

Pengembangan *Masterplan* Kawasan Wisata Desa Kebobang Berbasis *Business-Tourism*

R. Machmud Sugandi*, Mohammad Musthofa Al Ansyorie, M. Aris Ichwanto

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: r.machmud.ft@um.ac.id

Paper received: 14-12-2022; revised: 28-12-2022; accepted: 10-1-2023

Abstract

Kebobang Village is in a mountainous area, so it has various potential. The many plantation, agricultural, and forestry potentials owned by Kebobang Village can be an opportunity for Kebobang Village to be developed into a rural tourist destination. The tourist destinations will be combined with the development of rest areas so that later, they can become a place for tourists to stop by to rest while enjoying the village views. It is hoped that developing tourist destinations properly and optimally will improve the economy of rural communities and reduce the number of unemployed by absorbing many workers. The development of tourist destinations also requires promotional media in the form of a business-tourism-based masterplan. Due to the unavailability of a masterplan or business-tourism-based layout design in the Kebobang Village tourist area, it is necessary to have a touch and application of science and technology to create a masterplan or business-tourism based layout design in the Kebobang Village-tourist-area-.

Keywords: tourism; masterplan; business-tourism

Abstrak

Desa Kebobang merupakan desa yang berada di daerah pegunungan sehingga membuatnya memiliki beragam potensi. Banyaknya potensi perkebunan, pertanian, serta kehutanan yang dimiliki oleh Desa Kebobang dapat menjadi peluang bagi Desa Kebobang untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata pedesaan. Destinasi wisata yang dikembangkan akan dipadukan dengan pengembangan rest area, sehingga nantinya hal ini dapat menjadi tempat bagi wisatawan singgah untuk beristirahat sembari menikmati pemandangan desa. Pengembangan destinasi wisata secara baik dan maksimal diharapkan akan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa dan mengurangi jumlah pengangguran dengan terserapnya banyak tenaga kerja. Pengembangan destinasi wisata juga memerlukan adanya media promosi berupa masterplan berbasis business-tourism. Berhubung belum tersedianya suatu masterplan atau desain layout berbasis business-tourism pada kawasan wisata Desa Kebobang, maka diperlukan adanya sentuhan dan aplikasi IPTEKS untuk keperluan pembuatan masterplan atau desain layout berbasis business-tourism kawasan wisata Desa Kebobang.

Kata kunci: wisata; masterplan; business-tourism

1. Pendahuluan

Desa kebobang merupakan salah satu desa yang berada dalam kawasan administratif Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. Secara topografi, Desa Kebobang terletak pada ketinggian 700 meter di atas permukaan air laut (*Desa Kebobang*, 2016). Secara topografi, Desa Kebobang terletak pada ketinggian 700 meter di atas permukaan air laut, dengan luas wilayah desa seluas 392.910 Ha (*Kebobang Wonosari Malang*, 2020). Letak Desa Kebobang yang berada di daerah pegunungan menjadikan daerah ini memiliki udara yang sangat sejuk. Desa Kebobang memiliki banyak potensi (Gambar 1) menjanjikan untuk dikembangkannya objek wisata dan *rest area* di wilayah tersebut, seperti potensi perkebunan, pertanian, serta kehutanan (*Potensi Desa Kebobang*, 2023). Pemanfaatan potensi wisata secara baik dan

maksimal diharapkan akan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa dan mengurangi jumlah pengangguran dengan terserapnya banyak tenaga kerja.

