

PENGEMBANGAN DAYA TARIK OBYEK WISATA DESA BRING RAHARDJO JUNREJO KOTA BATU

¹Ahmad Waluya Jati; ²Sri Wahjuni Latifah; ^{3*}Wardatul Jannah
1,2,3 Universitas Muhammadiyah Malang

email: wardanna@student.ub.ac.id

Abstract

Bring Rahardjo tourist market contains a number of traditional stalls, these stalls stand in the bamboo groves that grow tall. There are 30 stalls in the Bring Rahardjo tourist market. This location was once a garbage dump, now turned into a tourist spot. In this place there is a children's play area, with the initial data that the opening of Bring Rahardjo tourism has 1,000 to 1,200 visitors per month. Bring Rahardjo Tourism is one of the Bumdes in Junrejo village to build the potentials around tourist sites. So that tourism objects can be known, online publications such as websites, Instagram and YouTube are carried out. The information presented is tourist attractions and tourism activities.

Keywords: Tourism Market; Tourism site; Publication; Tourist

Abstrak

Pasar wisata Bring Rahardjo berisi sejumlah warung tradisional, warung-warung ini berdiri di rerimbunan bambu yang tumbuh menjulang tinggi. Terdapat 30 warung di dalam pasar wisata Bring Rahardjo. Lokasi ini dulunya sebagai tempat pembuangan sampah, kini berubah menjadi tempat wisata. Di tempat ini terdapat area bermain anak-anak, dengan data awal dibukanya wisata Bring Rahardjo memiliki 1.000 hingga 1.200 orang pengunjung per bulannya. Wisata Bring Rahardjo merupakan salah satu Bumdes desa Junrejo untuk membangun potensi-potensi yang ada di sekitar lokasi wisata. Supaya obyek wisata dapat dikenal maka dilakukan publikasi secara online seperti website, instagram dan youtube. Informasi yang disajikan adalah tempat-tempat wisata dan kegiatan-kegiatan pariwisata.

Kata Kunci: Pasar Wisata; Obyek Wisata; Publikasi; Pariwisata

PENDAHULUAN

Desa merupakan subsistem dari pemerintah yang memiliki hubungan langsung dengan para masyarakat. Selain itu, desa juga memiliki suatu wewenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan dari para masyarakat dengan berpedoman kepada keanekaragaman, partisipasi otonomi asli, demokrasi dan pemberdayaan masyarakat. Suatu desa diharapkan dapat meningkatkan baik pelayanan publik ataupun partisipasi masyarakat dalam berpartisipasi aktif untuk melaksanakan proses pembangunan pada suatu desa tersebut. Membahas tentang partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan desa, terdapat salah satu desa di desa Junrejo, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur telah mengembangkan wisata kuliner tradisional yang bernuansa alam. Wisata kuliner tersebut telah diberi nama yaitu "pasar wisata Bring Rahardjo" yang resmi dibuka pada akhir tahun 2019.

Pasar wisata Bring Rahardjo berisi sejumlah warung tradisional, warung-warung ini berdiri di rerimbunan bambu yang tumbuh menjulang tinggi. Terdapat 30 warung di dalam pasar wisata Bring Rahardjo. Didekat pasar, terdapat sumber air yang disakralkan warga, hal ini berawal dari punden yang berada di lokasi tersebut. Kepala desa menjelaskan lebih mendalam terkait keinginannya dan juga warga sekitar, untuk menjadikan obyek wisata Bring Rahardjo ini sebagai salah satu Bumdes desa Junrejo untuk membangun potensi-potensi yang ada di sekitar lokasi wisata. Walaupun keuntungan bukan menjadi prioritas, tapi menumbuhkan ekonomi masyarakat di sekitar lokasi adalah tujuan utama. Supaya obyek wisata ini dapat dikenal maka perlu adanya media publikasi secara online seperti website, instagram dan youtube. Informasi yang disajikan adalah tempat-tempat wisata dan kegiatan-kegiatan pariwisata (Devy, 2017).

