

Peningkatan Kapasitas Karang Taruna dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Taman Wisata Genilangit Magetan

Agung Wibowo^{1*}, Suwarto¹, Eny Lestari¹, Putri Permatasari¹

¹Prodi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret

*Email: agungwibowo@staff.uns.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Karang Taruna dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif berbasis lokal di kawasan Taman Wisata Genilangit, Kabupaten Magetan. Karang Taruna sebagai elemen pemuda desa memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal, terutama melalui pengelolaan usaha kreatif seperti produk kerajinan, kuliner, dan jasa wisata. Pengabdian ini dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan berupa pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, digital marketing, dan pendampingan pengembangan produk kreatif. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah interaktif, simulasi praktik, serta mentoring berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota Karang Taruna dalam aspek produksi, pengemasan, promosi, dan pemasaran produk. Selain itu, terbentuknya jejaring kemitraan antara Karang Taruna dengan pelaku usaha wisata dan pemerintah desa turut memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat peran pemuda dalam pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, Karang Taruna, pemberdayaan pemuda, pengabdian masyarakat, wisata Genilangit

PENDAHULUAN

Taman Wisata Genilangit merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Magetan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Dengan lanskap alam yang indah dan udara yang sejuk, kawasan ini menarik banyak wisatawan. Namun, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata, diperlukan inovasi berbasis ekonomi kreatif yang dapat memberikan nilai tambah bagi wisatawan dan masyarakat setempat.

Taman Wisata Genilangit terletak di wilayah Jawa Tengah, Indonesia, dikelola oleh Karang Taruna Giri Putra Bhakti, merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk menarik kunjungan wisatawan. Namun, seperti banyak destinasi wisata lainnya, Taman Wisata Genilangit juga menghadapi sejumlah situasi dan permasalahan yang mempengaruhi kinerja dan pengelolaannya.

Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna memiliki peran strategis dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Melalui program pemberdayaan, pemuda setempat dapat dilatih untuk mengelola wisata kopi, mulai dari pengolahan produk, pemasaran, hingga penyelenggaraan event wisata berbasis kopi. Inisiatif ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pemuda, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat identitas budaya lokal melalui kopi. Program ini selaras dengan beberapa tujuan dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), di antaranya: SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), meningkatkan peluang kerja bagi pemuda melalui ekonomi kreatif; SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab), mendorong pemanfaatan sumber daya

lokal dan produk ramah lingkungan; SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan), menguatkan kolaborasi antara komunitas, pemerintah, dan sektor swasta dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat.

Tabel 1. Kondisi Taman Wisata Genilangit

No.	Kondisi	Deskripsi
1.	Potensi wisata alam yang besar	Taman Wisata Genilangit memiliki keindahan alam yang luar biasa dengan panorama pegunungan, air terjun, dan keanekaragaman hayati yang menarik, sehingga memiliki potensi besar untuk menarik kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara.
2.	Keterbatasan aksesibilitas	Salah satu situasi yang mempengaruhi Taman Wisata Genilangit adalah keterbatasan aksesibilitas menuju lokasi wisata. Kondisi jalan yang buruk dan kurangnya transportasi umum dapat menjadi hambatan bagi wisatawan yang ingin mengunjungi tempat ini
3.	Keterlibatan masyarakat lokal	Mitra Karang Taruna Giri Putra Bhakti merupakan bagian integral dari pengelolaan dan pengembangan Taman Wisata Genilangit. Keterlibatan aktif masyarakat lokal dapat menjadi kekuatan besar dalam memajukan destinasi wisata ini.
4.	Potensi peningkatan ekonomi lokal	Dengan pengembangan yang tepat, Taman Wisata Genilangit memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal, termasuk melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pengembangan bisnis lokal.

Melalui pemberdayaan Karang Taruna dalam pengelolaan wisata kopi di Taman Wisata Genilangit, program ini tidak hanya meningkatkan potensi pariwisata dan ekonomi lokal, tetapi juga mendukung pencapaian SDGs. Dengan mengedepankan pendekatan berbasis komunitas, inovasi ekonomi kreatif, dan keberlanjutan, inisiatif ini dapat menjadi model pengembangan wisata berbasis kopi yang memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

Seiring meningkatnya kunjungan wisatawan, berbagai kedai kopi bermunculan di sekitar kawasan Genilangit. Beberapa kedai bahkan menawarkan konsep unik seperti kedai dengan pemandangan alam terbuka, menyajikan kopi dengan metode seduh manual seperti V60, *French press*, hingga kopi tubruk khas daerah. Wisatawan tidak hanya dapat menikmati kopi, tetapi juga mengenal proses pembuatannya dari hulu ke hilir. Beberapa tempat menyediakan paket wisata edukasi tentang kopi, mulai dari cara pemotongan, pengolahan biji, hingga penyajian yang khas. Hal ini menambah daya tarik wisata bagi pencinta kopi dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat lokal.

Tujuan pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kemitraan berbasis masyarakat pada Karang Taruna Giri Putra Bhakti di Taman Wisata Genilangit dapat bervariasi, namun umumnya mencakup beberapa aspek penting dalam upaya meningkatkan kontribusi dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan pelestarian lingkungan di objek wisata tersebut. Berikut adalah beberapa tujuan:

1. Meningkatkan Peran dan Keterlibatan Masyarakat: Salah satu tujuan utama adalah meningkatkan peran dan keterlibatan masyarakat, terutama generasi muda yang tergabung dalam Karang Taruna, dalam pembangunan dan pengelolaan Taman Wisata Genilangit. Ini dapat dilakukan dengan memberdayakan mereka untuk mengambil peran aktif dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan yang berkaitan dengan pembangunan dan pelestarian lingkungan.

