

Pengembangan Destinasi Wisata Dan Ekonomi Kreatif Kota Malang

¹⁾Armanu*, ²⁾Ainur Rofiq, ³⁾Nanang Suryadi, ⁴⁾Nuraini Desty Nurmasari, ⁵⁾Khalilah Daud Isaac Makhmut

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾ Universitas Brawijaya, Kota Malang, Indonesia

Email Corresponding: armanu@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Destinasi Wisata Ekonomi Pelatihan Malang	Kota Malang memiliki destinasi wisata yang potensial untuk dikembangkan agar dapat meningkatkan sektor perekonomian. Melalui pengembangan strategi destinasi wisata yang tepat, wisatawan semakin puas dan nyaman dalam berekreasi di Kota Malang. Tantangan yang saat ini menjadi evaluasi bagi akademisi, pemerintah kota, masyarakat, maupun pihak lain. Penyediaan aksesibilitas dan infrastruktur yang baik dapat menunjang efektivitas kunjungan ke destinasi wisata dan ekonomi kreatif Kota Malang. Pengabdian kepada masyarakat (FEB dengan Mitra Mengabdi) bertujuan untuk membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif di Kota Malang. Melalui kegiatan workshop strategi membangun destinasi wisata dan ekonomi kreatif bersama 16 pelaku destinasi wisata dan ekonomi kreatif Kota Malang membantu wisatawan untuk lebih bisa menikmati keindahan destinasi wisata dan ekonomi kreatif Kota Malang, memiliki produk yang unik, dan mengembangkan skill wisatawan. Dampak dari Hasil kegiatan workshop adalah para pimpinan destinasi wisata dan ekonomi kreatif mampu memahami esensi pengembangan strategi destinasi wisata dan ekonomi kreatif serta melakukan kolaborasi antara kampus (FEB UB) dengan para praktisi yang mengelolah destinasi wisata dan ekonomi kreatif.
Keywords: Destinations Tourism Economy Training Malang	ABSTRACT Malang City has potential tourist destinations that need to be developed in order to improve the community's economic sector. Through the development of the right destination strategy, it is hoped that tourists will be more satisfied and comfortable in recreating in Malang City. The current challenges are an evaluation of various related parties from academics, city government, community, and other related parties. Providing good accessibility and infrastructure can support the effectiveness of tourist destinations in Malang City. Based on the analysis of the problems faced by tourist destinations and the creative economy in Malang City through this service, it is intended to make a good contribution to the tourism sector and the economy of Malang City. Through workshop activities, the development strategy that needs to be initiated by eight actors of tourist destinations and the creative economy of Malang City is related to the creation of connecting lines between one destination to another. The results achieved from the workshop activities were that the leaders of tourist destinations and the creative economy were able to understand the importance of developing tourist destination strategies and collaborating with FEB UB regarding the connecting lines between one destination and another.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Kota Malang memiliki potensi destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang perlu diperkuat dan disebarluaskan agar dapat meningkatkan sektor perekonomian masyarakat. Berdasarkan data riil Pemerintah Kota Malang 2022, Di tahun 2022, 13.555.201 wisatawan mengunjungi Kota Malang untuk melihat 53 destinasi wisata, termasuk kampung tematik, taman kota, museum, mal, dan tempat lain. Menurut data Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang, terdapat 82 Daya Tarik Wisata (DTW) yang tersebar di 5 Kecamatan di Kota Malang terbangun pada organisasi pokdarwis. Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur yang memiliki luas 110.06 Ha. Ketinggian terendah Kota Malang berada pada ketinggian 440 meter diatas permukaan laut, dan ketinggian tertinggi Kota Malang terletak pada ketinggian 667 meter

diatas permukaan laut (Bhawana, Sari, and Utomo 2019). Jumlah tersebut terus mengalami kenaikan dan berpotensi untuk bertambah di setiap tahunnya. Potensi ini terus menerus dikembangkan guna meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat Kota Malang. Kota Malang sendiri identik dengan Malang heritage yang tengah dikembangkan diantaranya adalah wisata heritage Kayutangan. Menurut Wu *et al.* (2020) wisata heritage adalah perjalanan untuk mempelajari sejarah dan budaya suatu daerah atau kota melalui kunjungan ke tempat-tempat bersejarah yang menjadi daya tarik wisatawan. Tidak hanya wisata Kayutangan namun juga muncul Kampung Budaya Polowijen, Kampung Gribig Religi dan lain sebagainya yang dapat dimunculkan sebagai opsi pengembangan Malang Heritage.

