

Pendampingan pengembangan produk dan pemasaran potensi pariwisata desa Kuanheun

Maria Augustin Lopes Amaral¹, Engelbertus G. Ch. Watu¹, Alfry Aristo Jansen Sinlae², Apryanus Fallo¹, Stanis Man¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandira, Indonesia

²Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Katolik Widya Mandira, Indonesia

Penulis korespondensi : Maria Augustin Lopes Amaral

E-mail : maria_amaral@unwira.ac.id

Diterima: 17 Juli 2024 | Direvisi: 30 Juli 2024 | Disetujui: 03 Agustus 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah melakukan pelatihan dan bimbingan teknis kepada desa Kuanheun sebagai salah satu desa yang memiliki potensi desa wisata yang berada di Kabupaten Kupang. Memiliki banyak potensi wisata yang bisa dikembangkan dari daerahnya untuk dijadikan harta karun pengembangan pariwisata agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Saat wisata ditingkatkan akan mendorong UMKM makanan dan lainnya pun bergerak. Desa Kuanheun dikunjungi sedikit wisatawan dan tidak dijadikan sebagai ladang uang bagi Desa tersebut Ketika ada wisatawan yang berkunjung. Metode dalam kegiatan pengabdian ini adalah persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pendampingan, pelatihan dan bimbingan teknis perlu diterapkan agar mampu mengembangkan wisata alam di Desa Kuanheun. Dengan dokumen STP pelaku UMKM, pengurus BUMDes dan ibu-ibu PKK tahu tentang target pasar yang jelas dan promosi yang tepat bisa diterapkan. Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Peserta berharap kedepan bisa memberikan pelatihan lanjutan.

Kata kunci: desa wisata; segmenting; targeting; positioning; social media marketing

Abstract

The aim of the community service activities is to provide training and technical guidance to Kuanheun village as one of the villages with tourism village potential in Kupang Regency. It has a lot of tourism potential that can be developed in the region to become a treasure trove of tourism development in order to increase people's income. When tourism is increased, it will encourage food and other MSMEs to move. Kuanheun Village is visited by few tourists and is not used as a source of money for the village when tourists visit. The methods in this service activity are preparation, implementation and evaluation. Assistance, training and technical guidance need to be implemented to be able to develop natural tourism in Kuanheun Village. With the STP document, MSME actors, BUMDes administrators and PKK women know about a clear target market and appropriate promotions can be implemented. Service activities run well and smoothly. Participants hope that in the future they can provide further training

Keywords: tourist village; segmenting; targeting; positioning; social media marketing

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan diharapkan dapat mengurangi kemiskinan. Hadirnya tujuan wisata tersebut erat kaitannya dengan pentingnya peran dan partisipasi

masyarakat dan pemerintah desa. Peran seluruh unsur tersebut dapat diimplementasikan dalam berbagai bentuk pengembangan wisata pedesaan.

Mengingat sektor pariwisata saat ini menduduki posisi kedua sebagai industry terbesar setelah migas, maka tidak menutup kemungkinan sector ini menjadi penghasil devisa yang sangat menjanjikan. Berangkat dari hal tersebut pemerintah sebaiknya lebih memprioritaskan program dengan pembentukan pariwisata berbasis desa. Juga menjadikan program ini sebagai alternatif pendekatan pembangunan di berbagai daerah (Purnomo, 2008.)

Desa Kuanheun adalah desa yang terletak di Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur. Potensi wisata yang dimiliki di Desa Kuanheun adalah wisata alam dan wisata budaya dengan latar belakang yang menarik namun belum terekspose secara luas. Potensi daya tarik wisata di Desa Kuanheun menarik, jika diketahui dan dikelola dengan baik maka mampu menawarkan pengalaman wisatawan yang memusakan, baik pengalaman wisata secara pasif maupun secara aktif. Potensi daya tarik wisata Desa Kuanheun yang masuk dalam kategori wisata pasif antara lain: Pantai Baliana, Pantai Bali Inokiu, Gua Ooana, suasana khas pedesaan yang panas karena dekat dengan pantai, sumber air yang banyak, hamparan sawah yang biasa digunakan untuk menanam bawang merah maupun bawang putih, hasil budidaya ikan yang banyak, memiliki tradisi budaya panen lilifuk. Sedangkan wisata secara aktif antara lain aktivitas memanen bawang merah, jagung dan memancing ikan bersama warga dan sebagainya.

