

Pemberdayaan Paguyuban “Watubonang” dalam Meningkatkan Pelayanan Wisata Alam Ngeliban dengan Model BRANTAS

Anita Reta Kusumawijayanti*, Yusniarsi Primasari, Sri Lestanti, Laili Neni Susanti, Salsa Billa Dewi Mahmudi

Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia

*Corresponding Author: anitareta099@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 21/08/2024

Direvisi: 08/09/2024

Disetujui: 13/09/2024

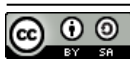
Abstract. *This Community Service Activity (PKM) aims to empower the Watubonang Community as the implementer of Ngeliban natural tourism in Minggirsari Village, Blitar Regency in improving Ngeliban natural tourism services through the implementation of the Sustainable, Environmentally Friendly, Local Wisdom, Traditional, and Social Media Awareness (BRANTAS) Model. This model integrates various aspects of community empowerment, including training, resource management, and social media-based promotion of natural tourism. The service implementation method involves a participatory approach by actively involving community members in each stage of model implementation, including 1) socialization and training on the BRANTAS ecotourism model, 2) Video Content Creation Training, and 3) Digital Marketing Training. The PKM results show that the implementation of the BRANTAS Model has succeeded in improving the quality of tourism services by increasing the product knowledge of ngeliban tour guides as indicated by the results of the training questionnaire responses which are quite good, 97% understand the BRANTAS ecotourism model. This activity has also increased community participation in promotions via social media, as demonstrated by the increase in Minggirsari village Instagram followers from 1179 to 1221 followers. In conclusion, this PKM was able to have a positive impact on the Watubonang community of Minggirsari Village, Blitar Regency, and the BRANTAS model can be a reference for developing nature-based tourism in other areas.*

Keywords: *Empowerment, Watubonang community association, Ngeliban nature tourism, BRANTAS model.*

Abstrak. Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan Paguyuban Watubonang sebagai pelaksana wisata alam Ngeliban di Desa Minggirsari Kabupaten Blitar dalam meningkatkan pelayanan wisata alam Ngeliban melalui penerapan Model Berkelanjutan, Ramah Lingkungan, Kearifan Lokal, Tradisional, dan Sadar MedSos (BRANTAS). Model ini dirancang untuk mengintegrasikan berbagai aspek pemberdayaan masyarakat, termasuk pelatihan, pengelolaan sumber daya, dan promosi wisata alam berbasis media sosial. Metode pelaksanaan pengabdian yang digunakan melibatkan pendekatan partisipatif dengan melibatkan anggota paguyuban secara aktif dalam setiap tahap implementasi model antara lain: 1) sosialisasi dan pelatihan model ekowisata BRANTAS, 2) Pelatihan Pembuatan Video Konten, dan 3) Pelatihan Pemasaran Digital. Hasil PKM menunjukkan bahwa penerapan Model BRANTAS berhasil meningkatkan kualitas pelayanan wisata dengan bertambahnya product knowledge pemandu wisata ngeliban ditunjukkan dengan hasil respon angket pelatihan yang cukup bagus 97% paham terhadap model ekowisata BRANTAS. Kegiatan ini juga telah meningkatkan partisipasi masyarakat dalam melakukan promosi melalui media sosial ditunjukkan dengan bertambahnya follower instagram desa minggirsari dari 1179 menjadi 1221 followers. Dengan demikian, PKM ini mampu memberi dampak positif terhadap paguyuban Watubonang Desa Minggirsari Kabupaten Blitar dan model BRANTAS dapat menjadi rujukan untuk pengembangan wisata berbasis alam di daerah lain.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Paguyuban Watubonang, Wisata alam Ngeliban, Model BRANTAS.

