

PENGEMBANGAN METODE PEMASARAN WISATA DESA TEMATIK

Aflit Nuryulia Praswati¹, Farid Wajdi², Alfian Syakal³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta
email: anp122@ums.ac.id

Abstract

The concept of rural tourism in Indonesia began to develop in 2000. The village is packed, developed for tourists who want to enjoy a unique and extraordinary experience as the locals live their lives. Kenep tourism village brings a creative theme, namely business activities that have unique creations. The creativity of the population is interesting to be explored by tourists. Creator of Kenep creative tourism village was developed through the cooperation of the village government of Kenep Village, Lumbung Budoyo organization and all villagers. The spirit of developing a tourist village is still constrained by a lack of knowledge about appropriate marketing methods. The purpose of this community service activity is to improve marketing understanding for the creative tourist village manager Kenep Sukoharjo. Activities are carried out in stages, namely observation, planning and implementation of marketing training. Observation to get the result that the tourism activities have been running with various shortcomings so that the creative tourism actor Kenep Sukoharjo very supportive of marketing training. Implementation of the marketing training went smoothly with the enthusiasm of the participants who consisted of 20 people creative tourism actor Kenep Sukoharjo. the training resulted in the design of brochures, videos and website of the creative tourist village of Kenep. To achieve the success of the marketing need follow-up on the spirit and consistency of tourism actors, network expansion and website maintenance.

Keywords: *rural tourism, marketing, kenep*

1. Pendahuluan

Konsep desa wisata di Indonesia mulai berkembang pada tahun 2000. Desa ini dikemas dan , dikembangkan sebagai destinasi bagi wisatawan yang ingin menikmati pengalaman unik dan luar biasa sebagaimana penduduk setempat menjalani kehidupannya. Setiap desa wisata mengusung tema khusus yang menunjukkan keunikan tersendiri. Syafi’I (2015) menyatakan bahwa pengelolaan desa wisata yang berbasis komunitas memiliki keunggulan. Hal ini didasari oleh pentingnya keterlibatan pemerintah, organisasi desa dan warga setempat bagi pengembangan desa wisata.

Salah satu desa wisata tematik yang sedang dikembangkan di Sukoharjo adalah Desa Wisata Kreatif Kenep. Desa wisata Kenep mengusung tema kreatif, yaitu kegiatan usaha yang memiliki kreasi unik. Kreatifitas penduduk menarik untuk dijelajahi para wisatawan. Penggiat desa wisata kreatif Kenep dikembangkan melalui kerjasama pihak pemerintah desa yaitu Kelurahan Kenep, organisasi Lumbung Budoyo dan seluruh warga desa. Tema kreatif diperkuat dengan adanya sentra pengrajin batik, sentra pengolahan makanan khas “karak”, dan sentra pengrajin makanan tradisional “jenang”.

Sebagian besar masih menggunakan alat-alat tradisional untuk mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan. Kesan tradisional inilah yang diunggulkan oleh pelaku wisata Kenep Sukoharjo. Paket wisata unggulan yang ditawarkan yaitu:

1. Eksplorasi pengolahan jenang khas Kedunggudel Kenep Sukoharjo. Masing-masing peserta dapat mencoba proses pembuatan jenang, merasakan sensasi jenang hangat sesaat setelah adonan diangkat dari wajan besar yang berada diatas tungku, membawa oleh-oleh jenang khas Kedunggudel Kenep Sukoharjo.
2. Workshop mini batik Kedunggudel Kenep Sukoharjo. Wisatawan mendapatkan kesempatan untuk mengamati proses pembuatan batik. Tahap pembuatan batik yaitu membuat desain, melukis desain menggunakan canting, menutupi pola yang berwarna putih, mewarnai kain dengan cara mencelupkan ke dalam cairan pewarna. Proses ini dilakukan beberapa kali sesuai jumlah warna yang diinginkan baru kemudian tahapan terakhir yaitu pelorotan lilin dan mencuci kain serta melakukan penjemuran. Pengunjung juga dapat praktek membuat batik dengan desain sendiri. Hasil karyanya bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh.
3. Wisata pembuatan kerupuk karak. Para wisatawan dapat melihat pembuatan adonan, pemotongan adonan kerupuk, penjemuran dan proses akhir yaitu menggoreng kerupuk hingga matang dan siap untuk dijual. Kerupuk merupakan makanan pendamping nasi yang selalu ditunggu oleh penikmat kuliner di Indonesia.
4. Wisata religi mengunjungi masjid bersejarah. Bangunan masjid menyerupai arsitektur masjid agung Demak. Peserta akan mendapatkan pengetahuan mengenai sejarah masjid dan pemakaman tokoh agama Islam yang terletak di belakang masjid. Pengunjung akan mendapatkan souvenir buku sejarah masjid.
5. Wisata panen sayuran seperti timun, wortel dan cabe. Sensasi berkebun menjadi pengalaman menarik bagi pengunjung.
6. Wisata jamu herbal. Mengunjungi industry pengolahan jamu herbal. Wisatawan dapat mengetahui tentang jenis-jenis tanaman herbal yang dibudidayakan di Kelurahan Kenep. Pengolahan hasil tanaman herbal menjadi ramuan obat herbal.

