

Desa Wisata Sebagai Penguatan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Jombang Berkarakter dan Berdaya Saing

Dwi Ermayanti Susilo¹, Ina Nikmatul Chasanah²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara^{1,2}

Keywords:

Desain Promosi;
Software SketchUp;
3D Warehouse.

Correspondensi Author

Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
PGRI Dewantara
Email: dwi_ermayanti@yahoo.co.id

History Artikel

Received: 2022-06-09
Reviewed: 2022-06-10
Revised: 2022-06-14
Accepted: 2022-06-15
Published: 2022-06-25

Abstract: *The tourist village is a tourism asset in rural potential that is empowered and developed with all its uniqueness and charm to attract tourist visits to the village location. The development of Tourism Villages is motivated by several goals, one of which is that each village must have a superior product so that the need for different tourist destination concepts from one village to another will be realized. Pulosari village only has one tour that is still active, namely Arimbi Temple. The BUMDes Sari Artha Pulosari Bareng is currently thinking about how to do marketing for tourism development in Pulosari Village with a simple method of providing training to introduce good promotion methods and according to the needs of tourist villages. The training was carried out and aimed at youth youth organizations in Pulosari Village. This training is in the form of making promotional designs so that it will accommodate the needs of youth youth organizations in increasing the promotion of tourism villages so that they can be a solution to overcome problems in the village.*

Abstrak: Desa wisata merupakan aset kepariwisataan pada potensi pedesaan yang diberdayakan dan dikembangkan dengan segala keunikan dan daya tariknya untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut. Pengembangan Desa Wisata dilatar belakangi oleh beberapa tujuan salah satunya yakni setiap desa harus memiliki produk unggulan sehingga kebutuhan akan konsep destinasi wisata yang berbeda antara desa satu dengan desa lainnya akan terwujud. Desa Pulosari hanya memiliki satu wisata yang masih aktif yaitu Candi Arimbi. Pihak BUMDes Sari Artha Pulosari Bareng saat ini sedang memikirkan bagaimana cara melakukan pemasaran untuk pengembangan wisata yang ada di Desa Pulosari dengan metode pemberian pelatihan yang sederhana guna mengenalkan cara promosi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan desa wisata. Pelatihan tersebut dilaksanakan dan ditujukan untuk pemuda karang taruna di Desa Pulosari. Pelatihan ini berupa pembuatan desain promosi sehingga akan mengakomodasi kebutuhan pemuda karang taruna dalam meningkatkan promosi desa Wisata sehingga dapat menjadi solusi mengatasi permasalahan di desa tersebut.

Pendahuluan

Desa wisata mempunyai dampak bagi ekonomi suatu wilayah, antara lain pemerataan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta peningkatan pendapatan daerah. Sebagaimana termuat dalam Presiden Republik Indonesia, “Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata” (2009), bahwa keadaan alam, flora, dan fauna sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Salah satu representasi dari pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah Desa Wisata, Sebagai salah satu sinergisitas program pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata, yang dikaitkan dengan peran perguruan tinggi dalam 100 program pemberdayaan masyarakat, maka dibutuhkan sebuah program berkesinambungan antara Pemerintah dan Perguruan Tinggi, sebagai upaya efisiensi dan efektifitas program produktif dalam Pemberdayaan Masyarakat berbasis Pariwisata berkelanjutan.

Pengembangan Desa Wisata dilatar belakangi oleh beberapa tujuan. Tujuan pertama ialah kebutuhan akan konsep destinasi wisata yang berbeda antara desa satu dengan desa lainnya, yakni setiap desa harus memiliki produk unggulan dan tujuan kedua melalui produk unggulan dari tiap Desa tersebut dapat dijadikan sebagai usaha peningkatan perekonomian untuk kesejahteraan masyarakat.