How to Cite: Kusumawijayanti, A. R., Primasari, Y., Lestanti, S., Susanti, L. N., & Mahmudi, S. B. D. (2024). Pemberdayaan Paguyuban “Watubonang” dalam Meningkatkan Pelayanan Wisata Alam Ngeliban dengan Model BRANTAS. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 571-580. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i3.4650>



Copyright (c) 2024 Anita Reta Kusumawijayanti, Yusniarsi Primasari, Sri Lestanti, Laili Neni Susanti, Salsa Billa Dewi Mahmudi. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Desa Minggirsari merupakan desa yang berpotensi sebagai desa wisata karena berlimpah sumber daya alam dan keanekaragaman budaya. Tentunya dengan mengelola peluang dan tantangan untuk menjadi Sumber Daya Alam yang bermanfaat (Kusumaningayu & Tjendani, 2023; Soendjoto, 2015). Desa Minggirsari mampu menjadi pioner desa wisata berbasis alam di Kabupaten Blitar (Putri, 2022). Optimalisasi budaya dan alam yang menawarkan petualangan dan pengalaman, amenitas tidak lagi bertumpu pada fasilitasnya tetapi layanan berkualitas sedangkan aksesibilitas bukan hanya terkait fasilitas atau infrastruktur tetapi pariwisata menonjolkan kearifan lokal. Sejak tahun 2019 pemerintah Desa Minggirsari memanfaatkan Sungai Brantas sebagai pengembangan sektor pariwisata melalui konservasi

dan pemanfaatan potensi alam ramah lingkungan (Imaduddin & Nugroho, 2024; Rusdianto & Michael, n.d.; Sari & Wijayanti, 2023). Hal ini karena secara geografis Desa Minggirsari berbatasan langsung dengan Sungai Brantas. Sepanjang wilayah Selatan Desa Minggirsari berbatasan langsung dengan Sungai Brantas sesuai pada gambar peta letak Desa Minggirsari pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta letak Desa Minggirsari

Menyadari sebuah potensi yang berbatasan dengan Sungai Brantas, Desa Minggirsari mengembangkan desa wisata berbasis alam dengan memanfaatkan Sungai Brantas yang dinamai “Ngeliban”. Pengembangan ini hasil kerjasama pemerintah desa Minggirsari dengan warga sekitar untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif desa seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Wisata Ngeliban

Wisata alam Ngeliban merupakan wisata arum Jeram yang memanfaatkan arus Sungai Brantas, Darsiharjo & Kastolani (2016) pada Desa Minggirsari. Wisata ini memanjakan pengunjung untuk melihat keindahan alam dari sisi zaman peradaban dimana Sungai Brantas menjadi sarana transportasi utama pada era Kerajaan Majapahit. Selain mengarungi sungai

dengan ban, pengunjung akan diajak berhenti pada suatu tempat yang bernama “watu watu” yang menjadi bagian sahabat kali Brantas. Konon menurut masyarakat setempat pada tahun 90 an sering berbunyi dan keluar suara gamelan pada malam hari. Wisata ini juga untuk melestarikan budaya dan mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat setempat. Maka Paguyuban Watu Bonang sebagai pengelola wisata Ngeliban menawarkan paket wisata satu satunya yaitu wisata Ngeliban dengan bandrol harga 35.000 per orang seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Paket Ngeli pada wisata alam Ngeliban

Pada paket ini, rombongan *pengeli ban* akan berangkat dari Papringan Minggirsari menuju Desa Gogodeso tepatnya di Dusun Serut menggunakan jasa ojek atau transportasi yang sudah disediakan oleh Paguyuban *Watu Bonang* dengan minimal rombongan pengeli berjumlah 7 orang disertai dengan 3 Pemandu. Perjalanan dari Start menuju finish di Papringan Minggirsari dengan durasi tempuh $-/+$ 60 menit. Paket wisata ini sangat terbatas dan kurang bervariasi, sehingga pengunjung tidak punya kesempatan untuk memilih variasi gge. Jika jumlah pengunjung dibawah 7 atau bahkan lebih, pengunjung tidak punya pilihan paket yang dikemas pada wisata ini. Selain itu, pengunjung belum mendapatkan kesempatan mengenal ekonomi kreatif Desa Minggirsari. Apalagi jika paket ini di ambil oleh pengunjung dari luar kabupaten Blitar akan terasa kurang berkesannya pada kearifan lokal yang di peroleh dari wisata ngeliban ini karena pengunjung hanya mendapatkan kesan wisata air. Maka perlu adanya pengembangan variasi paket yang ditawarkan pada wisata Ngeliban.