2. Peningkatan Kualitas Hidup Masyarakat: Melalui kegiatan pemberdayaan, tujuan lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar Taman Wisata Genilangit. Ini mencakup pemberian pelatihan keterampilan, penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, akses yang lebih baik terhadap layanan kesehatan dan pendidikan, serta pemberdayaan ekonomi lokal.
3. Pembentukan Kemitraan yang Berkelanjutan: Tujuan lainnya adalah membangun kemitraan yang berkelanjutan antara Karang Taruna, pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), sektor swasta, dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui kolaborasi yang erat, tujuan ini bertujuan untuk menciptakan sinergi antara berbagai pihak dalam mendukung pembangunan dan pelestarian lingkungan di Taman Wisata Genilangit.
4. Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Kegiatan pemberdayaan ini juga bertujuan untuk meningkatkan ekonomi lokal dengan memperkuat sektor pariwisata dan industri kreatif di sekitar Taman Wisata Genilangit. Ini dapat dicapai dengan memberikan pelatihan keterampilan, pendampingan usaha, pengembangan produk lokal, serta promosi dan pemasaran produk-produk wisata dan kerajinan lokal.
5. Pengelolaan Lingkungan yang Berkelanjutan: tujuan dari kegiatan pemberdayaan ini juga untuk mendukung pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan di Taman Wisata Genilangit. Ini mencakup upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, praktik-praktik ramah lingkungan, pelestarian ekosistem alam, serta pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan.
6. Peningkatan Partisipasi dan Kepemimpinan Generasi Muda: Melalui kegiatan pemberdayaan diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan kepemimpinan generasi muda dalam pembangunan dan pelestarian lingkungan. Ini dapat dicapai dengan memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk terlibat dalam pengambilan keputusan, merencanakan kegiatan, dan memimpin inisiatif-inisiatif yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, diharapkan Karang Taruna Giri Putra Bhakti dan masyarakat sekitar Taman Wisata Genilangit dapat berperan aktif dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan pelestarian lingkungan di objek wisata tersebut, serta meningkatkan kesejahteraan dan keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal. Kontribusi masyarakat dalam mengembangkan desa wisata berbasis potensi lokal merupakan salah satu cara yang relevan khususnya di negara-negara berkembang untuk memutus rantai ketergantungan struktural, meningkatkan daya survive masyarakat serta mengurangi hegemoni dari kalangan elit (Chaudhary dan Lama, 2014; Allcock *et al.*, 1994). Keberhasilan pariwisata yang berbasis masyarakat lokal yang ditandai dengan berkembangnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) akan berdampak positif bagi peningkatan taraf pendidikan dan kesehatan masyarakat (Pfueller *et al.*, 2011).

Bila dilihat dalam perspektif yang lebih luas, selama dua puluh tahun terakhir sektor pariwisata mengekspansi dan menjadi industri dengan pertumbuhan yang tinggi di dunia (Liu dan Chou, 2016). Buktiya adalah pada tahun 1990 sampai dengan tahun 2012 jumlah pengunjung di Asia tumbuh dari 55,8 juta menjadi 233,6 juta (Liu dan Chou, 2016; Shefaratian-Jahromi, 2016). Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia yang memberikan kontribusi 9,5% (US \$7 trillion) untuk global Produk Domestik Bruto (PDB), dan sektor ini

telah diidentifikasi sebagai pendapatan potensial (Ahmad, 2013; Cibinskiene dan Snieskiene, 2015). Sektor pariwisata juga dipandang sebagai kontributor yang signifikan dalam usaha pemerintah mendiversifikasi ketergantungan terhadap ekspor produk primer (gas alam dan minyak bumi). Oleh karena itu banyak perencanaan pemerintah mengarah pada sektor pariwisata (Ife, 1995). Hal ini menjadi pijakan di dalam pengembangan desa wisata berbasis sentra pengolahan kopi sebagai penyokong pendapatan desa yang dikelola oleh Karang Taruna Giri Putra Bhakti di Taman Wisata Genilangit sehingga akan terjadi pertumbuhan ekonomi lokal.

Karang Taruna Giri Putra Bhakti di Taman Wisata Genilangit dipilih sebagai mitra dalam program “Pemberdayaan Karang Taruna dalam Menciptakan Konsep Wisata Kopi di Taman Wisata Genilangit” berdasarkan beberapa pertimbangan strategis yang mencerminkan kapasitas, potensi, serta peran mereka dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Berikut adalah beberapa alasan: Pertama, peran strategis dalam pemberdayaan pemuda dan masyarakat. Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna Giri Putra Bhakti memiliki peran aktif dalam memberdayakan pemuda dan masyarakat sekitar Taman Wisata Genilangit. Kedua, potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Sektor Wisata. Taman Wisata Genilangit merupakan salah satu destinasi unggulan di Kabupaten Magetan yang terus berkembang. Ketiga, koneksi dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lokal. Karang Taruna Giri Putra Bhakti memiliki jaringan yang kuat dengan masyarakat, pemerintah daerah, serta komunitas wisata di sekitar Genilangit. Keempat, kesadaran terhadap pentingnya kearifan lokal dan keberlanjutan. Kelima, kemampuan untuk mengelola dan mengembangkan program berkelanjutan. Keenam, Tim PKM sebelumnya telah melakukan kegiatan-kegiatan di dalam melakukan need assessment untuk pemberdayaan BUMDES di wilayah setempat. Kegiatan tersebut diawali dari kegiatan penelitian dengan luaran buku teks dan Animasi pengembangan desa wisata, kemudian kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN UNS), dimana penyusun menjadi Dosen Pembimbing Lapangan.