Dalam proses pengembangan dan peningkatannya, terdapat beberapa permasalahan yang harus segera ditangani, diantaranya berkaitan dengan pembenahan aksesibilitas seperti jalan raya dan pembangunan moda transportasi massal monorail guna mengurangi kemacetan yang ada di kota Malang. Tata letak perkantoran dan Gedung-gedung yang mulai padat perlu menjadi perhatian guna dapat menyusun strategi yang memudahkan aksesibilitas para wisatawan Kota Malang. Oleh karena itu diperlukan pengembangan wisata yang terarah dan berkesinambungan dapat dilakukan dengan menyusun rute wisata berdasarkan potensi wisata yang ada. Selain permasalahan dalam pembenahan aksesibilitas, permasalahan lain dalam pengembangan destinasi wisata adalah menentukan destinasi wisata yang memenuhi sejumlah kriteria penting. Destinasi wisata mana yang memiliki kelayakan untuk dinikmati keindahannya, dimiliki keunikannya, dan sekaligus memberikan peluang pengembangan skill menjadi pertimbangan utama. Melalui penerapan metode pengembangan wisata model Community Based Tourism (CBT) juga dapat menjadi solusi untuk memastikan masyarakat lokal terlibat dalam pengembangan wisata, menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan, dan mendapatkan pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal. Penelitian yang dilakukan Setiawan *et al.* (2019) mengatakan kegiatan Community Based Tourism tersebut menghasilkan rute wisata di Kampung Biru Arema (KBA) yang disusun dengan mengintegrasikan 5 (lima) area wisata secara berurutan, yaitu Area Wisata Sejarah, Area Wisata Dolanan, Area Wisata Mitigasi Bencana, Area Wisata Arema, dan Area Wisata Basa Walikan. Penelitian di atas memfokuskan pada rute KBA, sedangkan fokus pengabdian ini lebih menekankan rute wisata Kota Malang dengan menghadirkan berbagai Malang Heritage.

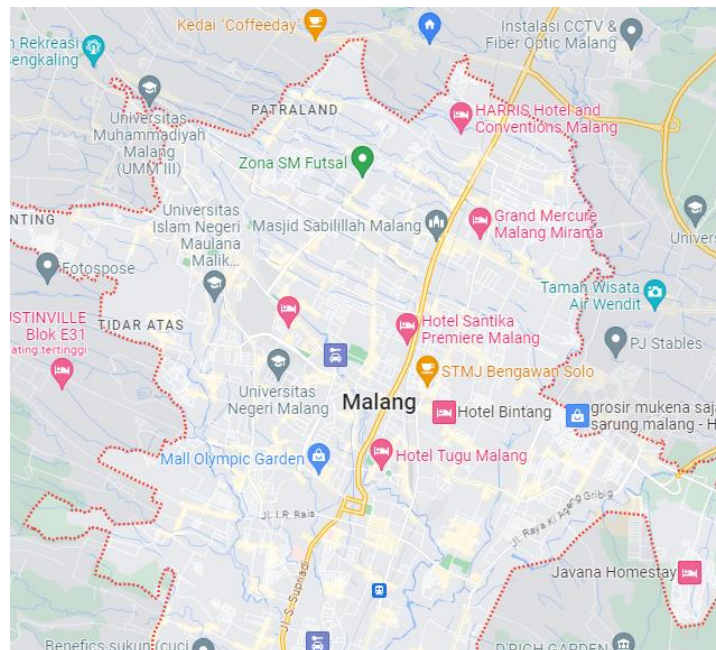
Pemerintah Kota Malang terus menggerakkan semangat kolaborasi guna dapat meningkatkan dan mendorong determinasi wisata. Melalui hal tersebut, Tim FEB selaku akademisi dengan ide yang dibawa akan berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait seperti Wali Kota Malang, Tim dosen FEB, Dosen dari Fakultas Teknik dengan kepakaran tata Kelola wilayah dan kota, masyarakat, sentra wisata, dan mahasiswa. Program pengabdian ini merupakan kelanjutan dari program tahun lalu yang mengangkat bahasan mengenai strategi membangun Sanan sebagai Destinasi Wisata Kripik Tempe Sanan. Sedangkan tahun ini akan difokuskan pada semua destinasi wisata yang ada di Malang, untuk diberdayakan sebagai destinasi wisata yang memiliki nilai yang tinggi bagi wisatawan, nilai kepuasan pelanggan, edukasi, ekonomi, dan entrepreneur-nya. Tujuan yang akan dicapai melalui FEB Mitra Mengabdikan kepada masyarakat 2023 adalah mempermudah pengunjung kota Malang ketika berkunjung ke Malang meningkatkan kesadaran kepada organisasi pengelola Destinasi Wisata Kota Malang untuk berperan aktif bersinergi mempromosikan bersama Destinasi Wisata Kota Malang, membangun Rute Wisatawan Kota Malang agar dapat menikmati Destinasi Wisata Kota Malang secara menyeluruh dan memberdayakan potensi ekonomi masyarakat kota Malang (sarana dan prasarana, transportasi, ekonomi kreatif, dan lain-lain).