Meskipun Desa Kuanheun mempunyai potensi wisata yang bagus, namun masih banyak kelemahan dalam pengelolaan pemasarannya. Kelemahan antara lain kurangnya pemahaman terhadap pemasaran digital berbasis media sosial. Wisata desa merupakan kegiatan ekonomi padat karya dan berpotensi memajukan perekonomian pedesaan. Kehadiran desa wisata dapat membuka banyak peluang kerja baru dan paruh waktu bagi masyarakat setempat. (Fadjri et al., 2020). Pada akhirnya, keberadaan desa wisata diharapkan dapat mempersempit kesenjangan ekonomi antara desa dan kota. (Melia et al., 2013). Di era persaingan bisnis, pemasaran digital yang membutuhkan pemasaran yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu merupakan suatu kebutuhan yang penting. (Nani et al., 2023; Nurul Islami et al., 2020; Putri & R.A.Marlien, 2022; Qomariyah & Herawati, 2019). Oleh karena itu, Tim Universitas Katolik Widia Mandira berupaya menyelesaikan berbagai permasalahan melalui program pengabdian masyarakat dengan judul kegiatan "Potensi Pariwisata: Pendampingan Pengembangan Produk dan Pemasaran Desa Kuanheun".

METODE

Pengabdian masyarakat berdasarkan beberapa tahap antara lain:

1. Persiapan

Pada tahap persiapan, yang dilakukan oleh tim adalah melakukan survei awal ke Desa Kuanheun dan melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah di Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang.

2. Pelaksanaan

Melaksanakan kegiatan pelatihan bagi pengelola pariwisata, melakukan pelatihan yang lebih intensif bagi tim promosi desa wisata berdasarkan tantangan masing-masing peserta, dan mengembangkan kegiatan pemasaran digital bagi pengelola pariwisata.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan agar mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan ini pada mitra dan berdampak terhadap perilaku konsumen. Tujuan dilakukan monev adalah (a) Memantau dan mengevaluasi hasil, isi, pelaksanaan, pembiayaan dan pendanaan pengelolaan dan evaluasi pelayanan masyarakat; (b) Berfungsi sebagai dasar penerapan manajemen standar (c) Berfungsi sebagai dasar penerapan perbaikan berkelanjutan. Evaluasi dalam kegiatan penelitian ini berupa survei kepada mitra maupun kepada masyarakat yang terlibat dalam kegiatan ini. Dengan adanya posttest ini diharapkan dapat menjadi feedback bagi penulis untuk pelaksanaan kegiatan-kegiatan berikutnya. Selain posttest, melalui review dari mitra saat menggunakan model pemasaran dan sistem informasi.

Pendampingan pengembangan produk dan pemasaran potensi pariwisata desa Kuanheun.



Gambar 1. Metode Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul pendampingan pengembangan produk dan pemasaran potensi pariwisata di Desa terlaksana dengan baik. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 22 Oktober 2023. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengembangkan desa Kuanheun yang memiliki potensi wisata seperti Pantai Baliana yang selama ini belum dijadikan sebagai sumber pendapatan desa. Ketika desa tersebut sadar akan pendapatan yang bisa dihasilkan maka akan menumbuhkan sector lain seperti UMKM makanan, pakaian dan fotografi. Selanjutnya adalah menggali potensi diri yang harusnya dikembangkan menjadi keterampilan berguna dalam bidang wisata budaya, membuat tren budaya dan makanan khas dari Desa Kuanheun sebagai tempat wisata kuliner juga.