Di sisi lain perencanaan dan pengelolaan obyek pariwisata alam di Indonesia masih mengandalkan pada instansi pemerintah dan swasta, yang tentunya manfaat ekonomi lebih banyak dinikmati oleh pemerintah pusat dan swasta, sedangkan kondisi masyarakat sekitar obyek ekowisata sendiri, yang masih minus dari segi ekonominya, perlu ditingkatkan kesejahteraan hidupnya. Hal ini terjadi, karena pemerintah masih menganggap kesiapan sumber daya manusia masyarakat lokal belum mampu mengelola wisata alam secara mandiri dan professional, sehingga pemberdayaan masyarakat lokal terkesan masih bersifat setengah-setengah. Semestinya pemerintah mengikutsertakan masyarakat lokal dalam industri wisata alam dengan diawali dengan program pembinaan, penyuluhan, pendampingan, dan bimbingan pada masyarakat lokal. Peran serta masyarakat dapat berupa kesempatan usaha jasa wisata, serta partisipasi dalam perencanaan dan pengelolannya.

Di desa Pulosari cukup sulit untuk menentukan wisata mana yang akan kita promosikan, karena di daerah tersebut dulunya ada kurang lebih 3 wisata tetapi sekarang sudah tidak aktif lagi dan hanya ada 1 yang masih aktif yaitu candi Arimbi. Untuk 2 wisata yang tidak aktif lagi yaitu Goa Ngesong dan Arum Jeram. Goa Ngesong sendiri sudah tidak aktif dikarenakan adanya kesulitan akses jalan menuju lokasi tersebut, sedangkan untuk Arum Jeram sudah tidak aktif karena sudah tidak ada yang mengelola dari pihak yang terkait. Promosi candi Arimbi sendiri sangat susah karena sudah dari awal situs ini dibuka untuk umum dan tidak dipungut biaya masuk sama sekali, ini menjadi masalah karena situs ini juga dirawat dan perawatannya memakai tukang kebun yang juga harus digaji.

Masyarakat dan beberapa tokoh desa merasa bahwa para pemuda kampung belum memiliki kemauan dan inisiatif untuk meningkatkan skala usaha wisata yang sudah ada. Pemahaman dan pengetahuan mereka tentang prinsip dasar usaha wisata juga belum memadai dan merata ke seluruh pemuda pelaku usaha desa wisata. Dampaknya potensi wisata terasa belum digali lebih banyak dan berkontribusi lebih banyak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Pulosari. Kurangnya pengetahuan tentang proses bisnis desa wisata ini dikhawatirkan berdampak pada pengembangan Desa Wisata yang akan dikembangkan.

Kurangnya pengetahuan para pelaksana desa wisata ini telah diidentifikasi oleh beberapa penelitian terdahulu. Sharpley (2002) menjelaskan bahwa pelaku rural tourism semakin banyak seiring dengan penurunan kegiatan pertanian. Masyarakat petani kemudian mengembangkan usaha wisata yang relevan dengan kegiatan pertanian sebagai reaksi untuk menjaga pertumbuhan ekonomi desa dan melakukan diversifikasi usaha di

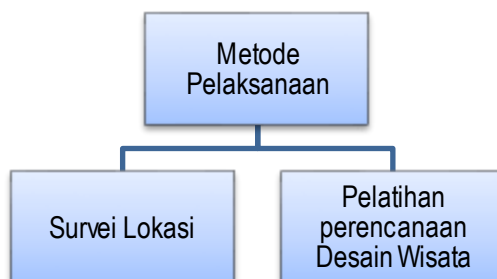
wilayah desa. Tetapi, faktor penghambat pengembangan usaha wisata desa adalah kurangnya pelatihan dan pengetahuan pelaku usaha wisata pertanian. Salvatore, Chiodo, & Fantini (2018) juga menyebutkan bahwa tantangan utama pengembangan wisata berbasis masyarakat berkaitan dengan keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kepercayaan diri masyarakat lokal untuk mengelola sumber daya di wilayah mereka.

Melalui observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada desa Pulosari, diharapkan akan memberikan solusi mengenai pengembangan promosi desa melalui pelatihan promosi online dan design promo yang diharapkan dapat membantu menumbuh kembangkan potensi yang ada di desa Pulosari.