Paket wisata yang ditawarkan kepada calon pengunjung sudah cukup lengkap. Namun, kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo masih relative sedikit. Rata-rata dalam satu bulan baru ada 2 sampai dengan 3 rombongan yang mengunjungi Desa Wisata Kreatif Kenep. Oleh karena bertemakan kreatif, maka

sebagian besar pengunjung datang dari kalangan akademis tingkat Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas. Semangat mengembangkan desa wisata masih terkendala kurangnya pengetahuan mengenai metode pemasaran yang tepat. Belum banyak yang mengetahui adanya desa wisata kreatif Kenep Sukoharjo. Sehingga perlu adanya upaya pelatihan pemasaran bagi pelaku wisata Kenep Sukoharjo.

2. Penelitian

Mujanah dkk (2015) menjelaskan beberapa model pendekatan pemasaran desa wisata yaitu (1) pendekatan indirect dari desa kepada wisatawan melalui buku promosi, website, brosur, kartu pos yang mencantumkan foto dokumentasi kegiatan masyarakat desa, seni dan budaya local, arsitektur tradisional, cerita bersejarah dan lain sebagainya; (2) pendekatan semi-direct dengan mengundang wisatawan untuk berkunjung dalam sehari saja. Melakukan aktifitas pedesaan seperti makan dan mengikuti pekerjaan warga setempat; (3) pendekatan direct yaitu wisatawan menginap di desa, beraktifitas bersama warga setempat. Desa wisata perlu memenuhi beberapa criteria yaitu adanya atraksi wisata yang unik dan menarik, jarak desa wisata dengan pusat kota, luas area desa wisata, sistem social dan fasilitas infrastruktur seperti transportasi, listrik, air, wifi dan lain-lain. Syafi’I (2015) menambahkan bahwa keberadaan komunitas pada desa wisata akan memberikan daya tarik wisatawan yang lebih tinggi. komunitas ini dapat menyumbang atraksi wisata, seperti komunitas seni dan budaya dan komunitas kerajinan kreatif berbasis kearifan local.

Desa wisata memiliki dampak terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Peningkatan jumlah pendapatan warga desa, mengurangi urbanisasi, meningkatkan jumlah wirausaha dapat menjadi tolok ukur keberhasilan desa wisata. Suarhana dkk (2015) menyatakan bahwa penyelenggaraan desa wisata dapat meningkatkan pendapatan ekonomi jika didukung oleh komunitas, wirausaha atau pebisnis, pemerintah dan lingkungan. Disamping itu kualitas sumber daya manusia pada desa wisata seperti tenaga penjual dan pelayanan wisata perlu ditingkatkan.