Promosi tidak hanya dilakukan via website dan sosial media saja akan tetapi juga memberikan masukan bagaimana pengelolaan pihak kepala desa sebagai pimpinan di desa

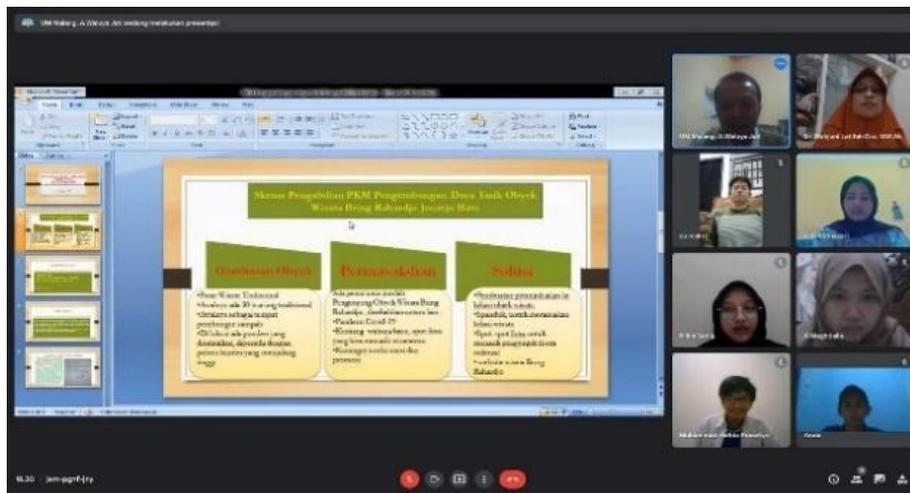
tersebut untuk memberikan pengarahan dalam pengelolaan wisata Bring Rahardjo. Kepala desa bisa bekerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki kapabilitas keilmuan sesuai bidangnya. Hal tersebut dapat menumbuhkan ide-ide kreatif para warga yang terlibat dalam pengelolaan wisata Bring Rahardjo (Wibowo et al., 2020).

Dari gambaran kepala desa dan teori dalam memperkenalkan atau mempublikasikan obyek wisata tersebut, tim pengabdian menemui ketua RW 07 Bapak Sumakri yang sekaligus dipercaya untuk mengkoordinir obyek wisata tersebut dengan memberikan penjelasan bahwa saat ini selain disebabkan kondisi pandemi covid-19, menurunnya pengunjung wisata Bring Rahardjo juga disebabkan kurang memiliki daya tarik dari sisi lokasi wisata dan tidak ada wahana-wahana baru yang bisa menarik pengunjung serta kurangnya informasi atau promosi yang dilakukan. Hal tersebut menjadi persoalan dalam melakukan pengembangan pada wisata Bring Rahardjo.

Setelah berkomunikasi dengan Bapak Ketua RW kemudian tim pengabdian melanjutkan untuk menemui pimpinan Bring Rahardjo yaitu Bapak Yohanes Budihardjo. Penjelasan yang sama yang diberikan oleh bapak Yohanes serta keluhan dari ibu-ibu warga dusun yang sudah menyiapkan berbagai macam makanan tradisional akan terus mengalami kerugian jika terus menerus mengalami penurunan angka pengunjung. Dengan penjelasan yang disampaikan pimpinan Bring Rahardjo dan ketua RW pihak pimpinan belum bisa mengatasi permasalahan tersebut. Dengan mengetahui permasalahan yang dialami pada wisata Bring Rahardjo maka dari tim Pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Malang akan membantu mengatasi permasalahan tersebut.

Berdasarkan diskusi dengan mitra (Bapak Makri, Bapak Yohanes Budiardo dan pengelola lainnya) serta dari hasil observasi dapat diketahui permasalahan mendasar yang perlu segera diatasi berhubungan dengan menurunnya kunjungan obyek wisata dan penerimaan pendapatan warga penjual makanan tradisional di stand-stand yang ada di wisata Bring Rahardjo adalah sebagai berikut:

1. Adanya PPKM, sehingga obyek wisata sementara ditutup,
2. Kurang menariknya lokasi obyek, sehingga pengunjung mengalami penurunan.
3. Kurangnya publikasi di sosial media.
4. Kurangnya informasi peta jalan untuk menuju lokasi



Gambar 1. Diskusi antara tim Pengabdian dan Perangkat Desa



Gambar 2. Tim Pengabdian melakukan survei ke lokasi wisata Bring Rahardjo

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan untuk pengembangan Wisata Bring Rahardjo dituangkan pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Program, Metode dan Target Pengembangan Wisata Bring Rahardjo