II. MASALAH

Meskipun jumlah wisatawan mengalami kenaikan namun tantangan yang dihadapi masih harus dievaluasi. Wisatawan lebih tertarik ke Batu daripada wisata kota Malang sendiri karena beberapa pertimbangan diantaranya adalah belum optimalnya pengelolaan kepariwisataan dan kurangnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan obyek pariwisata di Kota Malang. Aksesibilitas transportasi, network analysis untuk rekomendasi rute wisata paling efektif juga belum maksimal. Optimalisasi pada penyediaan ruang hijau untuk publik juga perlu digalakkan, saat ini pemerintah kota terus menggerakkan sistem kolaborasi dengan berbagai pihak guna meningkatkan kepuasan wisatawan pada wisata Kota Malang. Jika disimpulkan, maka ada beberapa permasalahan dalam strategi pengembangan destinasi wisata kota Malang, yaitu:

1. Perlunya rute wisata Kota Malang yang efektif berdasarkan pada daya Tarik masing-masing destinasi;

2. Menentukan destinasi wisata mana yang memiliki kelayakan untuk dinikmati keindahannya, dimiliki keunikannya, dan sekaligus memberikan peluang pengembangan skill;
3. Perlunya aksesibilitas transportasi yang meliputi lahan parkir bagi para wisatawan kota Malang;
4. Perlunya upaya untuk optimalisasi sektor UMKM dan menjaga kontinuitasnya;
5. Minimnya amenities/fasilitas pendukung wisata, infrastruktur dasar pendukung pariwisata serta SDM untuk menginterpretasi nilai wisata industri.



Gambar 1. Peta Lokasi Pengabdian
Sumber: Google Maps (2023)

III. METODE

Kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah tahap persiapan, di mana anggota tim pengabdian melakukan survei langsung ke destinasi wisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang untuk melihat kondisi secara nyata pada objek untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan.

Kunjungan tim dilakukan selama 3x, pada kunjungan pertama tim pengabdian berkunjung ke kampung Glintung Go Green sebagai kampung penghijauan nasional dan kampung wisata keramik dinoyo. Kunjungan kedua dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2023 pada kunjungan kali ini tim pengabdian melakukan survei pada objek wisata Soendari Batik & Art, Soedimoro Coffe Caffe & Culiner, Kampung Budaya Polowijen, Glintung Water Street, Malang Creative Center dan Keripik Tempe Sanan. Kunjungan terakhir dalam kegiatan pengabdian kali ini objek sasaran adalah Kampung Gribig Religius, Kampung Wisata Warna Warni Jodipan dan Kampung Heritage Kajoetangan. Pemilihan lokasi yang akan menjadi titik fokus kegiatan membutuhkan pertimbangan yang matang. Kejelasan kepengurusan kelompok sadar wisata yang sudah terbentuk dan terintegrasi di bawah lingkup Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga Kota Malang menjadi faktor penentu dalam proses ini. Namun sangat disayangkan bahwa beberapa destinasi wisata seperti Glintung Water Street, Sudimoro Coffee Caffe & Culiner, dan Glintung Water Street tidak diikutsertakan dalam program ini. Terpilih delapan objek yang dikunjungi oleh Tim Pengabdian antara lain Glintung Go Green, Kampung Heritage Kajoetangan, Kampung Gribig Religi, Kampung Warna-Warni Jodipan, Kampung Budaya Polowijen, Kampung Wisata Keripik Tempe Sanan, Soendari Batik & Art dan Kampung Wisata Keramik Dinoyo.