Disisi lain, wisata alam Ngeliban telah memanfaatkan beberapa sosial media sebagai sarana pemasaran wisata. Diantaranya *Instagram, Facebook, WhatsApp, Tiktok, Youtube*, serta *Website* (yang terintegrasi dengan Pemerintah Desa Minggirsari). Instagram sebagai media sosial mampu meningkatkan daya saing dan menjadi ajang promosi saat ini (Lailin et al., 2023; Pratiwi et al., 2024). Pada kenyataannya, sosial media (Instagram) tersebut masih belum banyak di kenal orang ditunjukkan dengan 1.171 followers pada Instagram Desa MInggrisari seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Instagram Desa Minggirsari

Maka wajar apabila belum banyak konten-konten yang diunggah pada laman media sosial wisata alam ini. Sehingga dari sisi pengunjungpun masih didominasi oleh warga sekitar Kabupaten Blitar meskipun sudah ada beberapa pengunjung dari luar kota namun belum maksimal bahkan pernah sehari dua hari tidak ada pengunjung sama sekali. Hal ini dikarenakan kurangnya aktifitas promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh paguyuban watubonang (Sari & Wijayanti, 2023; Verawati, n.d.; Wijayanti & Sari, 2023). Hasil wawancara pada saudara Eko Hariadi terkait hal ini menyampaikan bahwa: *“Beberapa sosial media sudah kami gunakan seperti facebook, instagram, whatsapp, juga tiktok sebagai sarana promosi wisata alam ngeliban, namun belum maksimal berpengaruh terhadap jumlah pengunjung wisata ngeliban. (5 Maret 2024)”*

Kurangnya promosi wisata akan sangat mempengaruhi jumlah pengunjung wisata setempat (Akasse & Ramansyah, 2023). Hal ini akan sangat berpengaruh pada tingkat keberhasilan suatu tempat wisata. Pada wisata alam ngeliban, kurangnya variatif dalam pembuatan konten video pada media sosial serta kurangnya promosi telah mempengaruhi jumlah pengunjung wisata ngeliban. Maka perlu adanya perencanaan strategi pemasaran yang tepat secara digital untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata ngeliban (Sari & Wijayanti, 2023; Wijayanti & Sari, 2023). Perencanaan strategi pemasaran yang tepat sangat penting dalam proses pengembangan sebuah unit usaha karena dengan strategi pemasaran yang

tepat akan berdampak pada proses perkembangan usaha (Saleh & Miah Said, 2019; Wibowo & Santoso, 2020).

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan pada wisata Ngeliban, maka perlu dilakukan pendampingan yang tercover dalam kegiatan PKM dengan tujuan meningkatkan pelayanan wisata alam ngeliban dengan pengembangan model paket ekowisata BRANTAS (Berkelanjutan, Ramah Lingkungan, Kearifan Lokal, Tradisional dan Sadar Medsos) serta meningkatkan pemasaran wisata alam Ngeliban melalui sosial media.