No	Program/ Kegiatan	Metode	Target/Luaran
1	Rumah Tradisional untuk spot foto	Pembuatan rumah tradisional tetap mengusung nuansa tradisional dan bekerjasama dengan para tukang yang memiliki nilai seni	Menarik minat para wisatawan untuk bisa menikmati alam yang berciri khas tradisional
2	Spanduk publikasi	Spanduk tersebut dibuat se informatif mungkin dengan meletakkan peta jalan menuju ke lokasi wisata pasar Bring Rahardjo, peletakan spanduk diletakkan di depan pintu masuk menuju lokasi wisata	Memperudahkan para wisatawan mencari lokasi wisata dan sekaligus sebagai media publikasi
3	Petunjuk arah lokasi wisata	Membuat petunjuk arah dari bahan kayu yang sudah kering dan bisa dimanfaatkan dengan membuat tulisan berupa lukisan dan diletakkan di beberapa pepohonan arah menuju lokasi	Petunjuk arah membantu mempermudah para wisatawan memasuki tempat wisata

No	Program/ Kegiatan	Metode	Target/Luaran
4	Media publikasi	Pembuatan media sosial, berupa website, youtube dan beberapa media partner untuk mempublikasikan tempat wisata	Memperkenalkan tempat wisata dan memperluas publikasi diberbagai media sosial, sehingga mampu menarik atau mengundang minat para wisatawan baik dalam kota atau dari luar kota yang sedang berrekreasi di kota Batu

Pada tabel 1 menjelaskan mengenai target kegiatan PKM dan PMM Mitra Dosen yaitu untuk meningkatkan kunjungan wisata kuliner tradisional Bring Rahardjo, serta peningkatan pendapatan ibu-ibu penjual makanan tradisional di stand-stand yang ada di lokasi Bring Rahardjo, dengan menghadirkan beberapa destinasi sebagai berikut:

1. Spot foto berupa rumah tradisional yang menggambarkan bahwa lokasi Bring Rahardjo kuliner tradisional menunjukkan kearifan obyek wisata tradisional.
2. Spanduk publikasi, dan spanduk ucapan Dirgahayu Republik Indonesi ke-76, yang bertepatan dengan moment 17 Agustus 2021.
3. Petunjuk arah menuju lokasi wisata Bring Rahardjo
4. Website dan sosial media wisata Bring Rahardjo sebagai sarana publikasi dan memperkenalkan kepada masyarakat.

Manfaat yang diperoleh dari luaran tersebut, khususnya warga masyarakat desa Junrejo, yaitu:

1. Dapat meningkatkan pendapatan warga masyarakat desa Junrejo.
2. Dapat meningkatkan citra desa mandiri.
3. Dapat meningkatkan publikasi desa di masyarakat dan pemerintah.

Tabel 2. Langkah-Langkah Prosedur Pelaksanaan Program Kerja

No	Program Kerja	Prosedur Pelaksanaan
1	Rumah Tradisional untuk spot foto	1. Tim PMM mitra dosen menyiapkan desain gazebo untuk rumah tradisional 2. Pengrajin menyiapkan bahan dan alat untuk membuat pesanan sesuai desain yang diberikan oleh tim PMM
2	Spanduk publikasi	1. Tim PMM mendesain spanduk publikasi yang berisi tentang nama wisata dan lokasi wisata 2. Mencetak spanduk dan mendirikan spanduk tersebut di pintu masuk ke lokasi wisata
3	Petunjuk arah lokasi wisata	1. Menyiapkan bahan (kayu bekas pepohonan) dan melukis sesuai dengan informasi petunjuk arah 2. Meletakkan di beberapa pepohonan sepanjang arah menuju lokasi wisata
4	Media publikasi	1. Tim PMM membuat media publikasi yang diberikan kepada perangkat pengelola wisata Bring Rahardjo

Pada tabel 2 menjelaskan solusi awal saat tim pengabdian melakukan diskusi dengan mitra disepakati untuk membantu bagaimana bisa meramaikan kembali wahana wisata kuliner

tradisional ini. Beberapa solusi yang kami tawarkan untuk meramaikan kembali wahana wisata tersebut dengan cara:

1. Pembuatan spot foto di lokasi yang menarik dengan tetap menggunakan nuansa tradisional. Tim membuat desain dengan tetap memasukkan nuansa tradisional dan bekerjasama dengan tukang yang memiliki nilai seni.
2. Pembuatan petunjuk jalan ke lokasi objek wisata, dengan harapan jika terdapat petunjuk arah akan mempermudah pengunjung dari luar kota untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Petunjuk jalan ini akan dipasang di jalan diponegoro junrejo dan jalan hasanudin junrejo.
3. Pembuatan Spanduk, untuk meramaikan lokasi wisata. Spanduk ini dipasang di pinggir jalan masuk ke lokasi dan didalam lokasi obyek wisata kuliner Bring Rahardjo.
4. Pembuatan website wisata Bring Rahardjo. Tim pengabdian membuat website Bersama dengan mahasiswa pendamping, dengan menampilkan foto-foto kuliner tradisional dan lokasi obyek yang lebih menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dari pengumpulan data dan informasi dari Bapak Kepala Desa, Ketua RW, Ketua Pengelola, para pengelola, dan ibu-ibu penjual di stand. Selain itu data diperoleh dengan cara observasi terkait dengan fasilitas yang ada di lokasi. Berdasarkan permasalahan pada obyek wisata kuliner tradisional Bring Rahardjo, maka dari tim PKM dan PMM Mitra dosen membuat usulan-usulan yang ditawarkan kepada pengelola, demikian juga pengelola juga membuat usulan-usulan untuk didiskusikan bersama, terakhir diputuskan terdapat empat solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di wisata Bring Rahardjo. Sementara untuk pelaksanaannya yaitu dikerjakan oleh tim PMM Mitra dosen dengan warga bersama-sama menyelesaikan program yang sudah disepakati.

Tabel 3. Hasil Kegiatan

No	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Tercapai
1	Belum ada Gazebo Tradisional, hanya ada kuliner tradisional sebagai icon dari wisata pasar Bring Rahardjo	Adanya gazebo "rumah tradisional" yang menjadi <i>icon</i> wisata Pasar Bring Rahardjo dan mendukung kuliner tradisional dengan tujuan memberikan kenyamanan kepada wisatawan untuk menikmati tempat dan kuliner yang bernuansa alam, tidak hanya itu saja, akan tetapi "rumah tradisional" tersebut digunakan sebagai salah satu spot foto oleh para wisatawan	100%
2	Tidak ada Spanduk yang tertera di pintu luar untuk masuk ke lokasi wisata pasar Bring Rahardjo	Adanya spanduk yang informasi dan dipasang di pintu luar untuk mengarahkan para wisatawan untuk masuk menuju ke lokasi wisata	100%
3	Belum ada petunjuk arah di jalan masuk menuju ke lokasi wisata	Dengan adanya petunjuk arah yang dipasang pada pepohonan sepanjang jalan masuk ke arah lokasi wisata mempermudah wisatawan sampai pada tujuan lokasi wisata pasar Bring Rahardjo	100%

4 Hanya terdapat website yang sudah tidak dikelola oleh perangkat pengelola tempat wisata	Adanya pengelolaan website sehingga lebih informatif untuk di akses, dan media publikasi yang lebih menjangkau jaringan publikasi yang lebih luas untuk memberikan informasi mengenai tempat wisata Bring Rahardjo, seperti instagram, dan youtube untuk memvisualisasikan tempat wisata tersebut	100%
---	---	------

Pada tabel 3 menjelaskan bahwa Wisata Bring Rahardjo sebenarnya sudah memiliki website akan tetapi tidak di kelola dengan baik, sehingga tim pengabdian melakukan pengelolaan website tersebut supaya lebih informatif. Informasi yang disajikan berupa gambar spot foto yang bisa wisatawan nikmati ketika berkunjung ke wisata Bring Rahardjo. Tidak hanya sebatas gambar saja, akan tetapi juga disajikan dalam bentuk video yang diambil dari berbagai sudut tempat wisata supaya tampak lebih jelas dan memberikan gambaran kepada wisatawan (Muliansyah & Rahmayanti, 2019).