Tahap kedua adalah metode implementasi yang dilakukan melalui kegiatan pelatihan kepada delapan pimpinan destinasi wisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang. Metode yang digunakan melalui ceramah dan diskusi. Ceramah bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi kemudian dilanjutkan dengan diskusi. Peserta akan terlibat dalam berbagai metode pembelajaran yang interaktif dan mendalam selama pelatihan. Pentingnya mengembangkan jaringan bisnis yang luas juga ditekankan dalam pelatihan ini. Para peserta memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan sesama pimpinan destinasi wisata dan ekonomi kreatif, yang akan memberi mereka kesempatan untuk belajar dari pengalaman dan perspektif orang lain. Selain itu, pelatihan ini memberi kesempatan untuk bertemu dengan pimpinan industri yang berpengalaman dari berbagai bidang usaha, yang akan memberikan inspirasi dan wawasan tambahan



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Workshop Pengembangan Destinasi Wisata Kota Malang
Sumber: Arsip Tim Mitra Mengabdi FEB UB (2023)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil identifikasi dan pengumpulan data yang dilakukan pada tahap pertama dan tahap kedua terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh delapan destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang ada di Kota Malang diantaranya berkaitan dengan pembenahan aksesibilitas, termasuk pembangunan jalan raya dan moda transportasi massal monorail, dapat mengurangi kemacetan di kota Malang. Tata letak perkantoran dan Gedung-gedung yang mulai padat perlu menjadi perhatian guna dapat Menyusun strategi yang memudahkan aksesibilitas para wisatawan Kota Malang. Oleh karena itu diperlukan penyusunan rute wisata berdasarkan potensi wisata yang ada sehingga pengembangan wisata dapat terarah dan berkesinambungan. Hal yang subjektif bagi tiap orang adalah bagaimana mereka akan berkendara ke destinasi wisata. Rute terbaik untuk wisatawan ialah yang memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan, seperti jarak tempuh singkat dan dapat melewati banyak tempat sekaligus (Razak, Hendarmawan, and Irawati 2022).

Implementasi solusi dilakukan dengan penyusunan konsep kegiatan pelatihan yang dilakukan pada 17 Oktober 2023, kemudian dilanjutkan dengan inti kegiatan yaitu workshop strategi pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif kota Malang. Sasaran dari kegiatan ini adalah untuk menyelenggarakan pelatihan tentang bagaimana membangun strategi pengembangan bagi destinasi wisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang bagi pimpinan/pemilik/pengurus destinasi dengan tujuan terciptanya keberlanjutan usaha. Peserta kegiatan terdiri dari delapan destinasi wisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang antara lain Glintung Go Green, Kampung Wisata Tempe Sanan, Kampung Heritage Kajoetangan, Kampung Gribig Religi, Kampung Warna Warni Jodipan, Kampung Budaya Polowijen, Soendari Batik & Art dan Kampung Keramik Dinoyo. Adapun karakteristik dari peserta workshop yang mengikuti kegiatan ini adalah sebagai berikut

Tabel. 1 Karakteristik Peserta Workshop

Karakteristik Responden	Frekuensi	Prosentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	8	57,14
Perempuan	6	42,85
Tingkat Pendidikan		
SMP	-	-
SMA	2	14,28
D1	-	-
D3	3	21,42
D4/S1	8	57,14
S2	1	7,14

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Peserta workshop dihadiri 14 pelaku pimpinan dari destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang ada di Kota Malang dengan jumlah komposisi laki laki sebanyak 57,14%, perempuan sebanyak 42,85% dengan tingkat pendidikan mayoritas setingkat D4/S1 sebanyak 57,14% yang menunjukkan bahwa pimpinan destinasi wisata dan ekonomi kreatif saat ini sudah berorientasi mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi untuk pengelolaan destinasi wisata dan ekonomi kreatif mereka.

Salah satu langkah utama dalam upaya ini adalah melalui pembentukan dan perawatan jalur wisata yang menarik. Kolaborasi ini melibatkan pihak destinasi wisata, akademisi, dan pemerintah daerah, sehingga dapat merencanakan dan merancang jalur wisata yang memadukan keindahan alam, kekayaan budaya, dan layanan yang berkualitas. Melalui kolaborasi yang kokoh, Malang dapat memastikan perkembangan wisata yang berkelanjutan, berkontribusi pada pelestarian lingkungan, serta memberikan pengalaman tak terlupakan bagi para pengunjung. Pembentukan jalur wisata yang menarik akan meningkatkan daya tarik destinasi tersebut, menciptakan pengalaman unik bagi pengunjung, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi masyarakat setempat.