Metode Pelaksanaan

Berdasarkan analisis situasi dan hasil wawancara yang dilakukan di wisata alam Ngeliban Minggirsari terdapat dua fokus permasalahan yang perlu mendapatkan solusi untuk perbaikan. Permasalahan yang utama adalah permasalahan terkait paket wisata alam yang ditawarkan berupa single packet. Dimana pengunjung tidak punya pilihan lain dalam berwisata. Sedangkan permasalahan yang kedua terkait pemasaran yang dilakukan oleh paguyuban watubonang kurang maksimal. Hal ini sangat perlu mendapatkan perhatian untuk peningkatan pengunjung wisata alam Ngeliban. Pelatihan memberikan gambaran perencanaan yang jelas dan terstruktur untuk peserta melaksanakan program (Sari et al., 2022; Sari & Setiawan, 2021). Maka PKM ini besinegri dengan wisata alam ngeliban desa minggirsari untuk memberikan solusi yang tepat guna pengembangan dan peningkatan pemasaran wisata alam Ngeliban dengan pelatihan dan pendampingan terhadap paguyuban watubonang dengan melakukan Tindakan berikut: 1) membuat kesepakatan dengan paguyuban watubonang selaku penanggungjawab wisata alam ngeliban, 2) melakukan sosialisasi model ekowisata, 3) melakukan pelatihan, dan 4) melakukan pendampingan sebagai kegiatan tindak lanjut.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama 3 hari yaitu tanggal 1 s.d 3 Agustus 2024. Program kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi model ekowisata BRANTAS, pelatihan model ekowisata BRANTAS, Pelatihan Pemasaran Digital berbasis sosial media, dan Pelatihan Video Konten. Kegiatan sosialisasi model eduwisata STAR dilaksanakan pada tanggal 1 Agustus 2024 dan dihadiri oleh 30 peserta dari pengurus dan anggota paguyuban watubonang seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Sosialisasi Model Ekowisata BRANTAS

Setelah kegiatan sosialisasi langsung dilanjutkan dengan pelatihan model ekowisata BRANTAS seperti pada Gambar 6.



Gambar 6. Pelatihan Model Ekowisata BRANTAS

Wisata alam Ngeliban awalnya hanya memberikan 1 pilihan paket. Dalam PKM ini, tim memberikan wacana peningkatan pelayanan yang di bundel dalam paket ekowisata BRANTAS. Paket yang tadinya single paket, diperbaiki dengan melakukan pengembangan pelayanan. Yaitu dengan pengembangan model ekowisata Ngeliban berbasis BRANTAS (berkelanjutan, ramah lingkungan, kearifan lokal, Tradisional. Sadar medsos). Dengan model BRANTAS baik pengunjung dan Masyarakat akan turut membantu melestarikan wisata alam Ngeliban. Pada letter "B" yang berarti Berkelanjutan, pengunjung tidak hanya dapat berwisata alam ngeliban tapi juga bisa dapat menikmati wisata lain seperti Papringan. Pada letter "R" yang berarti ramah lingkungan maknanya pengunjung bersama warga saling menjaga lingkungan wisata alam yang didukung oleh pemerintahan (<https://seblang.com/2023/07/13/polres-blitar-peduli-lingkungan-di-wisata-ngeli-ban-desa-minggir-sari/>). Pada huruf "An" berarti Kearifan lokal, pengunjung akan dimanjakan dengan kearifan lokal Desa Minggirsari. Huruf "Ta" artinya Tradisional yang maknanya pengunjung akan dimanjakan dengan hal hal yang tradisional seperti menikmati makanan tradisional di Papringan. Dan huruf "S" maknanya sadar medsos, paguyuban Watu Bonang akan mengenalkan medsos wisata alam Ngeliban pada pangunjung sebagai salah satu wadah promosi wisata Ngeliban. Paket ekowisata ngeliban ini di bagi menjadi 3 pilihan. Berikut rancangan solusi untuk paket ekowisata ngeliban BRANTAS:

a. BRANTAS 1

Pada paket ini, rombongan *pengeli ban* akan berangkat dari Papringan Minggirsari menuju Desa Gogodeso tepatnya di Dusun Serut menggunakan mobil yang di sediakan oleh Paguyuban *Watu Bonang* dengan minimal rombongan *Pengeli* berjumlah 5 orang. Rombongan ini akan didampingi oleh 2 Pemandu yang bersertifikat. *Pengeli* akan dibekali dengan ban, rompi pelampung, dan asuransi. Perjalanan dari Start (barat pintu air Bendungan Serut) menuju finish di Papringan Minggirsari dengan durasi tempuh $-/+ 60$ menit. Sebelum memasuki finish rombongan *ngeliban* akan diajak istirahat di situs *watu-watu* untuk bisa berfoto dengan view Kali Brantas. Paket ini diharga 35.000 dengan diakhiri di papringan untuk makan bersama sambil upload foto pada medsos minggirsari

