

PELATIHAN TATA KELOLA BISNIS DAN PEMASARAN BAGI LEMBAGA DESA WISATA DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI WISATA

Supriono^{1*}, Joni Hendra², Andy Kurniawan³, I Gede Eko Sri Sentanu⁴,
Romy Hermawant⁵, Edy Yulianto⁶, Ahmad Husaini⁷

^{1,2}Universitas Negeri Malang, Jln. Semarang 5 Malang

²Universitas Panca Marga, Jln. Yos Sudarso 107 Probolinggo

^{3,4,5,6,7}Universitas Brawijaya, Jln. Veteran Malang

Abstrak: Pariwisata sering menemui kendala dalam proses penyelenggaraan bisnisnya. Penyebabnya adalah kegiatan pariwisata sering tidak melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan. Walaupun ada yang melibatkan masyarakat lokal, terkadang masyarakat tersebut tidak mampu menjalankan kegiatan bisnis pariwisata karena kurang pemahaman tentang bisnis pariwisata. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata terkait dengan proses pemasaran (promosi) pariwisata. Kegiatan dilaksanakan bulan Juni–Oktober 2022 dengan metode pelaksanaan secara pendampingan secara langsung (*luring*) maupun jarak jauh (*daring*). Jumlah peserta sekitar 40 orang dengan tingkat pendidikan yang heterogen. Oleh karenanya penyampaian materi menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh semua tingkat pendidikan. Evaluasi tidak menggunakan pre-test & post-test berupa kuesioner, tetapi menggunakan cara lisan dalam penyampaian oleh peserta di akhir pelatihan. Hasil dari pelatihan, mayoritas peserta mengerti dan memahami materi pelatihan dan mampu menerapkan materi tersebut di kemudian hari.

Kata kunci: pelatihan, promosi, dan pengelolaan desa wisata

PENDAHULUAN

Kritik yang selama ini terjadi adalah, tatkala pengelolaan destinasi wisata yang tidak melibatkan masyarakat sama sekali (Lekaota, 2015). Dengan demikian dapat disebut bahwa kegiatan pariwisata yang ada tidak mampu mengatasi persoalan masyarakat, yaitu pemberdayaan masyarakat. Padahal, harapan yang selama ini ada adalah bahwa pariwisata mampu menjadi alternatif mengatasi persoalan-persoalan yang ada di masyarakat, khususnya bidang ekonomi dan sosial (Nakonechnykh *et al.*, 2021). Lebih jauh, intinya adalah masyarakat mampu sejahtera

dengan keberadaan pariwisata tersebut. Konsep pariwisata yang mengedepankan masyarakat sebagai ujung tombak dalam partisipasinya adalah *community based tourism*/CBT (pariwisata berbasis masyarakat) (Allo dkk., 2018). Konsep ini dijalankan tentunya dengan tetap memperhatikan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan ini lebih banyak inisiatif dari masyarakat (*bottom up*) dibandingkan dari pemerintah ke masyarakat (*top-down*) (Kapsalis, 2022). Beberapa ahli menilai konsep ini dianggap berhasil dalam rangka memberikan manfaat dan keadilan masyarakat melalui pariwisata.

*Corresponding Author.

e-mail: supriono.2204139@students.um.ac.id

Awalnya, pariwisata tidak pernah memperhatikan keberadaan kepentingan masyarakat lokal (Wang & Yotsumoto, 2019) (Sari, dkk., 2021). Asalkan mendapatkan keuntungan, dan masih banyak peminat, maka pariwisata dianggap tetap berjalan. Tidak peduli bahwa lingkungan akan rusak, keseimbangan keterlibatan antara masyarakat lokal dengan pendatang diabaikan. Hasilnya, muncul kecemburuan yang berakibat sering terjadinya konflik di tempat pariwisata (Erwandi, dkk., 2022) yang biasanya di luar kendali dari pengelola pariwisata, seperti masyarakat lokal mengadakan parkir liar, berjualan tidak sesuai rencana pengelola, dan sebagainya. Seharusnya hubungan antara pengelola dengan masyarakat diperhatikan (Musavengane & Klopers, 2020) (Suryani, dkk., 2021).