Pertimbangan lokasi dan tema wisata yang akan diambil maka rute perjalanan wisata dibagi menjadi dua sesi (Juniawan *et al.* 2020). Untuk sesi pertama akan dimulai dengan kampung keramik dinoyo pada objek wisata ini Tamu yang berkunjung lebih banyak ingin mengetahui dan mengenal seni budaya di Kota Malang. Kampung Wisata Keramik Dinoyo sentra keramik di Kota Malang. Menjual berbagai macam keramik souvenir berbagai bentuk, dari gelas mini, mug, vas bunga dengan warna dan corak beraneka rupa. Namun kampung wisata keramik bukan hanya jadi sentra penjualan saja. Tetapi di sini juga bisa belajar dan mengenal kerajinan keramik. Destinasi kedua adalah Soendari Batik & Art terletak di Jalan Soekarno Hatta PTP II menyediakan batik dari berbagai daerah di Indonesia, dan juga sebagai tempat edukasi mengenai proses pembuatan batik. Rute ketiga dalam sesi pagi adalah Kampung Budaya Polowijen, Kampung ini memiliki berbagai macam kesenian, seperti seni tari, musik, karawitan, dalang, dan kerajinan topeng dan batik. Kesenian-kesenian tersebut merupakan gambaran dari budaya masyarakat kampung ini. Kampung ini dapat menjadi destinasi wisata edukasi yang menarik bagi keluarga dan institusi pendidikan. Setelah dari Kampung Budaya Polowijen selanjutnya rute terakhir dalam sesi pagi adalah Glintung Go Green pada objek ini wisatawan yang berkunjung akan mempelajari terkait wisata edukasi lingkungan bagaimana cara menata lingkungan yang baik dan terprogram serta memberdayakan warga sekitar untuk mandiri mengelola lingkungan mereka.



Gambar 3. Jalur Wisata Sesi Pagi
Sumber: Arsip Tim Mitra Mengabdi FEB UB (2023)

Setelah melakukan istirahat dan makan siang para wisatawan dapat berkunjung dengan pilihan sesi siang yang sudah disediakan. Sesi siang diawali dengan satu tujuan wisata kuliner dan edukasi yaitu Kampung Wisata Tempe Sanan. Selain membeli keripik tempe, pengunjung juga dapat belajar tentang proses pembuatan keripik tempe, pengolahan limbah tempe dan limbah sapi, serta pemanfaatan limbah tersebut untuk menghasilkan biogas dan pupuk. Rute kedua dilanjutkan dengan Kampung Gribig Religius terdapat makam Bupati Malang I-III, Bupati Probolinggo, Bupati Bondowoso, dan juga terdapat makam Ki Ageng Gribig, seorang tokoh yang menyebarkan Agama Islam di Malang. Tak hanya sebagai wisata religi dan budaya, Kompleks Makam Ki Ageng Gribig juga menghadirkan keunikan vegetasi. Di kawasan tersebut terdapat sekitar 20 pohon nagasari yang tumbuh subur di area pemakaman. Perjalanan ketiga yang disediakan untuk wisatawan adalah mengunjungi Kampung Warna-Warni Jodipan, kampung wisata yang terletak di bantaran Sungai Brantas. Kampung ini memiliki ciri khas berupa rumah-rumah warga yang dicat dengan warna-warna yang cerah dan menarik. Perjalanan terakhir untuk sesi siang ditutup dengan Kampung Heritage Kajoetangan mengusung konsep “heritage” ini menawarkan pengalaman wisata yang unik dan menarik dengan mengangkat unsur budaya, sejarah, dan ekonomi. Kampung yang banyak berdiri rumah-rumah lama dan masih terawat kemudian di “sulap” menjadi spot/tempat jujugan wisatawan.