b. BRANTAS 2

Pada paket ini, rombongan *pengeli ban* akan berangkat dari Papringan Minggirsari menuju Desa Gogodeso tepatnya di Dusun Serut menggunakan mobil yang di sediakan oleh Paguyuban *Watu Bonang* dengan minimal rombongan *Pengeli* berjumlah 7 orang. Dalam perjalanan ke serut, rombongan akan diedukasi berbagai tempat yang layak dikunjungi di Desa Minggirsari. Rombongan ini akan didampingi oleh 3 Pemandu yang bersertifikat. *Pengeli* akan dibekali dengan ban, rompi pelampung, dan asuransi. Perjalanan dari Start (barat pintu air Bendungan Serut) menuju finish di Papringan Minggirsari dengan durasi tempuh $-/+$ 60 menit. Selama *Ngeli*, *pengeli* dilarang membuang sampah disungai Brantas. Sebelum memasuki finish rombongan *ngeliban* akan diajak istirahat di situs *watu-watu* untuk bisa berfoto dengan view Kali Brantas & Watu Watu yang menjadi bagian dari Sahabat Kali Brantas. Paket ini diharga 45.000 dengan diakhiri di papringan untuk makan makan dan menikmati wisata pinggir kali sambil upload foto pada medsos Minggirsari.

c. BRANTAS 3

Pada paket ini, rombongan *pengeli ban* akan berangkat dari Papringan Minggirsari menuju Desa Gogodeso tepatnya di Dusun Serut menggunakan jasa menggunakan mobil yang di sediakan oleh Paguyuban *Watu Bonang* dengan minimal rombongan *Pengeli* berjumlah 7 orang lebih. Dalam perjalanan ke serut, rombongan akan diajak berkeliling menikmati Desa Minggirsari Saraya melewati tempat tempat ekowisata Desa. Rombongan ini akan didampingi oleh 3 atau lebih Pemandu yang bersertifikat. *Pengeli* akan dibekali dengan ban, rompi pelampung, dan asuransi. Perjalanan dari Start (barat pintu air Bendungan Serut) menuju finish di Papringan Minggirsari dengan durasi tempuh $-/+$ 60 menit. Sebelum memasuki finish rombongan *ngeliban* akan diajak istirahat di *watu-watu* untuk bisa berfoto dengan view Kali Brantas & Watu Watu yang menjadi bagian dari Sahabat Kali Brantas. Paket ini diharga 55.000 dengan diakhiri di papringan untuk makan bersama di pinggir kali sambil upload foto pada medsos Minggirsari. Kegiatan berikutnya adalah Pelatihan Pemasaran Digital berbasis media sosial dan pelatihan Pembuatan Video Konten seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Pelatihan pemasaran digital berbasis media sosial

Pada kegiatan ini, ada 5 peserta terpilih untuk mengikuti kegiatan pelatihan pemasaran digital. 5 orang ini yang akan menghandle sosial media desa minggirsari termasuk instagramnya. Mereka di beri

pelatihan tentang bagaimana menaikkan rating dalam sosmed, bagaimana melakukan pemasaran pada dunia sosial media, dan bagaimana melakukan pendekatan kepada calon pengunjung. Untuk mensupport media sosial yang dimiliki oleh desa minggirsari, tim PKM juga melakukan kegiatan pelatihan pembuatan video seperti pada Gambar 8.