Terkait masalah promosi desa wisata yang sedang dialami pihak BUMDes Sari Artha Pulosari Bareng saat ini adalah bagaimana cara manajemen pemasaran yang lebih difokus untuk pengembangan wisata Candi Arimbi yang ada di Desa pulosari dengan metode pemberian pelatihan yang sederhana guna mengenalkan cara promosi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan desa wisata yang merupakan bentuk pariwisata pedesaan yang menjadi tumpuan pariwisata berkelanjutan dengan memberdayakan potensi desa untuk menjadi daya tarik wisatawan tanpa merusak keasrian alam pedesaan.

Metode Pelaksanaan

Solusi permasalahan yang ditawarkan dalam pengabdian masyarakat ini, yaitu: dengan menetapkan peserta dalam PKM yaitu pemuda karang taruna sejumlah 12 orang dan untuk kegiatan pelatihan tersebut dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2021 – 21 Agustus 2021. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk kegiatan pengembangan desa wisata ini adalah survei lokasi dan pelatihan perancangan desain wisata. Proses pembuatan desain promosi menggunakan software *SketchUp* dan *3D Warehouse*.



Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan adalah sebagai berikut ini:

1. Survei Lokasi
Kegiatan pertama pada tanggal 20 Agustus 2021, diawali dengan survei lokasi dan kegiatan kerja bakti bersama pemuda karang taruna Desa Pulosari Bareng Jombang untuk melihat potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk memajukan ekonomi warga Desa Pulosari Bareng Jombang.
2. Penyampaian materi
Penyampaian materi pada tanggal 21 Agustus 2021 dimulai pukul 08.00 – 09.00 WIB dan materinya disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan dalam proses pelaksanaan agar mempermudah pemuda karang taruna dalam pembuatan desain promosi menggunakan software *SketchUp* dan *3D Warehouse*
3. Pelatihan
Kegiatan ini juga dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2021 dimulai pukul 09.00 WIB s/d selesai yang akan mengajak peserta untuk melakukan instruktur atau perintah dan cara menggunakan software *SketchUp* dan *3D Warehouse* dalam membuat desain promosi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil pengabdian “PKM yang telah dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2021 – 21 Agustus 2021.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari, mulai pukul 08.00 - 11.00 WIB bertempat di balai Desa Pulosari Bareng Jombang .

Pada kegiatan ini, diawali dengan pemberian materi tentang pentingnya pengembangan Desa Wisata serta aplikasi dari program software *SketchUp* dan *3D Warehouse*, diberikan oleh Dr. Dwi Ermayanti S, SE.MM. Pada kegiatan pengabdian yang berkaitan pelatihan tersebut adalah terkait dengan konsep perancangan promosi desa wisata berdasarkan beberapa aspek : 1. Pembangunan desa wisata, selain ditujukan sebagai wahana rekreasi, juga sebagai wahana pendidikan lingkungan bagi pengunjungnya dan 2. Pembangunan untuk meningkatkan ekonomi warga Desa Pulosari. Dengan adanya desa wisata ini diharapkan dapat menambah keuntungan bagi desa dan warganya, selain menjadi potensi wisata juga menjadi potensi warga untuk membuka usaha di lokasi wisata



Media pelatihan dengan menggunakan software *SketchUp* dan *3D Warehouse* yang merupakan strategi cara mempromosikan desa wisata merupakan salah satu solusi mengatasi permasalahan di desa Pulosari Bareng Jombang. Pada dasarnya, kegiatan pengabdian ini merupakan bentuk dari kegiatan pemberdayaan masyarakat. Sebagaimana yang diuraikan oleh Jimmu (2008) bahwa pengembangan masyarakat memiliki arti perkembangan di tingkat masyarakat. Lebih jauh lagi, pembangunan Desa wisata perlu mencerminkan tindakan masyarakat dan kesadaran atas identitas diri desa tersebut. Jimmu (2008) menjelaskan bahwa pengembangan masyarakat tersebut tidak selalu masalah ekonomi, teknis, maupun infrastruktur. Melalui kegiatan pengabdian ini, maka proses pengembangan desa wisata dengan memberikan pelatihan oleh pihak eksternal desa (dalam hal ini tim pelaksana program pengabdian masyarakat) dengan menawarkan konsep kompetensi pemasaran kepada desa Pulosari Bareng Jombang sebagai unsur masyarakat desa yang mengelola desa wisata dan juga sebagai agen pembangunan desa yang memahami karakteristik serta sistem yang berlaku di desa tersebut.