Meskipun Karang Taruna Giri Putra Bhakti di Taman Wisata Genilangit memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata kopi berbasis komunitas, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar program pemberdayaan ini berhasil dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam implementasi konsep wisata kopi: (1) kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam industri kopi. Sebagian besar anggota karang taruna belum memiliki keterampilan profesional dalam pengolahan kopi, teknik penyeduhan, maupun manajemen bisnis kopi. Minimnya pemahaman tentang kualitas biji kopi, proses *roasting*, dan teknik penyajian menyebabkan daya saing produk kopi masih rendah. Perlu adanya pelatihan intensif dalam bidang barista, *branding* produk, dan strategi pemasaran digital; (2) keterbatasan modal dan infrastruktur pendukung. Modal usaha yang terbatas menyulitkan karang taruna untuk membangun atau mengembangkan kedai kopi wisata dengan konsep yang menarik. Minimnya fasilitas pendukung seperti peralatan penyeduhan modern, area duduk yang nyaman, serta aksesibilitas lokasi wisata kopi menjadi kendala utama dalam menarik wisatawan. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku kopi berkualitas secara konsisten dari petani lokal; (3) persaingan dengan pelaku usaha kopi yang sudah mapan. Di sekitar magetan, telah berkembang beberapa kafe dan kedai kopi yang lebih berpengalaman dan memiliki pelanggan tetap. Karang taruna perlu menghadirkan keunikan dan diferensiasi konsep wisata kopi agar bisa bersaing, seperti melalui konsep wisata edukasi kopi berbasis

budaya lokal. Diperlukan inovasi dalam penyajian kopi khas Genilangit yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga pengalaman wisata; (4) kurangnya kesadaran akan potensi wisata kopi di Genilangit. Sebagian masyarakat lokal dan anggota karang taruna belum menyadari bahwa wisata kopi bisa menjadi peluang ekonomi yang menjanjikan. Masih rendahnya pemahaman tentang bagaimana wisata kopi dapat meningkatkan daya tarik taman wisata Genilangit. Perlu adanya sosialisasi dan pelatihan mengenai ekonomi kreatif berbasis kopi dan pariwisata berkelanjutan; (5) lemahnya strategi pemasaran dan *branding*. Karang taruna belum memiliki pengalaman dalam branding dan pemasaran digital untuk mempromosikan wisata kopi secara efektif. Kurangnya pemanfaatan media sosial, website, dan platform *e-commerce* untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas. Belum adanya strategi pemasaran berbasis event, seperti festival kopi, kolaborasi dengan *travel blogger*, atau promosi paket wisata kopi.

Permasalahan utama yang dihadapi Karang Taruna Giri Putra Bhakti dalam melakukan usaha ekonomi kreatif adalah pemasaran yang hanya bisa menjangkau di sekitar wilayah dalam satu kecamatan dan kecamatan di dekatnya. Berdasarkan hasil wawancara dan *Focus Grup Discussion* penyusun ketika berkunjung di lokasi, ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Karang Taruna Giri Putra Bhakti dalam melakukan usaha ekonomi kreatif adalah: (1) aspek teknis produksi, masalah mesin pengolahan yang masih sederhana sehingga produksi belum optimal; (2) aspek manajemen. Masalah pemasaran produk yang hanya berkisar di sekitar wilayah kecamatan. Aspek manajemen ini mulai dari kemampuan pelaku usaha di dalam menggunakan media teknologi informasi yang masih terbatas, kemampuan membangun jejaring kemitraan.

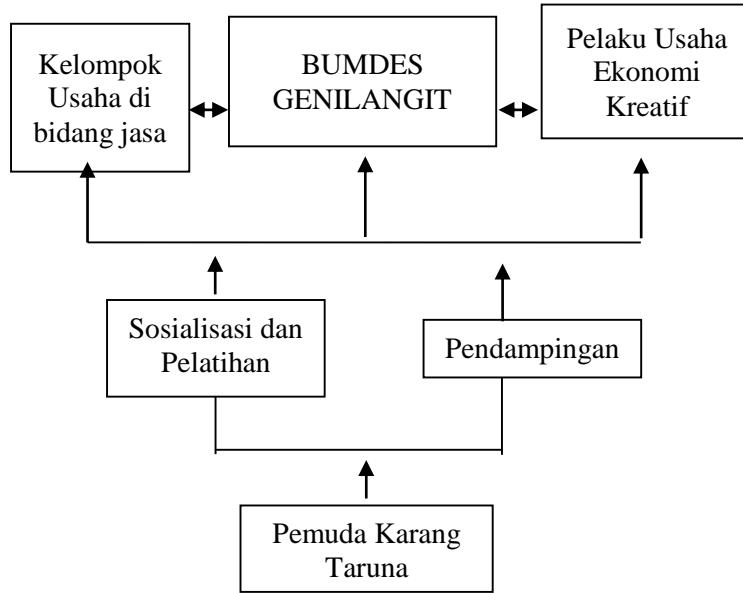
Sebuah program pemberdayaan masyarakat disamping berdasarkan kebutuhan sasaran juga harus mempertimbangkan skala prioritas (mana yang lebih mendesak dan memberikan *multiplier effect* terhadap penguatan ekonomi lokal). Berdasarkan diskusi dengan para anggota Karang Taruna dan wawancara mendalam dengan beberapa tokoh masyarakat, maka prioritas permasalahan yang perlu dicari solusinya adalah sebagai berikut: (1) bagaimana introduksi teknologi tepat guna yang sesuai dengan karakteristik potensi lokal pada Karang Taruna Giri Putra Bhakti sehingga berkembang kelompok usaha ekonomi kreatif di Desa Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan?; (2) bagaimana meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan para generasi muda (Karang Taruna) untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi saat ini di dalam memasarkan ekonomi kreatif dan Taman Wisata Genilangit?