Gambar 4. Jalur Wisata Sesi Siang
Sumber: Arsip Tim Mitra Mengabdi FEB UB (2023)

Di akhir pelatihan, kuesioner diberikan dengan maksud untuk menghimpun respons dari peserta mengenai pengalaman dan pandangan mereka terhadap seluruh workshop, termasuk materi yang disampaikan, cara pengajaran, dan pengaturan waktu. Selain itu, kuesioner juga dimanfaatkan untuk memberikan kesempatan kepada peserta untuk memberikan respons individual mengenai workshop tersebut. Mereka dapat

berbicara mengenai topik yang ingin mereka pelajari lebih mendalam atau memberikan masukan tentang bagaimana workshop dapat lebih relevan dan bermanfaat bagi mereka secara personal. Proses evaluasi ini membantu mengevaluasi sejauh mana workshop berhasil mencapai hasil yang diinginkan. Hasil kuesioner diketahui pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Item Pernyataan Setelah Workshop

No.	Item Pernyataan	Mean
1.	Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi yang sangat penting pada Perekonomian Nasional dan Regional.	4,28
2.	Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam pengembangan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	4,35
3.	Program Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif yang diberikan dalam workshop memiliki prospek yang sangat bagus untuk pengembangan destinasi wisata dan pengembangan ekonomi kreatif	4,35
4.	Kerjasama Pemilik/Pimpinan Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif dengan Perguruan Tinggi bertujuan untuk meningkatkan Kemampuan Bersaing bagi Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif	4,14
5.	Kerjasama Pemilik/Pimpinan Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif dengan Perguruan Tinggi juga bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan Teknologi Tepat Guna pada Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif	4,07
6.	Workshop memberikan pandangan yang sangat berharga tentang bagaimana meningkatkan daya tarik destinasi wisata dan ekonomi kreatif	4,28
7.	Saya siap untuk berkolaborasi dengan sesama pimpinan destinasi wisata dan pimpinan ekonomi kreatif di Kota Malang	4,28
8.	Workshop Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif Kota Malang mampu mempererat hubungan Kerjasama antar Pimpinan/Pengelola atau Pemilik Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif kota Malang	4,5
9.	Program Pengabdian Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif dalam bentuk Memberikan informasi dan Menyediakan fasilitas dan sarana untuk memudahkan para pengunjung wisata dari luar kota adalah program kerja pengabdian yang sangat mulia	4,21
10.	Workshop telah memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif di Kota Malang	4,35
11.	Saya merasa lebih percaya diri dalam mengelola destinasi wisata saya setelah mengikuti workshop ini.	4,00
12.	Saya merasa memiliki keterampilan dan pengetahuan baru yang dapat saya terapkan untuk memajukan destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang saya kelola	4,35
13.	Setelah mengikuti workshop, saya memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana bekerja sama dengan pemilik atau pimpinan Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif yang ada di Kota Malang	4,14
14.	Workshop ini memberikan wawasan yang lebih baik tentang cara meningkatkan kontribusi destinasi wisata dan ekonomi kreatif pada perekonomian di Kota Malang	4,35
15.	Program Pengabdian Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatis dalam bentuk Menyebarluaskan informasi Destinasi Wisata Kota Malang dan Ekonomi Kreatif sangat bermanfaat.	4,5
16.	Program Pengabdian Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif yang diberikan dalam workshop dapat dikembangkan lagi tahun depan	4,14
17.	Saya memiliki rencana pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang lebih jelas untuk mengimplementasikan pembelajaran dari workshop ini	4,57

Sumber: Hasil Output SPSS (2023)

Berdasarkan data yang diperoleh dari persebaran kuesioner, diketahui bahwa evaluasi dalam program pelatihan ini membagi penilaian menjadi empat indikator yaitu fenomena, tujuan, proses, manfaat dan harapan. Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan kontribusi yang sangat penting pada Perekonomian Nasional dan Regional fenomena ini telah terbukti memiliki dampak yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan memajukan sektor ekonomi terkait (Septian and Anis 2021); (Amerta, Sara, and Bagiada 2018); (GORYUSHKINA *et al.* 2019). Keterlibatan perguruan tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat adalah langkah yang relevan dan konstruktif. Melalui kegiatan pengabdian, perguruan tinggi dapat menyediakan wawasan, pengetahuan, dan sumber daya yang mendukung pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Mereka dapat berkolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal, usaha kecil, dan pelaku industri untuk merancang solusi-solusi inovatif, pelatihan, dan program pendidikan yang memenuhi kebutuhan sektor tersebut. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai rata-rata yang tinggi pada indikator fenomena item kedua “Keterlibatan Perguruan Tinggi dalam pengembangan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif” Pengabdian kepada masyarakat juga menciptakan hubungan yang erat antara perguruan tinggi dan komunitas lokal, yang dapat menghasilkan manfaat jangka panjang dalam bentuk peningkatan daya saing sektor, pertumbuhan usaha, dan pengembangan sumber daya manusia yang lebih berkualitas. Hal ini berkontribusi pada berlangsungnya sektor pariwisata dan ekonomi kreatif serta memastikan bahwa manfaatnya tersebar luas kepada masyarakat.