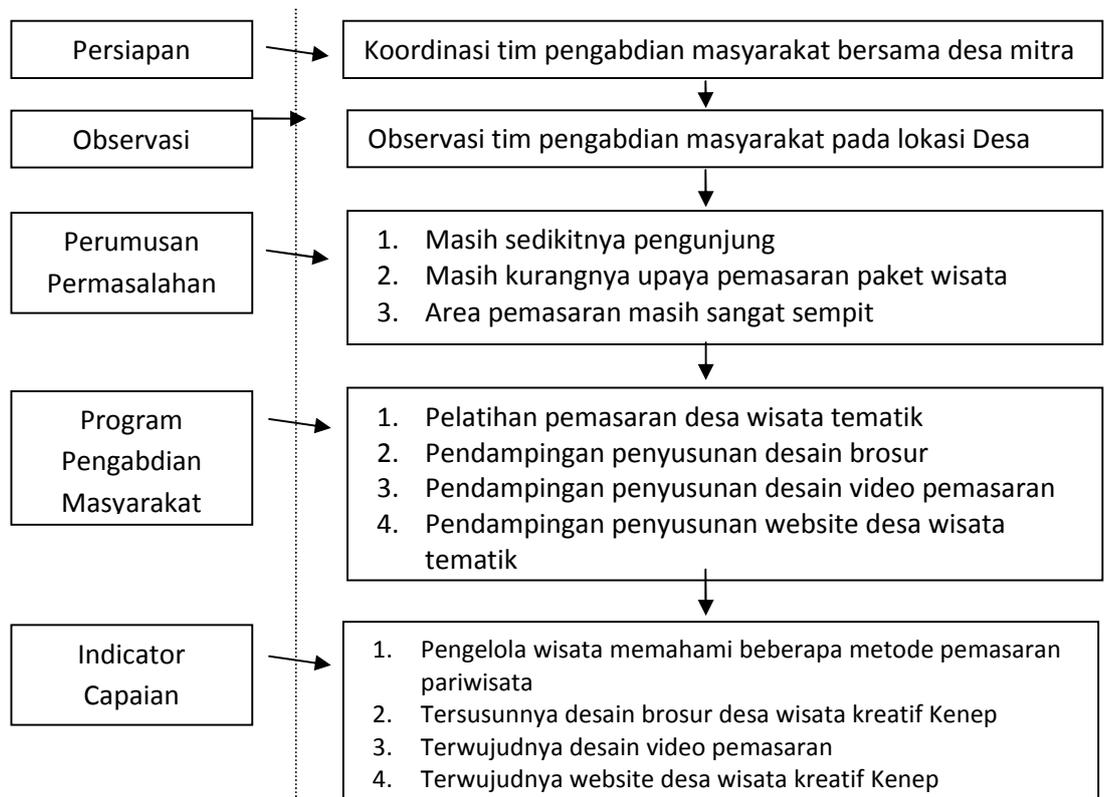
3. Strategi

Kegiatan pengabdian masyarakat Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Persiapan
2. Observasi mengenai kondisi dan permasalahan
3. Perumusan permasalahan

4. Pelatihan pemasaran
5. Simulasi penerapan
6. Pengukuran Indikator capaian

Road map kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



4. Eksekusi

Observasi dilakukan berteepatan dengan kunjungan sekelompok mahasiswa dari Perguruan Tinggi Swasta di Sukoharjo. Beberapa kegiatan wisata yang dilakukan di wisata desa tematik di Desa Wisata Kreatif Kenep yaitu mengikuti workshop mini pembuatan batik, mengamati dan mengobservasi pembuatan jenang dengan menggunakan alat tradisional, menikmati suguhan atraksi seni keroncong dari komunitas Lumbung Budoyo Kenep dan wisata religi ke Masjid bersejarah.



Gambar 1. Wisatawan mengikuti workshop mini pembuatan batik



Gambar 1. Wisatawan mencoba proses pengadukan adonan jenang

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat telah berjalan dengan lancar. Pihak pemerintah yaitu Kelurahan Kenep memberikan sambutan dan dukungan bagi terwujudnya kegiatan pengabdian masyarakat. Pelatihan pemasaran diikuti oleh pelaku usaha Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo. Peserta terdiri dari kelompok pemuda penggiat wisata, pengelola masjid tua Kenep, pelaku pengrajin batik, pembuat makanan tradisional jenang dan karak, kelompok seniman Kedunggudel Kenep, dan perwakilan dari Kelurahan Kenep Sukoharjo. Peserta memberikan respon positif terhadap materi yang diberikan. Dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat antara lain:



Gambar 1. Pertemuan Ketua Tim bersama Pihak Kelurahan Kenep



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran Desa Wisata Kenep

Materi pelatihan menjelaskan mengenai metode pemasaran bagi industry pariwisata khususnya desa tematik. Pelatihan dibagi kedalam beberapa tahapan yaitu (1) metode pemasaran; (2) pemasaran melalui flyer; (3) pemasaran melalui video dan (4) pemasaran melalui website. Hasil pelatihan pemasaran pada program pengabdian masyarakat ini yaitu:



Gambar 1. Desain Brosur Pemasaran Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo



Gambar 1. Desain Video Pemasaran Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo



Gambar 1. Desain Website Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo

5. Evaluasi Hasil/Dampak

Kegiatan program pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan baik. Antusiasme dan dukungan pihak Pemerintah Desa maupun warga Desa Kenep serta khususnya penggiat wisata Desa Kreatif Kenep dalam proses pelaksanaan merupakan pendorong keberhasilan program ini. Hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat dapat dilihat pada table berikut ini

Tabel 1 Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat

No.	Program	Kegiatan	Hasil
1	Peningkatan Pemahaman Metode Pemasaran Desa Tematik	Pelatihan pemasaran wisata desa tematik	Pengelola wisata memahami beberapa metode pemasaran pariwisata
		Pendampingan penyusunan desain flyer	Tersusunnya desain flyer desa wisata kreatif Kenep
		Pendampingan penyusunan desain video pemasaran	Terwujudnya desain video pemasaran
		Pendampingan penyusunan website desa wisata tematik	Terwujudnya website desa wisata kreatif Kenep