METODE

Dalam rangka melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat pada Karang Taruna Giri Putra Bhakti, maka dilakukan dengan menggabungkan berbagai metode antara lain: sosialisasi dan pelatihan, pendampingan, optimalisasi transfer teknologi tepat guna, serta optimalisasi penggunaan teknologi informasi. Untuk memastikan keberhasilan pemberdayaan Karang Taruna Giri Putra Bhakti, diperlukan metode pelaksanaan yang sistematis dan berkelanjutan. Metode ini mencakup pendekatan partisipatif, berbasis komunitas, pelatihan intensif, pendampingan, serta evaluasi berkala guna mencapai tujuan pemberdayaan secara optimal.

Pendekatan partisipatif, melibatkan anggota Karang Taruna secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan program. Mendorong diskusi dan musyawarah dalam pengambilan keputusan. Berbasis komunitas, memanfaatkan potensi lokal dan kearifan budaya

dalam mengembangkan konsep wisata kopi. Membangun ekosistem usaha yang memberdayakan masyarakat setempat. Pelatihan intensif, *Workshop* dan praktik langsung terkait penyeduhan kopi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Sertifikasi dan mentoring oleh profesional di bidangnya. Pendampingan, bimbingan dari akademisi, praktisi kopi, dan pelaku industri pariwisata. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan pelaku bisnis untuk mendukung keberlanjutan usaha. Evaluasi berkala, monitoring perkembangan usaha dan peningkatan keterampilan anggota Karang Taruna. Survei kepuasan pengunjung serta analisis dampak ekonomi dan sosial dari program.



Gambar 1. Diagram Alir Pemecahan Masalah

Sosialisasi dan Pelatihan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas pemuda Karang Taruna Giri Putra Bhakti, baik pelatihan teknis maupun pelatihan manajemen usaha di Desa Genilangit, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan di dalam pengembangan usaha. Untuk itu, kerangka pemecahan masalah adalah: (1) identifikasi karakteristik dan kebutuhan generasi muda akan informasi bisnis; (2) sosialisasi tentang pentingnya kelembagaan usaha agar bisa membangun kemitraan usaha dengan *stakeholder*; (3) pendampingan kepada para Pemuda Karang Taruna Giri Putra Bhakti dalam mengakses informasi bisnis untuk menuju pengembangan wisata kopi di Taman Wisata Genilangit.

Hal itu dilakukan karena salah satu kendala dalam pengembangan kelompok usaha ekonomi kreatif di pedesaan adalah masih minimnya pengetahuan teknis maupun manajemen di dalam pengembangan usaha. Kemauan para usaha di dalam meningkatkan kapasitas SDM sangat rendah. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkuat mengembangkan wawasan para pelaku usaha agar membangun sebuah kelembagaan usaha yang berbadan hukum agar bisa bermitra dengan perusahaan dengan prinsip saling memperkuat dan mengembangkan.

Selanjutnya, kegiatan pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan teknis terkait bidang usaha. Kegiatan pelatihan ini meliputi kegiatan yang direncanakan sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha. Selanjutnya, berdasarkan diskusi dengan para pelaku pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna Giri Putra Bhakti, maka pelatihan-pelatihan yang diinginkan adalah meliputi: (1) pelatihan *digital marketing* dan

membangun jejaring kemitraan usaha dan (2) introduksi teknologi tepat guna dan pelatihan pengolahan kopi.

Pendampingan

Kegiatan ini dilakukan melalui konsultasi dan pemecahan masalah bersama antara para pelaku usaha dengan penyelenggara kegiatan terkait dengan permasalahan yang dihadapi kaitanya dengan usaha pengolahan kopi. Ada empat cara yang akan dilakukan tim pelaksana kegiatan di dalam melakukan pendampingan: 1) tim pendamping (pelaksana kegiatan) mengunjungi ke lokasi dengan merespon permasalahan yang dihadapi kemudian mencari solusinya; 2) para pemuda Karang Taruna konsultasi datang ke kampus atau dengan melalui social media untuk menyampaikan masalah-masalah dalam pemasaran yang dihadapi, selanjutnya tim pendamping melakukan kajian dan menindaklanjuti ke lapangan; 3) para pemuda Karang Taruna diajak ke perusahaan-perusahaan yang telah sukses, tim pendamping memfasilitasi tempat magang dan melakukan monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan; 4) produk olahan dari pengrajin diikutkan dalam pameran produk yang diselenggarakan baik oleh pemerintah daerah maupun pada acara-acara di perguruan tinggi (seminar nasional, lokakarya nasional, Dies Natalis, expo produk hasil riset LPPM UNS dan acara-acara yang diselenggarakan organisasi mahasiswa di kampus).