Kondisi tersebut pernah juga terjadi pada pengelolaan Air Terjun Singokromo, Desa Ngliman, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Nganjuk. Pengelolaan Air Terjun Singokromo dilaksanakan oleh Perusahaan Umum Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Nganjuk. Oleh KPH Nganjuk, destinasi wisata ini dijadikan objek wisata *mass tourism*. Awalnya dalam pengelolaannya tidak pernah melibatkan masyarakat sama sekali. Kalaupun ada hanya sebagai pekerja kasar.

Seiring dengan berjalannya waktu, Perhutani mulai berpikir bahwa *mass tourism* akan berdampak negatif, antara lain pengadaan fasilitas yang memungkinkan terjadi kerusakan lingkungan, dan terjadi perbedaan pendapat terkait kepentingan air terjun untuk menjaga kelestarian dan potensi mendapatkan pemasukan finansial. Dan awalnya masyarakat lokal menolak adanya pengembangan air terjun Singokromo dijadikan sebagai objek wisata massal.

Dengan pendekatan pengelola pariwisata secara persuasif masyarakat Desa Wisata Ngliman pada akhirnya sepakat bahwa kegiatan pariwisata merupakan hal yang positif dan memung-

kinkan memberikan pengaruh secara ekonomi dan sosial asalkan dikerjakan dengan profesional. Oleh karenanya, beberapa waktu terakhir masyarakat sadar dan mulai terbuka apabila desanya menjadi sasaran kunjungan wisatawan. Bahkan ingin agar desanya dikenal oleh khalayak luas. Permasalahan baru akhirnya timbul karena awalnya mereka menolak terhadap kegiatan pariwisata, kondisi saat ini mereka masih awam, dan masyarakat belum mengerti sama sekali tentang konsep menjalankan bisnis pariwisata secara profesional, terutama di bidang pemasaran.

Tujuan dari kegiatan pemasaran sendiri adalah untuk memperkenalkan suatu objek (produk maupun jasa) agar lebih dikenal oleh masyarakat luas (Deepak & Jeyakumar, 2019). Kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan kegiatan promosi (Bara *et al.*, 2021). Dengan adanya promosi yang menarik ini, biasanya keputusan berkunjung seseorang akan terjadi (Stone & Nyaupane, 2018).

Salah satu permasalahan sektor pariwisata Indonesia adalah kurangnya publikasi atau promosi yang baik dan efektif (Nugroho, 2020), baik ke mancanegara maupun nusantara. Hal ini juga terjadi di Lembaga Desa Wisata Ngliman. Keterkaitan dengan kemampuan SDM yang belum memiliki pengetahuan dan tata cara promosi, menjadikan Desa Wisata Ngliman belum dikenal oleh masyarakat luas. Apabila mengharapkan promosi dari pemerintah kondisinya belum begitu memadai mengingat anggaran pemerintah untuk promosi wisata daerah kurang begitu maksimal (Jin & Huang, 2019) (Arintoko *et al.*, 2019). Negara Indonesia belum menganggarkan secara maksimal terkait kegiatan pemasaran pariwisata (Sudapet *et al.*, 2021).

Kondisi demikian sangat kontradiksi dengan negara-negara di Asia Tenggara. negara-negara Asia Tenggara seperti Thailand, Singapura, dan Malaysia menganggap bahwa promosi adalah

kegiatan yang tidak bisa diremehkan. Mereka bersedia mengeluarkan biaya tanpa batas demi mempromosikan kegiatan pariwisata di negaranya asalkan mampu mengungkit kepariwisataan di negaranya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pada pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan mengadakan pelatihan promosi wisata melalui *branding*, *advertising*, dan *selling* atau yang lebih dikenal dengan BAS pada masyarakat Lembaga Desa Wisata Ngliman. Tujuannya adalah agar lembaga desa wisata mampu menciptakan kegiatan promosi yang efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya yang ada. Harapan akhirnya, semakin banyak konsumen (wisatawan) berkunjung ke Desa Ngliman.

METODE PELAKSANAAN

Mengacu pada tujuan pengabdian kepada masyarakat ini dan agar tujuan tercapai secara efektif, maka kegiatan yang dilaksanakan ini menggunakan dua metode sebagai berikut.

