasilkan capaian optimal. Dalam hal ini diperlukan komitmen dari para penentu kebijakan dan seluruh elemen pemangku kepentingan terkait untuk melakukan penataan kembali sistem kerja pembangunan dengan meningkatkan kualitas pengelolaan sumber daya yang dimiliki Kabupaten Malang. Dalam hal ini penataan kelembagaan sangat memerlukan adanya kemitraan dan kerja sama dari seluruh elemen stakeholder pariwisata. Dalam konteks penataan kelembagaan, pemerintah berperan sebagai inisiator, fasilitator, dan sekaligus

mediator. Pengembangan kelembagaan pariwisata diarahkan untuk mengembangkan komponen nilai, norma, fasilitas, dan personil pendukung, serta perilaku manusia yang terlibat/dilibatkan dalam pariwisata. Pengembangan kelembagaan pariwisata Kabupaten Malang dimaksudkan untuk mengendalikan pengembangan pariwisata yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, pemantauan, evaluasi, dan pembinaan. Lembaga yang menangani pelaksanaan sehari-hari disarankan melibatkan lembaga yang telah ada di kalangan masyarakat seperti LSM, LKMD, paguyuban, asosiasi, dan lembaga terkait lainnya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai lembaga satu-satunya milik pemerintah daerah (provinsi/kabupaten/kota) yang menangani kepariwisataan diharapkan dapat berfungsi sebagai fasilitator, dinamisator, dan pembina yang kuat, serta mampu bekerja sama dengan instansi pemerintah lain yang terkait serta institusi pariwisata terkait secara sinergis.

7 Rencana Pengembangan Pemasaran Desa Wisata

Pemasaran pariwisata memegang peranan penting dalam mendukung keberhasilan program pengembangan potensi desa wisata. Program pengembangan pemasaran bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar pariwisata Kabupaten Malang melalui berbagai upaya pemasaran dan promosi terpadu. Melalui strategi pemasaran dan promosi yang tepat diharapkan tercipta citra pariwisata Kabupaten Malang dalam skala nasional maupun internasional. Untuk mencapai hasil yang optimal diperlukan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan karakteristik pasar dan produk yang dimiliki. Oleh karena itu pemasaran dan promosi pariwisata harus diupayakan agar dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif serta lebih mampu “menjemput” wisatawan. Pemasaran produk wisata Kabupaten Malang, khususnya desa wisata Ngawonggo, diharapkan dapat dilaksanakan secara kooperatif, dan diarahkan pada pasar yang potensial dengan mendasarkan pada perencanaan yang mantap. Pengembangan pemasaran desa wisata Ngawonggo diarahkan pada terwujudnya beberapa hal sebagai berikut :

- a. Pengembangan pemasaran pariwisata yang bertanggung jawab (*responsible marketing*).
- b. Pengembangan pemasaran pariwisata yang ko-operatif (*co-operative marketing*).
- c. Pengembangan pemasaran terpadu (*integrated marketing*). Pemasaran yang bertanggung jawab merupakan kunci terwujudnya kepercayaan pasar terhadap

destinasi pariwisata yang dipromosikan. Syarat utama untuk mewujudkan pemasaran yang bertanggung jawab adalah mengutamakan kesesuaian informasi mengenai karakteristik, spesifikasi, atau fitur destinasi pariwisata antara yang dipromosikan dengan kondisi yang sesungguhnya di lapangan menjadi syarat mutlak untuk membentuk kepercayaan pasar terhadap destinasi pariwisata. Ketidakesesuaian antara promosi mengenai destinasi pariwisata dengan kondisi riil-nya akan berakibat pada hilangnya kepercayaan konsumen/wisatawan terhadap destinasi pariwisata tersebut. Pemasaran yang kooperatif merupakan upaya untuk memasarkan dan mempromosikan produk wisata/destinasi pariwisata dengan mendasarkan pada azas kerja sama dengan berbagai elemen terkait. Tujuan pemasaran ko-operatif adalah mewujudkan efisiensi dan efektivitas pemasaran sehingga dengan melaksanakan pemasaran yang kooperatif target pasar yang ditentukan akan dapat diraih dengan lebih mudah. Pemasaran terpadu mengutamakan sinkronisasi strategi dan informasi mengenai pemasaran dan promosi desa wisata. Pemasaran terpadu dimaksudkan untuk menciptakan kesesuaian langkah dan materi promosi sehingga tercipta konsistensi informasi yang disampaikan kepada pasar (wisatawan). Keterpaduan strategi dan informasi akan membentuk citra pemasaran yang profesional mengenai desa wisata. Di samping itu, dalam pengembangan pemasaran desa wisata Kabupaten Ngawi beberapa hal yang perlu dijadikan acuan adalah keberadaan pasar eksisting sesuai dengan urutan prioritas, keberadaan pasar potensial Kabupaten Ngawi, berdasarkan kajian yang dilakukan secara reguler dan berkesinambungan, penciptaan sistem informasi pasar, penciptaan product image, pemanfaatan teknologi informasi pemasaran, sistem informasi pemasaran, dan jejaring (*networking*) pemasaran untuk mewujudkan pemasaran terpadu. Hal lain yang perlu dijadikan dasar pertimbangan dalam pengembangan program pemasaran adalah konsep yang dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diperluas sehingga meliputi unsur-unsur seperti *product, price, place, promotion, packaging, people, partnership, programming, priority, policy, dan power*.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa pemahaman peserta kegiatan pengabdian pada masyarakat mengenai pentingnya keterlibatan perempuan secara aktif dalam kegiatan identifikasi potensi desa mereka menjadi desa wisata yang berbasis potensi desa secara maksimal meningkat setelah kegiatan ini dilaksanakan.