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pembangunan spot foto baru, spanduk di tempat wisata beserta petunjuk jalan diserahkan kepada perangkat desa yang ditandai dengan serah terima aktivitas yang telah dilakukan oleh tim pengabdian dan dibantu oleh pengelola serta warga masyarakat sekitar. Sesuai dengan yang direncanakan diawal semua yang diprogramkan telah terealisasi, diantaranya yaitu:

1. Spot foto berupa rumah tradisional yang menggambarkan bahwa lokasi Bring Rahardjo kuliner tradisional menunjukkan obyek wisata dengan kearifan tradisional.
2. Spanduk publikasi, dan spanduk ucapan Dirgahayu Republik Indonesi ke 76, yang bertepatan dengan moment 17 Agustus 2021.
3. Berupa petunjuk arah menuju lokasi tempat wisata Bring Rahardjo.
4. Website dan sosial media Bring Rahardjo sebagai sarana publikasi wisata.

Atas dasar pengetahuan dari pihak pengelola yaitu warga dan perangkat desa Junrejo, serta berbagai macam pengembangan seperti spot foto terbaru, pelayanan yang memuaskan, dan publikasi melalui sosial media seperti Instagram dan youtube mampu menarik minat para wisatawan (Muliansyah & Rahmayanti, 2019). Dengan demikian wisata Bring Rahardjo diharapkan mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan Bumdes di Desa Junrejo.



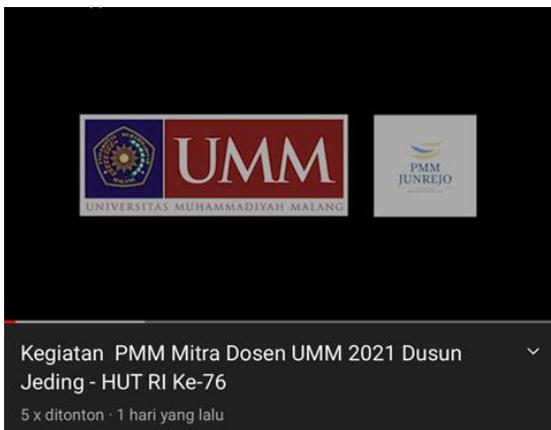
Gambar 3.2 Serah terima spot foto



Gambar 3.3 Papan Petunjuk Arah



Gambar 3.4 Spot Foto baru



Gambar 3.5 Media sosial untuk publikasi publikasi



Gambar 3.6 Media sosial untuk publikasi

KESIMPULAN DAN SARAN

Tim pengabdian mencoba menyelesaikan masalah pengembangan desa wisata di Junrejo, Kecamatan Junrejo Kota Batu melalui upaya melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Program pengabdian ini dapat meningkatkan literasi desa wisata pada masyarakat desa sehingga masyarakat dapat berpartisipasi secara aktif terhadap pembangunan desa wisata. Peran masyarakat di desa Junrejo sangat besar dalam pengembangan desa wisata terlihat dari hasil program pengabdian ini dengan besarnya antusiasme masyarakat yang menerima dengan baik dan memiliki cita-cita bersama untuk mengembangkan desanya menjadi desa wisata maju. Hasil dari pengabdian PKM dan PMM Mitra dosen ini sangat menggembirakan, dengan adanya spot foto baru yang sangat sesuai dengan tujuan wisata kuliner Bring Raharjo dengan mengangkat

kuliner tradisional, disertai dengan spot foto tradisional.

Hasil dari Program pengabdian PKM dan PMM Mitra dosen diharapkan masyarakat desa Junrejo, khususnya pemilik stand, pengelola bring rahardjo untuk menjaga dan merawat hasil dari PKM dan PMM Mitra dosen tersebut, sehingga dapat terawat dengan baik, dan dapat digunakan untuk spot foto yang tidak membosankan. Untuk program pengabdian masyarakat selanjutnya disarankan untuk melakukan pengabdian di desa pendem yang berpotensi menjadi daya tarik tersendiri untuk taman desa dan tempat berolahraga. Dengan begitu akan mempercepat pengembangan desa wisata di Kecamatan Junrejo.

REFERENSI

- Badruzzaman, S. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata di Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 5(1), 3.
- Devy, H. A. (2017). Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 34–44.
- Muliansyah, D., & Rahmayanti, R. (2019). Peranan Kualitas Website dan Aplikasi Youtube sebagai Media Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Mempengaruhi Pergeseran Perilaku Konsumen. *Journal of Information Technology*, 01(02), 63–68.
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13–27. <https://doi.org/10.46937/17201926586>
- Purnomo, A. (2020). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar*. 8, 274–282.
- Wibowo, A., Pradiptha, A. P., Mulyati, M., & Utari, D. R. (2020). Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(3), 357–365. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i3.5872>