Transfer Teknologi Tepat Guna

Kegiatan yang dilakukan dalam rangka pemberdayaan masyarakat ini, melalui Karang Taruna Giri Putra Bhakti sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, ketrampilan serta sikap/perilaku kelompok masyarakat supaya dapat memiliki kemampuan memecahkan permasalahan kegiatan ini mengacu seperti apa yang dikemukakan oleh (Suharto, 2005). Kegiatan-kegiatan itu diantaranya adalah: (1) pelatihan *digital marketing* dan membangun jejaring kemitraan usaha dan (2) introduksi teknologi tepat guna dan pelatihan pengolahan kopi (3) pendampingan usaha dengan meningkatkan motivasi dan pengembangan usaha melalui kemitraan usaha dan rintisan jaringan bisnis penjualan secara *online*; dan (4) monitoring, yang dilaksanakan selama program berlangsung dan berlanjut sampai setelah program berakhir (pasca program), sebagai upaya menjaga keberlanjutan (*sustainability*) program (Hikmat, 2001).

Tabel 2. Kegiatan, Metode dan *Output* yang Dihasilkan

No.	Kegiatan	Metode	Output	Luaran
1.	Pendidikan dan (diklat) tentang teknik pengolahan kopi	latihan teknik Penyuluhan (ceramah) diskusi dan praktek	Karang Taruna Giri Putra Bhakti mampu melakukan usaha ekonomi kreatif untuk mendukung desa wisata	a. Artikel di Jurnal Ilmiah Nasional b. Video
2.	Pendidikan dan latihan (diklat) tentang teknologi informasi khususnya digital marketing	Penyuluhan (ceramah) diskusi dan praktek	Karang Taruna Giri Putra Bhakti dapat menjalankan sistem penjualan secara <i>on line</i>	a. Artikel di prosiding seminar nasional b. Video
3.	Meningkatkan motivasi pengembangan kelembagaan	Pendampingan	Karang Taruna Giri Putra Bhakti berkembang dan semangat mengembangkan usahanya menjadi sentra industry pengolahan kopi.	Video

Metode pemecahan permasalahan di bidang produksi dalam rangka melaksanakan transformasi kelompok Karang Taruna menuju terwujudnya kelompok Karang Taruna yang menjalankan usaha ekonomi kreatif, maka dilakukan dengan menggabungkan berbagai metode sebagai berikut: (1) pengorganisasi kelompok, melalui *Focus Group Discussion* (FGD) tentang berbagai manfaat dan nilai ekonomis produk lokal apabila ada sentuhan teknologi tepat guna dan dikemas menjadi berbagai kemasan yang menarik; (2) pelatihan penggunaan teknologi tepat guna dalam proses produksi; dan (3) kegiatan pelatihan pemasaran. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan para generasi muda sebagai modal awal menuju kelompok usaha ekonomi kreatif.

Metode pemecahan permasalahan di bidang manajemen. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas SDM generasi muda Karang Taruna, baik pelatihan teknis maupun pelatihan manajemen usaha dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif. Untuk itu, kerangka pemecahan masalah adalah: (1) sosialisasi dan pelatihan dalam membangun kemitraan usaha dengan stakeholder dalam pengembangan ekonomi kreatif; (2) pendampingan kepada Karang Taruna dalam mengakses informasi bisnis untuk pengembangan Taman Wisata Genilangit.

Hal itu dilakukan karena salah satu kendala dalam pengembangan ekonomi kreatif di pedesaan adalah masih minimnya pengetahuan teknis maupun manajemen di dalam pengembangan usaha. Kemauan para pengrajin olahan kopi di dalam meningkatkan kapasitas SDM sangat rendah. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memperkuat mengembangkan wawasan para Karang Taruna agar membangun sebuah kelembagaan usaha yang berbadan hukum agar bisa bermitra dengan perusahaan dengan prinsip saling memperkuat dan mengembangkan. Selanjutnya, kegiatan pelatihan ini dimaksudkan untuk memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan teknis terkait bidang usaha. Kegiatan pelatihan ini meliputi kegiatan yang direncanakan sesuai dengan kebutuhan para pemuda Karang Taruna. Selanjutnya, berdasarkan diskusi dengan para pemuda yang tergabung dalam Karang Taruna Giri Putra Bhakti, maka pelatihan-pelatihan yang diinginkan adalah pelatihan manajemen usaha.

Program Kemitraan Masyarakat ini difokuskan pada entitas pemberdayaan masyarakat sebagaimana yang dikemukakan oleh Sumaryadi (2005); Wibowo et al. (2020) yang meliputi empat unsur utama pemberdayaan masyarakat yang saling mengait satu dengan lainnya. Pertama, pemberdayaan itu terfokus pada kinerja (*performance focus*). Masyarakat ingin melakukan pekerjaan yang baik. Kedua, kinerja yang baik berasal dari tim yang baik. Dalam masyarakat yang diberdayakan, tim kerja menunjukkan keterlibatan dan dukungan masyarakat dalam suatu proses kegiatan. Ketiga, pemberdayaan membutuhkan *visible leadership*. Memberdayakan masyarakat membutuhkan seorang pemimpin yang mempunyai visi. Keempat, pemberdayaan membutuhkan komunikasi yang baik (*good communication*).