Gambar 8. *Pelatihan Pembuatan Video*

Pelatihan pembuatan video dilakukan di alam terbuka. 5 peserta yang ditunjuk dalam pelatihan ini sangat antusias, meskipun mereka membuat video hanya dengan bermodal HP yang mereka miliki. Pelatihan ini memberikan bekal untuk peserta mampu membuat video pendek tentang wisata alam ngeliban untuk di upload pada Instagram, youtube, dan face book desa minggirsari (Aji & Sardjono, 2023; Pujiastuti, n.d.).

Setelah dilakukan pelatihan, tim PKM membagikan angket evaluasi kegiatan dan diketahui bahwa respon peserta PKM sangat besar mencapai 97%. Hasil ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang disampaikan oleh tim PKM sangat relevan dengan kebutuhan paguyuban watubonang terkait model ekowisata BRANTAS, pemasaran digital, dan pembuatan konten media. Kegiatan ini juga telah memberikan stimulus positif pada paguyuban watubonang untuk mengimplementasikan model ekowisata BRANTAS dalam mempromosikan ngeliban. Pemberian angket untuk evaluasi setelah pelatihan memiliki beberapa manfaat penting. Pertama, angket membantu mengukur tingkat kepuasan peserta terhadap materi dan metode pelatihan, sehingga penyelenggara dapat mengetahui apakah pelatihan sudah sesuai dengan harapan peserta. Kedua, angket berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pelatihan, memberikan wawasan tentang aspek-aspek yang perlu ditingkatkan. Ketiga, data yang terkumpul dari angket dapat digunakan sebagai bukti empiris dalam mengukur efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap peningkatan pengetahuan atau keterampilan peserta. Dengan begitu, penyelenggara bisa merancang program pelatihan yang lebih baik di masa depan (Erawanto et al., 2023; Primasari et al., 2021).

Kegiatan PKM yang dilaksanakan selama tiga hari, dari tanggal 1 hingga 3 Agustus 2024, berhasil memperkenalkan dan melatih 30 peserta dari paguyuban Watubonang mengenai model ekowisata BRANTAS serta pemasaran digital berbasis media sosial. Program ini termasuk sosialisasi dan pelatihan terkait pembuatan konten video untuk mempromosikan potensi wisata lokal. Dibandingkan dengan PKM sebelumnya, Sari et al. (2022) yang berfokus pada pemberdayaan kelompok masyarakat dalam mengelola kebin belimbing dengan meningkatkan promosi melalui website dan Wijayanti & Sari (2023) yang lebih fokus pada pelatihan teknis pemasaran, PKM kali ini menambahkan elemen ekowisata BRANTAS, memberikan peserta pemahaman

lebih komprehensif tentang keberlanjutan lingkungan dan strategi promosi melalui media digital, menghasilkan dampak yang lebih holistik bagi komunitas.

Simpulan dan Tindak Lanjut

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dihadiri oleh 100% peserta dengan antusias yang sangat baik. Kegiatan pengabdian memperoleh respon yang sangat baik dari para peserta yang ditunjukkan dari indikator *reaction level* 95%, *learning level* 87%, *behaviour level* 83%, dan *result level* 80%. Kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam menjadi guide eduwisata, meningkatkan kemampuan mitra dalam mengolah belimbing menjadi nata, dan meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan pemasaran secara digital. Meskipun kegiatan ini berjalan dengan lancar dan memiliki dampak yang bagus bagi mitra, akan tetapi manajemen agrowisata perlu untuk diperbaiki supaya pelayanan di Agrowisata semakin baik. Oleh karena itu perlu pelatihan lanjutan seperti pelatihan manajemen agrowisata supaya manajemen keuangan dan pengaturan sistem kunjungan dapat terstruktur dengan baik.