Berdasarkan tujuan tersebut, yang penting adalah seberapa besar potensi desa Kuanheun dikembangkan melalui pembuatan dokumen Segmentation, Targeting dan Positioning. Seperti yang diterapkan dalam pemasaran bahwa kita perlu tahu betul target pasar kita agar tepat sasaran (Haba et al., 2022; Manggu & Beni, 2021; Romaniuk & Sharp, 2003; Sinlae et al., 2023). Kondisi ini merupakan hal yang menarik bagi dosen-dosen konsentrasi Manajemen Pemasaran dan ilmu komputer Universitas Katolik Widya Mandira untuk membuat solusi yang tepat akan masalah tersebut dimana melatih dan memberikan bimbingan teknis terhadap pelaku UMKM dan Bumdes Kuanheun agar kedepan mempunyai potensi untuk tumbuh dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 2. Pemaparan Materi

Pada tanggal 22 Oktober 2023 melangsungkan pengabdian dimulai pada pukul 09:00 WITA sampai dengan pukul 16:00 WITA, dengan jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan tersebut berjumlah 25 orang diantaranya pengurus BUMDes, pelaku UMKM dan ibu-ibu PKK. Acara dimulai

Pendampingan pengembangan produk dan pemasaran potensi pariwisata desa Kuanheun.

dengan pembukaan kata sambutan dari Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM sebagai Ketua Kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selanjutnya diberikan kesempatan kepada Dr. Stanis Man, M.Si sebagai pemateri pertama tentang Analisis Potensi Wisata desa Kuanheun pada pukul 09:30-10:30 WITA yang ditunjukkan pada gambar 2. Materi pertama dilanjutkan dengan materi kedua. Materi ini dimulai pada pukul 10:30 WIB dan fokus pada penentuan target pasar desa wisata tersebut.

Materi kedua disampaikan oleh Engelbertus G. Ch. Watu, SE, MM selaku dosen program studi Manajemen konsentrasi Pemasaran di Universitas Katolik Widya Mandira. Pada materi kedua ini selain menjelaskan pentingnya STP (*segmenting, targeting, dan positioning*) juga Bersama-sama membuat dokumen STP yang langsung diserahkan kepada kepala Desa agar sebagai bentuk luaran dari kegiatan ini. Yang ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Dokumen STP

Materi ketiga diberikan oleh Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM dengan materi cara membuat promosi menarik di social media dengan desain promosi salah satunya e-poster, brosur online dan kata-kata menarik lainnya. Pada sesi ini juga melakukan bimbingan teknis yang berlangsung setelah makan siang dari pukul 13:00-15:00 WITA. Sesi ini juga menggali kreatifitas dari setiap peserta, memanfaatkan media social masing-masing sebagai ajang mempromosikan desa Kuanheun. Salah satu contoh brosur yang dibuat oleh salah satu peserta yang ditunjukkan pada gambar 4 dan 5

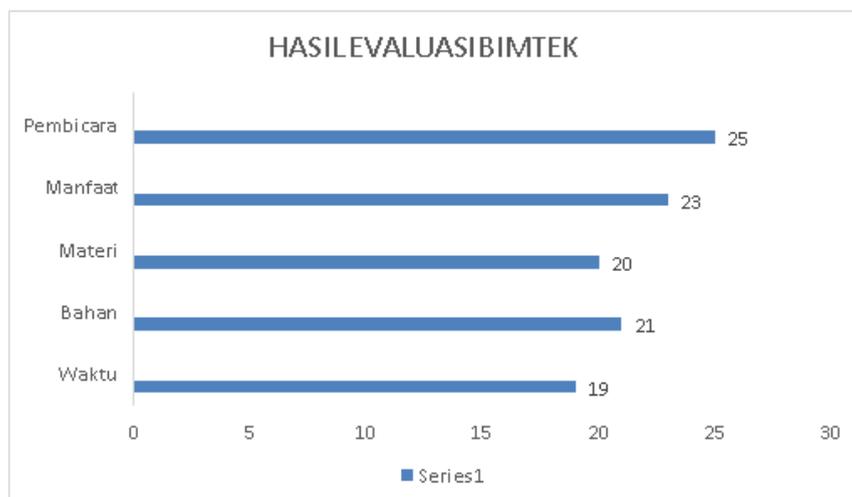


Gambar 4. Halaman pertama brosur peserta



Gambar 5. Halaman kedua brosur peserta

Kegiatan diakhiri dengan pengisian kuisioner peserta yang berjumlah 5 aspek pendampingan yang diisi oleh 25 orang. Kuesioner berisi jawaban atas pertanyaan seputar kegiatan pendampingan yang dilakukan kepada peserta. Gambar 6 yang diperoleh dari hasil peserta yang mengisi kuisioner dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 6. Hasil Angket Peserta