Indikator tujuan dipersepsi baik oleh responden, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai pada item ketiga “Program Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif yang diberikan dalam workshop memiliki prospek yang sangat bagus untuk pengembangan destinasi wisata dan pengembangan ekonomi kreatif” sebesar 4,35 yang dikategorikan sudah tinggi. Peserta merasa bahwa tujuan workshop relevan, jelas, dan penting, peserta cenderung lebih termotivasi dan terlibat aktif dalam kegiatan workshop. Indikator proses juga dipersepsi tinggi oleh responden dengan nilai rata-rata 4,5 “Workshop Membangun Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif Kota Malang mampu mempererat hubungan Kerjasama antar Pimpinan/Pengelola atau Pemilik Destinasi Wisata dan Ekonomi Kreatif kota Malang” Pada proses pembangunan potensi wisata di Kota Malang, perlu adanya upaya menyatukan semua pihak untuk dapat mendorong dan meningkatkan kunjungan wisatawan sebagai tujuan bersama. Melalui workshop yang diinisiasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya diharapkan mampu mempererat hubungan antar pimpinan pengelola destinasi wisata dan ekonomi kreatif. Agenda diskusi yang dipimpin oleh tim Mitra Mengabdi ini menjadi tempat kolaborasi, bertukar pikiran, saling mengisi kekosongan, dan transfer knowledge menjadi sumberdaya tambahan bagi sesama pelaku wisata dan ekonomi kreatif antar pelaku wisata antar ekonomi kreatif. Hal ini mendapatkan apresiasi positif bagi tamu undangan dan tidak menutup kemungkinan akan bertambahnya mitra ataupun program kerjasama kedepannya

Item pernyataan dengan nilai tinggi ditunjukkan juga pada pernyataan kesebelas “Saya merasa lebih percaya diri dalam mengelola destinasi wisata saya setelah mengikuti workshop ini” Item ini dinilai tinggi oleh para peserta workshop karena mencerminkan dampak langsung dari pelatihan terhadap perasaan pribadi dan profesional mereka dalam mengelola destinasi wisata. Rasa percaya diri yang ditingkatkan adalah kunci untuk berhasil dalam mengelola industri pariwisata yang dinamis dan penuh tantangan (Phiri 2014). Ketika seseorang merasa lebih percaya diri, mereka menjadi lebih siap untuk menghadapi perubahan, mengatasi masalah, dan mengambil keputusan yang tepat. Hal ini juga mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan, yang menjadi sangat penting dalam mengelola destinasi wisata yang sukses. Perasaan percaya diri yang meningkat dapat memberikan dorongan motivasi tambahan, mendorong peserta untuk berinovasi, menghadapi tantangan dengan keberanian, dan mengoptimalkan pengalaman pengunjung (Tay, Kim, and Chan 2023). Selain itu, memiliki rasa percaya diri yang tinggi dapat meningkatkan interaksi sosial dengan pemangku kepentingan, mitra bisnis, dan wisatawan, yang berpotensi menghasilkan kemitraan yang kuat dan meningkatkan daya tarik destinasi wisata secara keseluruhan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan, deskripsi jawaban responden pada Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai rata – rata tertinggi ditunjukkan pada indikator harapan dengan item pernyataan tujuh belas yaitu “Saya memiliki rencana pengembangan destinasi wisata dan ekonomi kreatif yang lebih jelas untuk mengimplementasikan pembelajaran dari workshop ini” hal tersebut menggambarkan niat atau komitmen dari pimpinan destinasi wisata dan ekonomi kreatif untuk menyusun rencana yang lebih rinci dan terarah terkait pengembangan destinasi wisata dan sektor ekonomi kreatif. Tujuannya adalah untuk

menerapkan apa yang telah dipelajari dari workshop, yang memberikan wawasan atau keterampilan tambahan dalam bidang tersebut. Rencana tersebut kemungkinan akan mencakup langkah-langkah dan detail terkait bagaimana destinasi wisata yang ada akan diintegrasikan ke dalam rute baru yang menarik. Ini dapat termasuk peningkatan infrastruktur, pengembangan pengalaman wisata yang lebih menarik, promosi tujuan wisata tersebut, dan cara-cara lain untuk memajukan sektor ekonomi kreatif terkait destinasi tersebut. Evaluasi dan monitoring dilakukan kepada para kelompok sadar wisata untuk evaluasi pada kegiatan yang akan datang.