Sumber: Diolah dari laporan pelaksanaan pengabdian masyarakat

Keterkaitan beberapa pihak yaitu Pemerintah Desa, warga desa, komunitas Lumbung Budoyo, para pengrajin jenang, pengrajin batik serta akademisi ini merupakan wujud dari penerapan model Triple Helix. Triple Helix yaitu kerjasama antara pemerintah, industry dan akademisi. Saat ini triple helix telah berkembang menjadi quadruple helix, yaitu dengan penambahan satu pihak lagi yaitu masyarakat social (Aflit, 2017). Pengembangan Desa Wisata Kreatif Kenep didukung oleh ketiga stakeholder yaitu pihak pemerintah baik Pemerintah Desa Kenep maupun Pemerintah Daerah Kabupaten Sukoharjo, pihak industry yaitu pengrajin batik dan jenang serta akademisi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kegiatan wisata di Desa berteman kreatif di Kelurahan Kenep Sukoharjo ini juga telah mendapat dukungan dari masyarakat social. Hal ini ditunjukkan dari keramahan masyarakat ketiga ada tamu berkunjung, kesediaan ataupun perhatian ketika wisatawan memerlukan bantuan. Berikut sinergi antara pihak pemerintah dan perguruan tinggi dalam program pengabdian masyarakat ini.

Tabel 2 Sinergi Para Pihak dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Peran Perguruan Tinggi	Peran Pemerintah
Pelatihan pemasaran wisata desa tematik	Narasumber, Pendanaan	Dukungan penyediaan fasilitas kegiatan
Pendampingan penyusunan desain flyer	Narasumber, Pendanaan	Dukungan penyediaan fasilitas kegiatan
Pendampingan penyusunan desain video pemasaran	Narasumber, Pendanaan	Dukungan penyediaan fasilitas kegiatan
Pendampingan penyusunan website desa wisata tematik	Narasumber, Pendanaan	Dukungan penyediaan fasilitas kegiatan

Sumber: Diolah dari laporan pelaksanaan pengabdian masyarakat

6. Simpulan Dan Implikasi

Desa wisata memberikan kontribusi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat. Modal berupa seni, budaya, kearifan local, tempat sejarah, kondisi alam, kreatifitas kerajinan akan menjadi atraksi menarik bagi wisata ketika dikemas dengan baik. Seni keroncong yang ditampilkan oleh komunitas Lumbung Budoyo, mata pencaharian warga sebagai pengrajin batik dan jenang menggunakan metode dan alat tradisional yang dijalankan secara turun temurun merupakan atraksi wisata yang menarik. Kelemahan penyelenggaraan wisata di desa tematik ini dapat terselesaikan dengan kerjasama dan dukungan semua pihak. Upaya peningkatan kualitas desa wisata tematik berupa pelatihan dan pendampingan merupakan menjadi bukti nyata dukungan dari Pemerintah dan Perguruan Tinggi.

Kegiatan pengabdian masyarakat pada Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo telah berjalan lancar. Luaran kegiatan berupa desain brosur, desain video promosi dan desain website telah terwujud. Pada saat pelaksanaan telah teridentifikasi beberapa permasalahan yaitu kurangnya keahlian penggiat wisata dalam menggunakan teknologi seperti kurang dapat mengambil foto yang bagus untuk bahan penyusunan alat promosi, kurangnya koordinasi tim pelaksana wisata, dan kurangnya keahlian dalam memberikan layanan wisata. Untuk memberikan nilai maksimal bagi pengembangan desa wisata perlu adanya tindak lanjut dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kegiatan yang bisa dilakukan yaitu pelatihan penggunaan teknologi internet seperti memaksimalkan manfaat melalui pembaruan konten pada website yang telah disusun sebelumnya, dan pelatihan kerjasama dan koordinasi tim melalui studi banding ke desa wisata lainnya.

7. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan pada LPPM Universitas Muhammadiyah Surakarta, Pemerintah Desa Kenep Sukoharjo, tim dosen dan mahasiswa UMS, penggiat wisata serta seluruh masyarakat Desa Wisata Kreatif Kenep Sukoharjo.

Daftar Referensi

Jurnal, Bulletin, dan Majalah Ilmiah

- [1] Mujanah, Siti, Tri Ratnawati, Sri andayani. The Strategy of Tourism Village Development In The Hinterland Mount Bromo, East Java. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura*, Vol. 18. No. 1. 2015. Pp 81-90
- [2] Suarthana, I Ketut, Nyoman Madiun, Moeljadi dan S.O. Yuniarsa. Exploring The Community Participation, Tourism Village, and Social Economic to Environment Impact (Case Study: Pentingsari Village, Yogyakarta. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol 4. Issue 9. 2015 pp. 85-90
- [3] Syafi'i, M., Djoko Suwandono. Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. *Ruang*. Undip; 2015; 1(2):51-60.

Prosiding

- [4] Aflit Nuryulia Praswati, Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi. *Prosiding Seminar Nasional Riset & Manajemen Bisnis*; 2017. Hal. 690-705.