Berdasarkan penyebaran kuisioner yang disajikan dalam grafik tersebut di atas sebanyak 25 peserta menyatakan pembicara sangat jelas, sebanyak 23 peserta menyatakan manfaat sudah sangat baik, 21 dan 20 orang mengatakan bahan dan materi jelas. 19 orang mengatakan waktu sudah pas namun sebanyak 6 orang merasa perlu ada waktu tambahan lagi untuk melakukan BIMTEK bersama tim pengabdian masyarakat. Sebagai bentuk penghargaan dari pemateri 3 Maria Augustin juga mengupload keindahan pantai Baliana di media sosialnya ditunjukkan pada gambar 7 sebagai bentuk keindahan dari pantai Baliana yang perlu diketahui oleh banyak orang. Yang dilakukan adalah bentuk electronic word of mouth (E-WOM) agar menarik para follower instagram melihat dan punya keinginan untuk mengunjungi. Selain itu juga agar memperkenalkan pantai tersebut ke wisatawan yang berasal dari luar Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Pendampingan pengembangan produk dan pemasaran potensi pariwisata desa Kuanheun.



Gambar 7. Postingan Pemateri saat berada di Pantai Baliana

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan bakti sosial bertajuk Mendukung pengembangan produk Desa Quang Hung dan pemasaran potensi wisatanya berjalan dengan baik. Peserta mengikuti pelatihan secara aktif dari awal hingga akhir. Selain itu, peserta juga mengungkapkan antusiasmenya untuk mengikuti pelatihan bahkan menyatakan keinginan untuk melakukannya di lain waktu. Hal ini tidak mengherankan mengingat tingkat pendidikan dan latar belakang profesi pengabdian masyarakat (PkM) peserta berbeda-beda. Kedepannya tim pengabdian akan memberikan pelatihan dan pendampingan secara berkala sekaligus sebagai bentuk keberlanjutan kegiatan terhadap peningkatan tempat wisata di Kuanheun demi menjadi contoh desa yang memanfaatkan potensi wisata yang ada di desa Kuanheun.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Widya Mandira yang sudah memberikan support dana sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa berlangsung dengan lancar dan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Fadjri, M., Pebrianti, B. F., & Putri, D. S. (2020). Optimalisasi Potensi Wisata Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Pesanggarahan Kecamatan Montong Gading. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 2(1), 101–109. <https://doi.org/10.29303/jwd.v2i1.96>
- Haba, T. S., Paridy, A., & Amaral, M. A. L. (2022). Pengaruh Promosi Dan Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada PT . *Dinamika Sejahtera Motor Kupang. Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan, September*, 391–405.
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Melia, Y., Rafika, M., Arjuna, S., Siregar, M. R., & Limbong, C. H. (2013). *Digital Marketing Training on MSMEs Built by BPODT (Lake Toba Authority Implementing Agency)*. 188, 178–181.
- Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Boelan, E. G., Baunsele, A., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk Badan Usaha Milik Desa. *Bakti ...*, 06, 77–84.
- Nurul Islami, N., Wahyuni, S., & Tiara, T. (2020). The Effect of Digital Marketing on Organizational Performance Through Intellectual Capital and Perceived Quality in Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 16(1), 60–72. <https://doi.org/10.33830/jom.v16i1.718.2020>
- Putri, P. M., & R.A.Marlien. (2022). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online*. 5(1), 25–36.

-
- Qomariyah, N., & Herawati, N. (2019). Pelatihan Pembukuan Simpan Pinjam Dengan Metode Microsoft Excel Pada Ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kelurahan Sondakan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. *Wasana Nyata: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 120–129.
- Romaniuk, J., & Sharp, B. (2003). Measuring brand perceptions: Testing quantity and quality. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(3), 218–229. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jt.5740079>
- Sinlae, A. A. J., Nani, P. A., Amaral, M. A. L., Ketmoen, A., Tukan, G. D., & ... (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Penguatan Kapasitas Bumdes Kecamatan Kupang Barat. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 263–270. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i1.363>