Selanjutnya di dalam proses pemberdayaan, ada empat kunci yang diacu dalam rekonstruksi masyarakat yakni: akses informasi, partisipasi, akuntabilitas dan kapasitas keorganisasian local. Namun yang lebih penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah proses, terutama partisipasi dan pembelajaran. Partisipasi, proses pemberdayaan merujuk ada bentuk pasrtisipasi yang paling intens, berupa *shared control* (berbagi kewenangan). Pembelajaran, pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses pembelajaran sosial yang berkesinambungan Selain proses saling memahami dan saling belajar antar *stakeholders*, dalam proses pemberdayaan masyarakat mereka perlu secara bersama-sama mencari solusi

pemecahan masalah dengan mengedepankan pendekatan PLA (*Participatory Learning and Action*) daripada *blue print approach* (Anwar dan Haryadi, 2004; Pretty *et al.*, 1995; Bozalek dan Biersteker, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pengolahan Kopi untuk Menunjang Taman Wisata Genilangit

Taman Wisata Genilangit yang terletak di Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan yang menyuguhkan pemandangan pegunungan, taman bunga, dan berbagai wahana edukatif. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan setiap tahun, muncul kebutuhan untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal yang berkelanjutan. Salah satu potensi tersebut adalah produk olahan kopi khas daerah, mengingat wilayah sekitar Genilangit memiliki lahan yang cocok untuk budidaya kopi arabika dan robusta.

Namun, pengelolaan pasca panen dan keterampilan dalam pengolahan kopi masih terbatas. Oleh karena itu, pelatihan pengolahan kopi diselenggarakan sebagai bagian dari upaya pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, sekaligus mendukung keberlanjutan dan daya tarik Taman Wisata Genilangit.

Tujuan pelatihan: (1) meningkatkan kapasitas masyarakat dalam hal keterampilan pengolahan kopi dari hulu ke hilir; (2) mendorong terbentuknya produk olahan kopi khas Genilangit sebagai oleh-oleh unggulan wisata; (3) mengintegrasikan produk lokal dengan sektor pariwisata secara berkelanjutan; (4) memberdayakan masyarakat sekitar wisata agar berperan aktif dalam pengembangan ekonomi lokal. Peserta kegiatan adalah Karang Taruna dan komunitas pemuda desa, Perwakilan Pengelola Wisata dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).

Pelatihan dilaksanakan secara partisipatif dan aplikatif, dengan metode: 1) diskusi interaktif: memberikan pemahaman teoretis secara dialogis. 2) Praktik langsung (*hands-on*): peserta dilatih menggunakan alat-alat pengolahan kopi secara langsung. 3) Tindak lanjut, sebagai tindak lanjut dari pelatihan: dilakukan pendampingan intensif selama 3 bulan oleh tim fasilitator, dibentuk kelompok usaha bersama (KUB) pengolahan kopi Genilangit, disusun rencana promosi bersama dengan pengelola wisata dan pemerintah desa, diupayakan kemitraan dengan kafe lokal dan *e-commerce* untuk distribusi produk.

Pelatihan Digital Marketing dalam Pengembangan Taman Wisata Genilangit

Pelatihan *digital marketing* dalam pengembangan taman wisata Genilangit merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan daya saing dan promosi destinasi wisata berbasis potensi lokal. Genilangit, sebagai salah satu taman wisata unggulan di Kabupaten Magetan, memiliki kekayaan alam, budaya, dan kreativitas masyarakat yang sangat potensial untuk dikembangkan melalui pendekatan digital. Oleh karena itu, pelatihan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada pelaku wisata, pengelola desa wisata, UMKM sekitar, dan pemuda lokal agar mampu memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran, promosi, dan pengelolaan destinasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam perilaku wisatawan. Saat ini, banyak wisatawan yang mencari informasi melalui media digital sebelum memutuskan destinasi wisata. Hal ini menjadikan digital marketing sebagai instrumen utama dalam mendukung promosi destinasi wisata seperti Taman Wisata Genilangit.

Selain itu, penggunaan teknologi digital dapat membantu pelaku pariwisata dan UMKM lokal dalam memasarkan produk dan jasa mereka secara lebih luas dan efisien. Genilangit memiliki potensi besar untuk dikenal secara nasional bahkan internasional apabila pengelola dan masyarakatnya memiliki literasi digital yang baik dan terampil dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi.

Pelatihan ini memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia di kawasan wisata Genilangit dalam hal pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan pariwisata dan ekonomi lokal. Secara rinci, tujuan pelatihan ini mencakup: (1) memberikan pemahaman tentang konsep dan strategi digital marketing; (2) melatih penggunaan media sosial, website, dan *e-commerce* dalam promosi wisata dan produk lokal; (3) meningkatkan keterampilan fotografi dan videografi untuk kebutuhan konten digital; (4) menumbuhkan kesadaran pentingnya branding digital bagi destinasi wisata dan UMKM sekitar; (5) mendorong kolaborasi antar pelaku wisata, pemuda, dan pemerintah desa dalam mengelola informasi dan promosi digital. Materi pelatihan dirancang secara komprehensif dan praktis, meliputi: (1) pengenalan digital marketing dan perkembangannya di sektor pariwisata; (2) strategi *branding* dan *storytelling* untuk destinasi wisata; (3) pemanfaatan media sosial (*Instagram*, *Facebook*, *Tiktok*) untuk promosi wisata; (4) teknik dasar fotografi dan videografi dengan *smartphone*; (5) pembuatan konten kreatif dan penjadwalan posting; (6) pengenalan marketplace dan platform *e-commerce* untuk produk UMKM.

Beberapa tantangan dalam pelatihan ini antara lain keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital sebagian peserta, serta keterbatasan perangkat. Untuk mengatasi hal tersebut, pelatihan dilengkapi dengan modul *offline*, pendampingan berkelanjutan, dan penyediaan akses perangkat bersama di balai desa. Selain itu, pendekatan inovatif seperti *peer learning* dan pemanfaatan relawan digital turut memperkuat proses transfer pengetahuan.

Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun ekosistem digital berbasis komunitas. Dalam jangka panjang, digital marketing akan menjadi pilar penting dalam pengembangan wisata berkelanjutan. Pelatihan ini akan membuka peluang kerja baru bagi pemuda, mendorong pertumbuhan ekonomi desa, serta memperkuat identitas lokal Genilangit sebagai destinasi kreatif dan inovatif. Selain itu, desa-desa sekitar pun dapat mereplikasi model ini dalam pengembangan wisata dan pemasaran produk lokal masing-masing.

Tindak lanjut dari pelatihan *digital marketing* diantaranya yaitu pembentukan tim pengelolaan *digital marketing* Taman Wisata Genilangit, pengoptimalan akun media sosial Taman Wisata Genilangit, pelatihan lanjutan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan promosi Taman Wisata Genilangit, kolaborasi dan kerja sama dengan berbagai pihak untuk mempromosikan Taman Wisata Genilangit, serta melakukan monitoring dan evaluasi.

Pelatihan Strategi Membangun Jejaring Kemitraan Usaha dalam Pengembangan Taman Wisata Genilangit

Taman Wisata Genilangit di Kabupaten Magetan merupakan destinasi wisata alam yang berkembang dengan memanfaatkan keindahan panorama pegunungan dan hutan pinus. Seiring meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, diperlukan strategi pengelolaan yang tidak hanya berbasis potensi sumber daya alam, tetapi juga berorientasi pada penguatan jejaring kemitraan usaha untuk mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat sekitar.

Pembangunan jejaring kemitraan usaha menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*), karena mampu membuka akses terhadap sumber daya, pendanaan, promosi, dan inovasi usaha. Namun demikian, masyarakat lokal dan pengelola wisata masih menghadapi tantangan dalam hal pemahaman strategi membangun kemitraan yang efektif, mengelola hubungan lintas sektor, serta menjaga keberlanjutan kolaborasi bisnis. Oleh karena itu, diselenggarakan pelatihan dengan fokus pada Strategi Membangun Jejaring Kemitraan Usaha untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam mengembangkan Taman Wisata Genilangit secara inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Pelatihan ini bertujuan untuk: (1) memberikan pemahaman kepada peserta tentang pentingnya jejaring kemitraan dalam pengembangan wisata lokal; (2) meningkatkan kemampuan masyarakat dan pelaku usaha dalam membangun kemitraan strategis dengan *stakeholder* (pemerintah, swasta, LSM, perguruan tinggi, dan komunitas); (3) menyusun peta aktor dan potensi jejaring kemitraan yang dapat dikembangkan untuk taman wisata Genilangit; (4) merancang rencana aksi kolaboratif berbasis potensi lokal dan strategi bisnis partisipatif.

Materi pelatihan, meliputi: konsep dasar jejaring dan kemitraan usaha, pengertian jejaring usaha, manfaat dan tantangan dalam kemitraan, contoh kemitraan sukses di sektor pariwisata, pemetaan aktor dan peluang kemitraan di Genilangit, *stakeholder mapping*, identifikasi potensi dan peran masing-masing aktor, strategi komunikasi dan negosiasi kemitraan, teknik membangun hubungan kepercayaan, etika komunikasi bisnis dan sosial, kolaborasi inklusif dan model sinergi multisektor.

Hasil dari pelatihan ini meliputi: (1) terbentuknya pemahaman kolektif mengenai arti penting jejaring kemitraan dalam pengembangan wisata Genilangit; (2) teridentifikasinya berbagai potensi aktor dan bentuk dukungan yang bisa dikolaborasikan; (3) tersusunnya rencana aksi kemitraan, seperti: kerja sama antara UMKM lokal dengan pengelola wisata dalam penyediaan produk oleh-oleh, kolaborasi promosi digital antara pemuda karang taruna dan Dinas Pariwisata, kemitraan penyedia jasa transportasi lokal dengan pengelola wisata; adanya komitmen awal dari peserta untuk membentuk Forum Kemitraan Genilangit.

Pelatihan ini memiliki dampak strategis sebagai berikut: (1) penguatan kelembagaan wisata lokal: adanya sinergi antara pelaku usaha, pemerintah desa, dan komunitas membuat pengelolaan wisata lebih terorganisir dan berkelanjutan; (2) peningkatan ekonomi lokal: melalui jejaring kemitraan, pelaku UMKM mendapat akses pasar yang lebih luas dan stabil; (3) peningkatan kualitas layanan wisata: kolaborasi antar pelaku menciptakan inovasi layanan dan meningkatkan daya saing destinasi; (4) model percontohan pengembangan wisata partisipatif: Genilangit menjadi contoh penerapan strategi kemitraan multisektor untuk pengembangan pariwisata di wilayah pedesaan. Tindak lanjut dari pelatihan strategi membangun jejaring kemitraan usaha dalam mengembangkan Taman Wisata Genilangit diantaranya yaitu pembentukan tim kemitraan yang mengelola hubungan kerja sama dengan berbagai pihak, pemetaan calon mitra kerja sama yang potensial, penyusunan proposal kerja sama dan pembuatan profil Taman Wisata Genilangit serta melakukan kunjungan kerja sama ke berbagai pihak untuk menjalin kolaborasi dalam upaya memajukan Taman Wisata Genilangit.