1. Ceramah: dengan cara memberi penjelasan arti penting pemasaran, strategi promosi, bentuk aksi apa saja dari strategi promosi agar apa yang diharapkan dapat terwujud. Ceramah yang dilakukan disertai dengan menyajikan materi dengan power point yang menarik agar peserta antusias memperhatikan.
2. Diskusi: agar materi yang disampaikan tersebut dapat diketahui apakah sudah dipahami oleh para peserta, maka di samping ceramah juga diberi kesempatan untuk diskusi. Tanya jawab tentang strategi promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dimulai pada bulan Juni sampai

dengan Oktober 2022 berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target dan sasaran yang diinginkan. Selama pelaksanaannya tidak selalu hadir secara fisik, tetapi didampingi dengan model konsultasi jarak jauh, terutama pada bidang pemasaran online. Masyarakat Desa Ngliman, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Nganjuk sangat tertarik dan intens dalam mengikuti program pengabdian kepada masyarakat ini. Hal ini terbukti dengan banyaknya peserta yang hadir (sekitar 40 orang masyarakat dan perangkat desa) dan mengikuti seluruh rangkaian acara yang telah dijadwalkan.

Hal tersebut merupakan pengabdian tahun ke-2 yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (TPMK). Untuk melengkapi pendampingan Desa Wisata Ngliman dalam menjalankan kegiatan kepariwisataan di desanya. Oleh karenanya dalam materi tahun ini TPMK menyampaikan materi tentang *branding* (identitas desa/merek), *advertising* (iklan/promosi), dan *selling* (penjualan).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai dengan kegiatan sebagai berikut.

Survei

Kegiatan survei dimaksudkan untuk memperoleh gambaran umum permasalahan yang dihadapi oleh desa wisata yang nantinya ditarik kesimpulan permasalahan umum maupun permasalahan khusus yang terjadi di masyarakat desa wisata. Dari kesimpulan permasalahan tersebut dapat dirumuskan solusi alternatif yang memungkinkan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi. Survei oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (TPKM) dilakukan dengan cara wawancara langsung secara acak kepada beberapa masyarakat desa wisata yang diasumsikan mewakili masyarakat lain. Selain masyarakat desa wisata, wawancara juga dilakukan kepada perangkat

desa dan lembaga kepemudaan yang nantinya dapat menangani kepariwisataan di Desa Ngliman.

Penarikan Kesimpulan Permasalahan yang Dihadapi

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh TPKM dapat disimpulkan permasalahan yang dihadapi desa wisata sebagai berikut.

1. Belum paham potensi produk wisata untuk dipromosikan ke masyarakat luas.

Potensi wisata yang ada di Desa Ngliman sebenarnya banyak sekali, karena selama ini Desa Ngliman dianggap sebagai desa adat. Sehingga banyak potensi wisata yang bersifat budaya-heritage yang dapat dikembangkan di desa ini. Hanya saja selama ini yang menjadi andalan potensi wisata adalah Destinasi Wisata mata air “Air Terjun Singokromo” dan merupakan satu-satunya yang menjadi andalan.

Hanya saja Air Terjun Singokromo sebagai destinasi wisata masih menjadi pro dan kontra di masyarakat. Sebagian masyarakat memandang bahwa tidak masalah Air Terjun Singokromo sebagai objek wisata yang didatangi oleh para wisatawan dari luar Desa Ngliman. Agar mereka juga mendapatkan manfaat dari kedatangan wisatawan tersebut ke desanya, terutama bidang ekonomi.

Namun, sebagian warga menyatakan kurang setuju jika Air Terjun Singokromo dijadikan objek wisata. Alasan mereka lebih karena kekhawatiran akan dampak dari kunjungan wisatawan tersebut berakibat pada rusaknya lingkungan dan kelestarian Air Terjun Singokromo itu sendiri. Dikhawatirkan air Air Terjun Singokromo akan terkontaminasi dengan limbah akibat dari wisatawan berinteraksi dengan air Air Terjun Singokromo. Misal

saat mandi menggunakan sabun dan shampo, mereka berdekatan dengan pusat sumber. Selain itu, limbah yang lain berupa bungkus plastik dari makanan dan minuman dari wisatawan akan mengotori lingkungan, baik di sekitar pusat sumber maupun lingkungan desa.