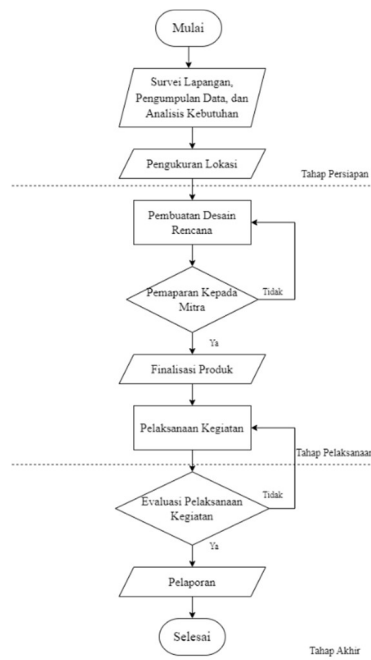


Gambar 1. Potensi Perkebunan Desa Kebobang

Letak Desa Kebobang yang strategis dan kondisi alam yang masih asri menjadikan Desa Kebobang dapat dikategorikan sebagai kawasan dengan potensi wisatawan untuk singgah. Untuk itu, diperlukan suatu media promosi berupa *masterplan* berbasis *business-tourism* yang dapat menarik lebih banyak wisatawan. Mengingat belum tersedianya *planning* tata ruang pengembangan kawasan wisata dan *rest area* Desa Kebobang, maka diperlukan adanya perencanaan *masterplan* atau desain *layout* berbasis *business-tourism* untuk kawasan wisata dan *rest area* Desa Kebobang. Di mana, *masterplan* yang akan dikembangkan akan menjadi rencana induk pengaturan letak fasilitas umum sesuai dengan fungsi lahan yang ada.

2. Metode

Pelaksanaan dilakukan secara bertahap dan dijelaskan melalui bagan alir tahapan pelaksanaan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Alir Tahapan Pelaksanaan

Berikut ini merupakan tahapan pelaksanaan yang dilakukan:

2.1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, dilakukan beberapa kegiatan yang bertujuan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Beberapa kegiatan tersebut antara lain:

- a. Survei Lapangan, Pengumpulan Data, dan Analisis Kebutuhan. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi-informasi umum di lokasi perencanaan. Selain itu, pada tahap ini juga dilakukan analisis terkait beberapa hal yang dibutuhkan di lokasi perencanaan. Pengumpulan informasi ini dilakukan dengan cara mengunjungi langsung lokasi perencanaan dan melakukan wawancara kepada pejabat desa setempat.
- b. Pengukuran Lokasi. Pengukuran lokasi juga dilakukan pada tahap persiapan. Kegiatan ini dilakukan langsung di lokasi perencanaan oleh Tim Pengabdian Universitas Negeri Malang dengan didampingi oleh Perangkat Desa Keboban dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai luasan lokasi perencanaan yang akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan *masterplan* atau *layout* 3D. Pengukuran lokasi dilakukan dengan alat bantu ukur serta dikombinasikan dengan hasil pemetaan citra satelit menggunakan koordinat lokasi setempat.

2.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan pembuatan *masterplan* atau *layout* 3D berbasis *business* yang mengacu pada hasil pengumpulan data dan pengukuran lokasi. Hasil pengukuran lokasi akan diolah menjadi gambar desain 2D menggunakan *software* desain dan dilanjutkan dengan pembuatan *masterplan* dengan menggunakan *software* desain 3D. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pembuatan desain rencana dan finalisasi produk adalah sebagai berikut.

- a. Setelah pengukuran selesai dilakukan, maka akan dilakukan transfer data hasil pengukuran ke dalam laptop
- b. Pembuatan *layout* 2D menggunakan program bantu AutoCAD sesuai dengan titik pengukuran
- c. Perencanaan penempatan fasilitas kawasan wisata dan *rest area*
- d. Import hasil *layout* 2D dari AutoCAD ke Sketchup
- e. Pembuatan desain 3D dengan lebih detail
- f. Memvisualisasikan hasil desain 3D melalui proses *rendering* menggunakan program bantu Lumion.
- g. Selanjutnya akan dilakukan pemaparan kepada pihak masyarakat. Di mana pemaparan dilakukan di hadapan pengelola, pejabat setempat dan masyarakat setempat. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk mendapatkan saran dan masukan untuk pengembangan final *masterplan* sebagai media promosi
- h. Finalisasi Desain. Pada tahap ini dilakukan finalisasi desain yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil akhir pengembangan desain kawasan wisata dan *rest area*. Finalisasi dilakukan berdasarkan hasil pemaparan yang telah dilakukan sebelumnya.