Pemahaman peserta kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pentingnya kegiatan ini merupakan sesuatu yang relatif baru dan mereka mendapatkan manfaat dari kegiatan pengabdian ini, sehingga pengetahuan ini mampu mendorong mereka untuk lebih maksimal dalam mewujudkan pengetahuan yang tinggi terhadap proses dari awal hingga terbentuknya desa wisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada masyarakat dan aparat Desa Ngawonggo yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini, dan juga kepada Pascasarjana Universitas Brawijaya yang telah memberikan pendanaan penuh kepada Tim Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arida, I Nyoman Sukma, and Nyoman Sukma. "Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata." *Jurnal Analisis Pariwisata Issn* (2017): 1410-3729.
- Brown, David, and Jennifer Stange. *Tourism Destination Management Achieving Sustainable and Competitive Results*. US Agency for International Development, 2013.
- Cirangkong, Tim KKN-PPM Desa Wisata. *Pedoman Umum Pengembangan Desa Wisata Cirangkong Subang Tahap Awal*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, 2012.
- Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyall, Stephen Wanhill, and David Gilbert. *Tourism: Principles and Practice*. Longman, 2000.
- Deen, Anisah, Vyasha Harilal, and Frinwei N Achu. "Women in Tourism: Experiences and Challenges Faced by Owners of Small Accommodation Establishments." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 5, no. 3 (2016): 223-814.

- Dumbrăveanu, Daniela, Duncan Light, Craig Young, and Anya Chapman. "Exploring Women's Employment in Tourism under State Socialism: Experiences of Tourism Work in Socialist Romania." *Tourist Studies* 16, no. 2 (2016): 151–169.
- Fandeli, Chafid. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Fakultas Kehutanan, Universitas Gajah Mada, 2002.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Middleton, Victor T C, and Jackie R Clarke. *Marketing in Travel and Tourism*. Routledge, 2012.
- Parmawati, Rita, Wike Wike, and Edriana Pangestuti. "The Involvement of Women in Tourism Village of Pujon Kidul, Malang, Indonesia." *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies* 7, no. 2 (2019): 120–130.
- Saepudin, Encang, Agung Budiono, and Mas Halimah. "Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat." *Sosiohumaniora* 21, no. 1 (2019): 1–10.
- Serafimova, Mimoza, and Biljana Petrevska. "Female Entrepreneurship in Tourism: A Strategic Management Perspective in Macedonia." *Journal of Applied Economics and Business* 6, no. 1 (2018): 21–32.
- Setiawan, Budi, and Zulfanita. "Pengembangan Desa Wisata Jatimalang Berbasis Industri Kreatif." *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2015): 101–109.
- Shane, Scott, Edwin A Locke, and Christopher J Collins. "Entrepreneurial Motivation." *Human resource management review* 13, no. 2 (2003): 257–279.
- Sugiyama, A Gima. *Manajemen Aset Pariwisata*. Bandung: Guardaya Intimarta, 2013.
- Suwena, I Ketut, and I Gusti Ngurah Widyatmaja. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan, 2017.
- Tyas, Ninik Wahyuning, and Maya Damayanti. "Potensi Pengembangan Desa Kliwonan Sebagai Desa Wisata Batik Di Kabupaten Sragen." *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)* 2, no. 1 (2018): 74–89.