Kekhawatiran tersebut sangat beralasan karena mayoritas masyarakat menggantungkan keberlangsungan hidupnya pada mata air Air Terjun Singokromo. Selama ini Air Terjun Singokromo merupakan satu-satunya sumber yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan air untuk hidup sehari-hari. Bahkan Air Terjun Singokromo juga digunakan untuk mengairi tanaman di kebun dan sawah masyarakat Desa Ngliman. Jadi, jika keberadaan sumber air tersebut terganggu, secara otomatis keberlangsungan hidup masyarakat akan terancam.

2. Masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya pemasaran dalam kegiatan pariwisata.

Selama ini masyarakat hanya bersifat menunggu. Masyarakat tidak ada inisiatif dalam melakukan kegiatan pemasaran desa wisata yang dikelolanya. Mereka hanya menunggu wisatawan datang dan melayani ticketing dan parkir, serta menyediakan tempat untuk makan-minum dan toilet. Itu pun hanya pada sekitaran destinasi wisata Air Terjun Singokromo. Kondisi tersebut dapat dimaklumi karena memang masyarakat belum begitu mengenal pada pengetahuan tentang pengelolaan pariwisata. Bahwa kegiatan pariwisata harus melakukan kegiatan pengelolaan dan pengembangan destinasi dari destinasi wisata utama, pengelolaan promosi, pengelolaan wisatawan, pengelolaan keuangan, dan sebagainya belum pernah didapatkan oleh masyarakat Desa Ngliman.

Penyampaian Materi

Penyampaian materi dilakukan dengan mengumpulkan para anggota kelompok sadar wisata Desa Ngliman di balai desa. Materi yang telah disusun berisi tentang pengetahuan terkait proses menjalankan bisnis dan melakukan kegiatan pemasaran bidang promosi. Materi disusun dengan bahasa yang mudah untuk dipahami ke dalam bentuk power poin dan makalah yang dibagikan kepada seluruh peserta. Bahasan lisan yang digunakan oleh pemateri pun dalam bentuk yang sama. Hal ini karena tingkat pendidikan peserta sangat bervariasi, mulai dari tidak lulus SD sampai jenjang sekolah menengah atas. Agar suasana menjadi hidup, sesekali pemateri memberikan kesempatan peserta untuk menyampaikan pengalaman dan ide mereka.

Evaluasi Penyelenggaraan

Evaluasi bertujuan untuk melakukan identifikasi agar materi yang disampaikan atau tujuan dari PKM ini tercapai sesuai dengan harapan. Dalam kegiatan ini evaluasi yang dilakukan tidak menggunakan sistem pre-test dan post-test dengan alasan tingkat pendidikan beraneka ragam. Fokus evaluasi dilaksanakan dengan memberikan kesempatan kepada para peserta untuk menceritakan kembali apa yang telah didapat dari materi tersebut. Dari sekitar 40 peserta ada sekitar lima peserta yang mewakili. Hasilnya, rata-rata mereka paham dengan semua materi yang telah diberikan. Dengan demikian, PKM ini dinilai berhasil dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih atas kerjasama dan jalinan silaturahmi yang telah dilakukan. Semoga proses diskusi yang telah dilakukan dapat memberikan

manfaat dan mampu menjadi pemicu menata pemasaran destinasi wisata lebih baik ke depan. Tidak lupa tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada Tim Badan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya (BPPM FIA UB) atas segala dukungan material dan imaterial sehingga proses pengabdian kepada masyarakat ini berjalan lancar dan sukses tanpa ada hambatan apa pun.

KESIMPULAN

Pemberian pelatihan tentang pemasaran desa wisata bagi masyarakat Desa Wisata Ngliman sangat penting bagi para peserta. Hal ini tecermin dari respons positif dalam mengikuti pelatihan mulai proses awal sampai dengan akhir untuk mendapatkan tambahan pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan persiapan mewujudkan masyarakat desa wisata di desanya yang dapat menarik para wisatawan.