2.3. Tahap Akhir

Pada tahap akhir, dilakukan beberapa kegiatan yang bertujuan untuk mengevaluasi dan melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

- a. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan. Pada kegiatan ini, dilakukan evaluasi terhadap hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah selesai dilaksanakan.
- b. Pembuatan Laporan Kegiatan. Laporan kegiatan merupakan salah satu bentuk luaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat berupa laporan pertanggungjawaban atas kegiatan yang telah selesai dilaksanakan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kebobang, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang berupa pembuatan dan pengembangan *masterplan* atau *layout* 3D kawasan wisata dan *rest area* merupakan langkah awal bagi pengembangan Desa Kebobang sebagai destinasi wisata. Hal ini sesuai dengan banyaknya potensi yang dimiliki oleh Desa Kebobang yang sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata. Namun, setelah dilakukan observasi lebih lanjut, diketahui bahwa belum adanya *planning* tata ruang pengembangan lahan sebagai kawasan wisata dan *rest area* serta belum adanya *masterplan* berbasis *business-tourism* sebagai media promosi.

Selain dilakukan analisis kebutuhan, juga dilakukan kegiatan pengukuran lokasi perencanaan, yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan *masterplan*. Hasil pengumpulan data kebutuhan yang sudah diperoleh akan dituangkan dalam bentuk *masterplan* dan *layout* 3D kawasan wisata dan *rest area* Desa Kebobang. *Masterplan* dibuat dengan berbasis *business-tourism* sebagai salah satu upaya membuat media promosi dan menarik minat wisatawan untuk datang dan singgah di kawasan wisata dan *rest area* Desa Kebobang.

Pembuatan *masterplan* dilakukan melalui beberapa tahapan, diantaranya adalah tahap pembuatan desain rencana yang mengacu pada hasil pengukuran lokasi. Pembuatan desain rencana diawali dengan pembuatan *layout* 2D menggunakan program bantu AutoCAD dan dilanjutkan dengan pembuatan detail desain 3D *masterplan* menggunakan program bantu Sketchup. Setelah desain rencana selesai, maka dilakukan pemaparan untuk mendapatkan saran dan masukan dan dilanjutkan dengan finalisasi desain.

Hasil pembuatan *masterplan* diharapkan mampu menjadi produk *planning* tata ruang di wilayah Desa Kebobang yang kemudian akan dilanjutkan dengan realisasi perencanaan pengembangan kawasan wisata dan *rest area* oleh pihak Desa Kebobang pada tahap selanjutnya.

Dalam pengembangan paket wisata berbasis bisnis, Desa Kebobang berupaya mengidentifikasi daya tarik unik serta pengalaman yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung. Melalui perencanaan paket wisata, Desa Kebobang merancang program yang mencakup beragam aktivitas, akomodasi, dan kuliner lokal, dengan fokus pada keunikan budaya dan keindahan alam setempat.

Strategi pemasaran Desa Kebobang melibatkan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Dengan menghadirkan konten visual yang menarik, Desa

Kebobang berupaya menarik perhatian calon wisatawan, mempromosikan keindahan dan keberagaman destinasi wisata mereka.

Kerjasama dengan agen perjalanan lokal dan undangan kepada travel blogger dan influencer menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran. Dengan melibatkan pihak eksternal, Desa Kebobang dapat lebih efektif memperkenalkan potensi wisata dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Event dan festival lokal menjadi bagian integral dari strategi, bertujuan untuk menciptakan kegembiraan dan keceriaan di sekitar Desa Kebobang. Fokus acara pada aspek budaya, seni, atau kuliner menjadi cara untuk menonjolkan kekayaan lokal dan menarik partisipasi wisatawan.

Pembangunan fasilitas pendukung dan kerjasama dengan pelaku usaha lokal adalah upaya nyata untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Dengan meningkatkan infrastruktur di sekitar kawasan wisata, Desa Kebobang dapat memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi para wisatawan.