Tabel 3. Indikator Keberhasilan Pelaksanaan Pelatihan

No.	Jenis Pelatihan	Indikator Keberhasilan	Capaian Keberhasilan
1.	Pelatihan pengolahan kopi	Jumlah peserta pelatihan	Sebanyak 28 peserta mengikuti kegiatan pelatihan terdiri dari perwakilan Karang Taruna, komunitas pemuda desa, Pokdarwis.
		Keterampilan peserta	Peserta mampu melakukan pengolahan dengan metode grinding, roasting dan estraksi kopi dengan standar kualitas rasa yang lebih baik.
		Varian menu kopi	Sudah ada beberapa varian menu kopi yang dikuasai antara lain: Espresso, Americano, Cappuccino, Coffee Latte, Moka.
		Kualitas produk	Produk kopi mulai dikenal para wisatawan dengan cita rasa yang khas Genilangit.
2.	Pelatihan <i>digital marketing</i>	Jumlah peserta pelatihan	Sebanyak 35 peserta mengikuti kegiatan pelatihan terdiri dari pelaku wisata, pengelola desa wisata, UMKM sekitar, dan pemuda lokal.
		Keterampilan peserta	<ul style="list-style-type: none"> a. Peserta mampu membuat konten promosi seperti foto, video yang diunggah di media sosial Instagram (@tamanwisatagenilangit). b. Peningkatan kreativitas peserta dengan konten yang dihasilkan lebih menarik, interaktif dan mengikuti tren media sosial yang ada sekarang.
3.	Pelatihan strategi membangun jejaring kemitraan	Jumlah peserta pelatihan	Sebanyak 25 peserta mengikuti kegiatan pelatihan.
		Kemampuan peserta pelatihan	Meningkatnya kemampuan peserta dalam melakukan negosiasi dan komunikasi bisnis untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak.
		Kolaborasi	Banyak dukungan dari berbagai pihak dalam pengembangan Taman Wisata Genilangit baik dari pemerintah, masyarakat, LSM maupun swasta.

KESIMPULAN

Peningkatan kapasitas Karang Taruna di Taman Wisata Genilangit, Magetan menjadi kunci dalam mendorong pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Melalui pelatihan keterampilan pengolahan kopi, *digital marketing*, strategi pengembangan jejaring kemitraan mampu menghadirkan inovasi produk yang mampu mengangkat Taman Wisata Genilangit sehingga kopi menjadi salah satu produk unggulan. Kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan berhasil melatih lebih dari 25 orang peserta yang sudah memiliki keterampilan dalam pengolahan varian menu kopi, melakukan *digital marketing* dengan beberapa akun media sosial dan keterampilan melakukan negosiasi dan komunikasi bisnis untuk memperluas jejaring kemitraan. Adanya Instagram menjadi media sosial yang mampu mempromosikan Taman Wisata Genilangit sehingga menaikkan jumlah kunjungan wisatawan. Upaya ini tidak hanya memperkuat peran pemuda sebagai motor penggerak pembangunan lokal, tetapi juga menjaga identitas budaya, mendukung pariwisata berkelanjutan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi daerah secara inklusif.

REFERENSI

- Ahmad, A. (2013). The Constraints of Tourism Development for a Cultural Heritage Destination: The Case of Kampong Ayer (Water Village) in Brunei Darussalam. *Tourism Management Perspectives*, 8, 106-113.
- Allcock, A., Jones, B., Lane, S., dan Grant, J. (1994). *National Ecotourism Strategy*. Commonwealth Department of Tourism. Australian Goverment Publishing.

- Anwar, W., dan Haryadi. (2004). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Penanggulangan Kemiskinan*. TKP3 KPK. Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat. Jakarta.
- Bozalek, V., dan Biersteker, L. (2010). Exploring Power and Privilege Using Participatory Learning and Action Techniques. *Social Work Education*, 29(5), 551-572.
- Chaudhary, M., dan Lama, R. (2014). Community Based Tourism Development in Sikkim of India-A Study of Darap and Pastanga Villages. *Transnational Corporations Review*, 6(3), 228-237.
- Cibinskiene, A., dan G. Snieskiene (2015). Evaluation of City Tourism Competitiveness. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 105-110.
- Hikmat, H. (2001). *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Ife, J. (1995). *Community Development: Creating Community Alternatives-Vision, Analysis and Practice*. Melbourne: Longman.
- Liu, C.-H. S., dan S.-F. Chou. (2016). Tourism Strategy Development and Facilitation of Integrative Processes among Brand Equity, Marketing and Motivation. *Tourism Management*, 54, 298-308.
- Pfueller, S. L., Lee, D., dan Laing, J. (2011). Tourism Partnerships in Protected Areas: Exploring Contributions to Sustainability. *Environmental Management*, 48(4), 734-749.
- Pretty, J. N., Guijt, I., Thompson, J., dan Scoones, I. (1995). *Participatory Learning and Action: A trainer's guide*.
- Sherafatian-Jahromi, R. E. Z. A. (2016). *Economic, Environmental and Social Externalities of Tourism in Southeast Asia*.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat-Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sumaryadi, I. N. (2005). *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Citra Utama.
- Wibowo, A., Lestari, E., dan Rusdiana, E. (2020). Desiminasi Inovasi dan Pengembangan Jejaring Kemitraan pada Kelompok Usaha Kripik Talas untuk Membangun Desa Wisata (Desa Tambakmerang Kecamatan Girimarto Kabupaten Wonogiri). In *Unri Conference Series: Community Engagement*, 2, 255-264.