Daftar Pustaka

- Aji, H. K., & Sardjono, H. S. (2023). PELATIHAN PRODUKSI KONTEN TALKSHOW DI YOUTUBE BAGI DESA WISATA NGIDAM MUNCAR SEBAGAI SARANA DIALOG DAN KOMUNIKASI. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 7921–7925.
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60.
- Darsiharjo, D., & Kastolani, W. (2016). Strategi Pengembangan Wisata Minat Khusus Arung Jeram di Sungai Palayangan. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1).
- Erawanto, U., Triantoro, M., Sari, H. P., & Primasari, Y. (2023). Meningkatkan Kemampuan Guru dalam Membuat Modul Pembelajaran. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 136–145.
- Imaduddin, H., & Nugroho, P. S. (2024). PENERAPAN KONSEP REKREASI EDUKATIF PADA WATERFRONT SUNGAI BRANTAS DI KOTA KEDIRI. *Senthong*, 7(3).
- Kusumaningayu, I., & Tjendani, H. T. (2023). Pemanfaatan Ruang Pada Rumah Joglo Sebagai Griya Dedaharan Pendukung Desa Ekonomi Kreatif. *Jurnal Lingkungan Karya Arsitektur (LingKAr)*, 2(1), 1–11.
- Lailin, U. R., Kusumawijayanti, A. R., Harumike, Y. D. N., & Saadah, D. L. (2023). Use Of Instagram Social Media As Blitar City Government Branding Program (Rt Keren Case Study Program, Bendogerit Village). *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(6), 1713–1717.
- Pratiwi, C., Komsiah, S., Yunarti, S., & Idaman, N. (2024). Pemanfaatan Iklan melalui Media Sosial Dalam Pemasaran Pariwisata Di Indonesia. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 8(2).
- Primasari, Y., Sari, H. P., & Fauzi, A. (2021). Pengembangan Literasi Sekolah melalui Pelatihan Menulis Cerita. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 158–166.
- Pujiastuti, A. (n.d.). Literasi Digital melalui Pelatihan Pembuatan Video di TBM Teras Mburi. *Media Informasi*, 33(1), 1–10.

- Putri, E. P. (2022). PENYULUHAN STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DESA MINGGIRSARI, KECAMATAN KANIGORO, KABUPATEN BLITAR, PROVINSI JAWA TIMUR. *PSHPM: Prosiding Seminar Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 204–212.
- Rusdianto, M., & Michael, T. (n.d.). Pengembangan Wisata di Desa Minggirsari Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar dalam Menjamin Perlindungan Hukum Bagi Wisatawan. *Dih: Jurnal Ilmu Hukum*, 18(1), 374921.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Sari, H. P., & Setiawan, W. H. (2021). Peningkatan Teknologi Pendidik Pesantren Anak Sholeh melalui MEMRiSE: Coaching & Training. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 81–90.
- Sari, H. P., Sholihah, M., & Kusuma, A. P. (2022). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing melalui Model Eduwisata STAR (Sharing, Trying, and Adventuring) berbasis produk Nata de Averrhoa carambola. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 299–311.
- Sari, H. P., & Wijayanti, A. R. K. (2023). Strategi Pengelolaan Desa Minggirsari sebagai Desa Wisata Alam Ramah Lingkungan. *Prosiding ESEC*, 4(1), 147–153.
- Soendjoto, M. A. (2015). Potensi, peluang, dan tantangan pengelolaan lingkungan lahan basah secara berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Lahan Basah. Universitas Lambung Mangkurat*, 1–20.
- Verawati, D. E. (n.d.). *KKN MATCHING FUND PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DENGAN MENGEMBANGKAN POTENSI SEKTOR WISATA PADA DESA MINGGIRSARI*.
- Wibowo, J., & Santoso, R. (2020). Pembuatan Digital Marketing dan Marketing Channel untuk UKM PJ Collection. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 82–91.
- Wijayanti, A. R. K., & Sari, H. P. (2023). Strategi Marketing Communication Mix: Studi Kasus Wisata Alam pada Desa Minggirsari Kabupaten Blitar. *JURNAL SOSIAL HUMANIORA (JSH)*, 16(2), 126–138.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih disampaikan kepada Ristekdikti atas terselenggaranya kegiatan PKM ini dengan nomor kontrak hibah DRTPM 147.01/KP.16/UNISBA/VI/2024.