Program edukasi dan budaya diarahkan untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman belajar dan interaktif. Melibatkan masyarakat lokal dalam acara dan kegiatan edukatif menjadi cara untuk menggali potensi lokal yang lebih dalam.

Pemanfaatan teknologi, seperti aplikasi mobile atau website, menjadi sarana penting untuk memberikan informasi lengkap dan meningkatkan interaktivitas wisatawan. Penggunaan teknologi canggih seperti pemandu virtual atau peta interaktif juga diimplementasikan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung.

Pengembangan souvenir dan produk lokal, dengan strategi pemasaran yang kuat, dapat menjadi sumber pendapatan tambahan. Melibatkan komunitas lokal dalam produksi dan pemasaran produk ini dapat memberikan dampak positif pada ekonomi lokal.

Pelibatan terus-menerus komunitas lokal dalam setiap tahap pengembangan menjadi kunci keberlanjutan. Pelatihan untuk menjadi pemandu wisata atau terlibat dalam bisnis pariwisata memperkuat peran masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan destinasi mereka sendiri.

Melalui pemantauan dan evaluasi berkala, Desa Kebobang berkomitmen untuk terus meningkatkan dan menyesuaikan strategi pengembangan. Umpan balik dari wisatawan dan masyarakat lokal menjadi landasan untuk perbaikan dan peningkatan yang berkelanjutan. Dengan mengadopsi strategi ini, Desa Kebobang dapat meningkatkan daya tarik wisata, memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal, dan membuka peluang untuk pertumbuhan berkelanjutan dalam sektor pariwisata.

4. Simpulan

Pembuatan masterplan kawasan wisata dan rest area Desa Kebobang yang berbasis bisnis pariwisata merupakan langkah strategis untuk menciptakan media promosi yang efektif dalam menarik minat para wisatawan. Proses pembuatan masterplan ini sangat diperhatikan, dengan menyesuaikan setiap detailnya sesuai dengan kebutuhan dan potensi yang dimiliki oleh Desa Kebobang. Desain masterplan dan layout 3D yang dihasilkan diharapkan bukan

hanya menjadi panduan tata ruang, tetapi juga sebagai langkah awal yang konkret dalam pengembangan kawasan wisata dan rest area Desa Kebobang.

Untuk memastikan kesuksesan pengembangan ini, diperlukan tahapan sosialisasi lanjutan kepada masyarakat setempat terkait desain masterplan. Melalui sosialisasi ini, diharapkan masyarakat setempat dapat memahami dengan baik serta merasakan manfaat dari pengembangan kawasan wisata Desa Kebobang. Pemahaman dan dukungan masyarakat setempat menjadi kunci keberlanjutan proyek ini, serta memastikan bahwa pengembangan ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan demikian, pembuatan masterplan menjadi langkah awal yang holistik dan berkelanjutan dalam upaya mengembangkan destinasi wisata yang menarik dan berdaya saing.

Daftar Rujukan

- Ariyanto, A. F., & Gozali, A. (2017). *Identifikasi desain interior pasar gedhe hardjonagoro sebagai destinasi pariwisata di Kota Solo*. Prosiding: Seni, Teknologi, Dan Masyarakat, (2), 110-125.
- Desa Kebobang. (2016). *Bagian pengelola data elektronik seketariat daerah Kabupaten Malang*. <https://web.archive.org/web/20200615033600/http://desakebobang.malangkab.go.id/read/detail/1141/letak-geografis.html>
- Kebobang Wonosari Malang. (2020). *STIE Stekom*. https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Kebobang,-Wonosari,_Malang
- Nurhasnah, N., & Rozalinda, R. (2018). *Industri wisata halal di Sumatera Barat: potensi, peluang dan tantangan pengembangan ekonomi daerah*. UIN Imam Bonjoul Padang.
- Potensi Desa Kebobang. (2023). *Kementerian komunikasi dan informatika*. <http://kebobang-malangkab.desa.id/interop/prodeskel>