Dalam implementasi kegiatan ini, tantangan terbesar pengembangan menggunakan software *SketchUp* dan *3D Warehouse* dalam mempromosikan desa wisata adalah pada kapasitas atau kualifikasi peserta pelatihannya. Dari 12 orang peserta, hanya 4 (empat) orang yang memiliki latar belakang pendidikan sarjana, selebihnya berpendidikan SMA dan SMA kebawah serta belum memiliki pengalaman pekerjaan profesional di bidang pemasaran. Oleh karena itu, mengacu pada Adedokun, et al., (2010), bahwa komunikasi yang efektif penting dan akan menimbulkan peran aktif dari anggota karang taruna dalam rangka meningkatkan promosi

desa wisata, maka melalui diskusi kelompok yang dilakukan setelah pemberian materi mengenai konsep perancangan promosi desa wisata menjadi penting agar peserta pelatihan menerima manfaat dari kegiatan ini.

Simpulan dan Saran

Metode pelatihan software SketchUp dan 3D Warehouse sangat relevan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini karena metode ini mampu mengakomodasi kebutuhan pemuda karang taruna desa Pulosari Barend Jombang dalam meningkatkan promosi desa Wisata. Metode ini mampu mengajak pemuda karang taruna mengidentifikasi dan menganalisis sumber daya yang mereka miliki dan menentukan langkah-langkah strategis untuk mengelola Desa Wisata dalam jangka panjang dan bagaimana cara mempromosikan desa wisata dengan baik.

Daftar Rujukan

- Atmoko, T. P. H. "Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman." *Media Wisata* 12, no. 2 (8 September 2021). <https://doi.org/10.36276/mws.v12i2.209>.
- Fikri, Z., dan Y. Septiawan. "Pemanfaatan Dana Desa Dalam Pengembangan Desa Wisata Didesa Kurau Barat." *Publicio: Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan dan Sosial* 2, no. 1 (1 Januari 2020): 24–32. <https://doi.org/10.51747/publicio.v2i1.519>.
- Jimu, Im. "Community Development: A Cross-Examination of Theory and Practice Using Experiences in Rural Malawi." *Africa Development* 33, no. 2 (2008). <https://doi.org/10.4314/ad.v33i2.57277>.
- Presiden Republik Indonesia. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (2009). <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>.
- Purwanto W., R. "Pengembangan Desa Wisata Berbasis Unggulan Dan Pemberdayaan Masyarakat." *Public Service and Governance Journal* 1, no. 1 (2020): 112–33.
- Putra, A. M. "Persepsi Masyarakat Desa Penatahan Terhadap Dikembangkannya Desa Penatahan Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan," 2019, 21.
- Raharja, S. J., M. Marbun, dan Arianis Chan. "Strategi Pengembangan Pariwisata Perdesaan Di Lebak Muncang, Bandung - Jawa Barat." *Sosiohumaniora* 21, no. 2 (10 Juli 2019). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i2.21051>.
- Ratnaningtyas, Y. A., dan A. Widyasmoro. "Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bantul" 11, no. 1 (2016): 24.
- Saepudin, E., A. Budiono, dan M. Halimah. "Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat." *Sosiohumaniora* 21, no. 1 (4 Maret 2019): 1. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i1.19016>.
- Tristaningrat, M. A.N. "Gagasan Pengembangan Desa Wisata Berbasis Budaya Lokal Daerah Untuk Mengembangkan Kearifan Lokal Daerah" 1 (2018): 9.
- Wiyatiningsih, Sri, Wiwik Sri Harijani, Wahyu Santoso, dan Riko Setya Wijaya. "Persepsi Masyarakat Terhadap Upaya Pengembangan Desa Wisata Jeruk Pamelu Organik Di Desa Tambakmas, Kecamatan Sukomoro, Kabupaten Magetan." *Jurnal Abadimas Adi Buana* 3, no. 2 (20 Desember 2019): 23–36. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v3.i2.a2168>.
- Zubaedi. *Wacana Pembangunan Alternatif: Ragam Perspektif Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta, 2007. <https://onesearch.id/Record/IOS4970.ai:oms-14769#details>.