V. KESIMPULAN

Kota Malang dengan potensi destinasi wisata yang perlu dikembangkan agar dapat meningkatkan sektor perekonomian masyarakat. Pengembangan strategi destinasi yang tepat, diharapkan wisatawan akan semakin puas dan nyaman dalam berekreasi di Kota Malang. Melalui kegiatan awal kunjungan tempat-tempat usaha yang menjadi destinasi wisata di Kota Malang agar mengetahui kondisi yang nyata dari wisata tersebut, selain itu menyampaikan konsep membangun destinasi wisata dan ekonomi kreatif Kota Malang untuk mempermudah wisatawan dari luar Malang bisa mengetahui dan membantu keperluan wisatawan. Selain itu juga diadakan kegiatan pelatihan bertujuan untuk merumuskan strategi yang akan memajukan destinasi wisata di Kota Malang serta mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Para peserta akan berkesempatan untuk berinteraksi dengan sesama calon pengusaha dan pemilik usaha, sehingga mereka dapat belajar dari pengalaman dan pandangan orang lain. Pelatihan ini juga menyediakan kesempatan untuk bertemu dengan pimpinan industri lain jenis bidang usaha yang berpengalaman dan akan memberikan wawasan dan inspirasi tambahan. Melalui kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, workshop ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan Kota Malang dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Kegiatan evaluasi dan monitoring dilakukan kepada para kelompok sadar wisata untuk evaluasi pada kegiatan yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya atas bantuan dana untuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, I. Made, I. Made Sara, And Kompang Bagiada. 2018. "Sustainable Tourism Development." 5(2):248–54.
- Bhawana, Raka Sunya, Nindya Sari, And Dadang Meru Utomo. 2019. "Potensi Daya Tarik Wisata Sebagai Pengembangan Wisata Perkotaan Kota Malang." 8(April):1–8.
- Goryushkina, Natalia, Natalia Voinova, Olga Voronkova, Alexey Sitnov, Rustem Shichiyakh, And Olga Gordeyeva. 2019. "Theoretical Aspects Of Entrepreneurial Education For Hospitality Industry." *Journal Of Environmental Management And Tourism* 4(36):835. Doi: 10.14505/Jemt.V10.4(36).14.
- Juniawan, Fransiskus Panca, Dwi Yuny Sylfania, Program Studi, Teknik Informatika, Penulis Korespondensi, Rute Terpendek, And Pariwisata Kota Toboali. 2020. "Shortest Path Determination Of The Tourist Destination In Toboali Using Web-Based Dijkstra Algorithm." 7(1):211–18. Doi: 10.25126/Jtiik.202071954.
- Phiri, Andrew. 2014. "Africa : Evidence From Linear And Nonlinear Cointegration Frameworks." 14(1):31–53.
- Razak, Januarani, Hendarmawan, And Ira Irawati. 2022. "Perencanaan Jalur Wisata Berbasis Cagar Budaya Di Desa Sirnajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor." *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 16(1):33–51.
- Septian, Revaldo, And Ali Anis. 2021. "Pengaruh Sektor Pariwisata , Konsumsi Energi , Infrastruktur Ekonomi Dan Pengangguran Terhadap Perekonomian Di Indonesia." 10:58–68.
- Setiawan, Fredy Nugroho, Rizki Nufiarni, Fariska Pujiyanti, And Universitas Brawijaya. 2019. "Pemetaan Rute Wisata Kampung Biru Arema (Kba) Kota Malang." 2(1):35–44.
- Tay, Kai Xin, Jennifer Kim, And Lian Chan. 2023. "Travel Confidence Reviving Tourism Industry : Is The Vaccination A Solution ?"
- Wu, Tsung-Chiung, Yu-En Lin, Geoffrey Wall, And Philip Feifan Xie. 2020. "A Spectrum Of Indigenous Tourism Experiences As Revealed Through Means-End Chain Analysis." *Tourism Management* 76:103969. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103969>.