Desa Ngliman memiliki potensi wisata yang sangat besar untuk dapat dikembangkan secara maksimal sehingga sangat tepat jika Desa Ngliman menjadi desa wisata. Dengan modal kegiatan masyarakat untuk mewujudkan desa wisata, diharapkan sapta pesona wisata dapat dihayati, dimengerti, diterapkan dalam perikehidupan sehari-hari. Produk-produk pariwisata dapat berkembang sejalan dengan berkembangnya tingkat kesadaran masyarakat desa tentang kepariwisataan. Ditambah lagi dengan pemasaran desa wisata yang terintegrasi akan membuat Desa Wisata Ngliman menjadi desa mandiri dan madani sesuai dengan yang dicita-citakan.

DAFTAR RUJUKAN

Allo, G. D. M., Kabanga, T., Situru, S. R., & Dewi, R. (2018). Pariwisata Berbasis Ma-

- syarakat (Community Based Tourism) di Kabupaten Tana Toraja. *Prosiding Seminar Nasional Kepariwisata Berbasis Riset dan Teknologi*. Tana Toraja 6–7 September 2018.
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S. & Supadi, S. (2020). Community based Tourism Village Development Strategies: A Case off Borobudur Tourism Village Area, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Vol. 29(2), pp. 398–413.
- Bara, A. I., Affandi, F., Farid, A. S., & Marzuki, D. I. (2021). The Effectiveness of Advertising Marketing in Print Media during the Covid 19 Pandemic in the Mandailing Natal Region. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* Vol. 4, No. 1, February 2021, Pp. 879–886.
- Deepak, A. K. R. & Jeyakumar, S. 2019. *Marketing Management*. Orangebook. India.
- Erwandi, Erwandi & Nazaki, Nazaki & Pratama, Ryan Anggria. (2022). Implementasi Bantuan Langsung Tunai Dana Desa pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Sedamai Kecamatan Singkep Pesisir Kabupaten Lingga. *S1 Thesis, Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Kapsalis, A. T. (2022). A three-leg cultural relay race to sustainability of rural communities. *Current Research in Environmental Sustainability*, Vol. 4, (2022), pp. 1–18.
- Lekaota, L. (2015). “The importance of rural communities’ participation in the management of tourism management: A case study from Lesotho”, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 7 No. 5, pp. 453–462.
- Musavenganea, R. & Kloppersb, K. (2020). Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 34 (April 2020). pp.1–15.
- Nakonechnykh, V. N., Zhuravleva, M. M., Volokhova, S. G., & Vilchinskaia, M. A. (2021). The Phenomenon of “Ecological Self-Awareness” and Its Influence on Ecological Tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, Vol. 37(3), pp. 909–913.
- Nugroho, S. B. M. (2020). Beberapa Masalah dalam Pengembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Pariwisata*, Vol. 7 No. 2, September 2020, hal. 124–131.
- Sari, P. I., Yuliantoro, Y., & Fiqri, A. (2021). Kajian Pengaruh Keberadaan Wisata Pulau Tilan Terhadap Aspek Ekonomi dan Aspek Sosial Masyarakat. *Innovative: Journal of Social Science Research*, Vol. 1, No. 2, 2021, pp. 480–488.
- Stone, S. L. & Nyaupane, P. G. (2018). The Tourist Gaze: Domestic versus International Tourists. *Journal of Travel Research*, Vol. 5 (5), pp. 169–178.
- Sudapet, I. N., Nasihien, D. R., Setiawan, M. I., & Zulkifli, Z. C. (2021). e-Wisata Android App Designed for Tourism, Regional Gdp, and Tax of Regional Government Budget in Indonesia: The Context of Industrial Revolution 4.0. *International Journal of e-Business and e-Government Studies*, Vol. 13(1), pp. 202–2017.
- Suryani, P., Jatiningsih, D. I., & Putra, S. E. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Bendungan Misterius sebagai Objek Wisata. *Jurnal Pariwisata PaRAMA*, Vol. 2 (1). hal. 39–48.
- Wang, L. & Yotsumoto, Y. (2019). Conflict in tourism development in rural China. *Tourism Management*, Vol. 70, (February 2019), pp. 188–200.