

Pelatihan dan Pendampingan Manajemen, Pemasaran Melalui Media Periklanan “Sms Broadcaster” pada Desa Wisata Dayeuhkolot Kabupaten Subang

Untung Novianto^{1*}, Septiyani Endang Yunitasari², Salman Thariqi Setiawan³

^{1,3}Universitas Aiusyiyah Bandung

²Universitas Panca Sakti Bekasi

*untung.novianto@unisa-bandung.ac.id

Informasi Artikel

Dikirim : 13 September 2022

Diterima : 16 Desember 2022

Dipublikasi: 26 Desember 2022

Keywords:

Management, Marketing, Tourist Village

Abstract

The purpose of this activity is to provide training to managers and related parties on how to manage management in a tourist village and how to carry out digital marketing that is easily understood by all parties, one of which is by using the "SMS Broadcaster" tool/application. This Tourism Village has a lot of natural resources and very beautiful nature, but in this case there are still many human resources or managers who do not understand managerial matters in the Tourism Village, namely how to manage tourist attractions and what to do and do not fully understand how to market the tourist village. The solution provided by the proposing team is to conduct a Management and Marketing training method through the "Sms Broadcaster" media as a tool/media for digital marketing using the Forum Group Discussion and Practice method. As a result of this activity, residents and managers have begun to understand how to manage the management of a tourist attraction and are able to carry out digital marketing through the "Sms Broadcaster" media/tool. In conclusion, the participants were able to understand the basic management and marketing of the Tourism Village. this training should be carried out periodically with various sources, both institutions and associations.

Kata Kunci:

Manajemen, Pemasaran, Desa Wisata

Abstrak

Tujuan kegiatan ini untuk memberikan pelatihan kepada pihak pengelola dan pihak terkait bagaimana pengelolaan manajemen pada suatu desa wisata serta bagaimana melakukan pemasaran digital yang mudah dipahami oleh semua pihak salah satunya dengan penggunaan alat/aplikasi “SMS Broadcaster”. Desa Wisata ini memiliki sumber daya alam yang sangat banyak dan alam yang sangat indah, akan tetapi dalam masalah ini masih banyak sdm atau pihak pengelola yang belum paham mengenai manajerial pada Desa Wisata tersebut yaitu bagaimana pengurusan suatu manajemen tempat wisata serta apa saja yang harus dilakukan dan belum sepenuhnya paham mengenai bagaimana cara pemasaran desa wisata tersebut. Solusi yang diberikan oleh tim pengusul yaitu melakukan metode pelatihan Manajemen dan Pemasaran melalui media “Sms Broadcaster” sebagai alat/media untuk pemasaran digital dengan metode *Forum Group Discussion* dan *Praktek*. Hasil dari kegiatan ini para warga dan pengelola sudah mulai memahami bagaimana pengelolaan manajemen suatu objek wisata dan mampu melakukan pemasaran digital melalui media/alat “Sms Broadcaster “ . Kesimpulannya para peserta sudah mampu memahami dasar manajemen dan pemasaran Desa Wisata. sebaiknya pelatihan ini dilakukan secara berkala dengan berbagai narasumber baik institusi maupun asosiasi.

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata (Yuliati & Suwandono, 2016). Selain itu juga Desa Wisata harus mempunyai manajemen yang baik seperti Atraksi dan aktivitas wisata, Akomodasi dan fasilitas lainnya, dan Aksesibilitas (Yuliati & Suwandono, 2016). Desa Wisata Dayeuhkolot merupakan Desa Wisata yang didirikan pada Juni 2021 melalui Kerjasama Karang Taruna Berbudhi dan Bumdes Berbudhi yang mendapat dukungan dari Kepala Desa Dayeuhkolot yaitu Bapak Budiman (Sinaga et al, 2022) Berdirinya Desa Wisata Dayeuhkolot ini diharapkan para pengelola dapat membantu membuka lahan pekerjaan bagi masyarakat setempat terutama warga Desa Dayeuhkolot itu sendiri, tempat ini mempunyai potensi yang sangat banyak saat pengusul mengadakan pra survey ke lokasi banyak potensi alam dan potensi masyarakat yang dapat dikembangkan dan dipadukan dengan berdirinya Desa Wisata Dayeuhkolot.

Banyak Desa Wisata yang ada di Kabupaten Subang Jawa Barat ini, akan tetapi Desa Wisata Dayeuhkolot ini lah yang menjadi inspirasi bagi pengusul untuk melaksanakan Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan keindahan Desa nya dan keramahamtaman warganya. Rencana Pengembangan Desa Wisata Dayeuhkolot ini dapat dijadikan pemanfaatan lahan dan sumber daya alam yang semula belum terkelola dengan baik atau bahkan belum sekali dikekola, dengan di buatnya Desa Wisata Dayeuhkolot Jawa Barat pemerintah Kabupaten Subang dan pemerintah Provinsi dapat saling bekerja sama untuk mengelola perkembangan Desa Wisata Dayeuhkolot tersebut.

Akan tetapi sejalan dengan berkembangnya Desa Wisata Dayeuhkolot tidak sejalan dengan fasilitas penunjang seperti sarana dan prasarana yang ada ditempat tersebut, seperti atraksi wisata, aktivitas wisata, aksesibilitas, fasilitas pendukung dan manajemen yang belum terkelola dengan baik serta pemasaran yang masih minim yang mengakibatkan sepi nya pengunjung (Mahendrayani & Suryawan, 2018). Metode yang digunakan dalam melakukan analisa pada kegiatan ini adalah *teknik Forum Group Discussion* , hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang bermutu dan spesifik untuk meningkatkan kedalaman informasi mengenai Desa Wisata Dayeuhkolot ini. Sebelumnya memang sudah ada yang melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dari pihak lain hanya tujuan nya berbeda dengan yang tim penulis lakukan dalam kegiatan ini, tim lain melakukan kegiatan pengabdian dalam hal pembuatan paket wisata seperti pada jurnal berikut (Sinaga et al, 2022) sedangkan yang tim kami lakukan adalah mengenai manajemen dan pemasaran menggunakan media atau alat "*sms broadcaster*". Berangkat dari masalah tersebut maka penulis mengambil judul Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu "Pendampingan Manajemen, Pemasaran Melalui Media Periklanan "Sms Broadcaster" pada Desa Wisata Dayeuhkolot Kabupaten Subang"

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang dilakukan dalam pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah melakukan survei terlebih dahulu ke lokasi untuk melihat kondisi dan situasi pada tempat tersebut, setelah terkumpul data mengenai tempat tersebut, pihak penulis melakukan teknik *forum group discussion* dengan pengelola Desa Wisata Dayeuhkolot untuk memperoleh data yang bermutu dan spesifik untuk meningkatkan kedalaman informasi (Istiyannah, 2020) terhadap tempat tersebut dan pemerintah setempat dalam hal ini adalah Kepala Desa Dayeuhkolot yaitu Bapak Budiman yang dilakukan di Kantor Desa Dayeuhkolot . Jln. Yudha Prawira No. 39 Desa Dayeuhkolot, Sagalaherang-Subang dapat dilihat pada gambar 1, setelah melakukan diskusi tersebut

pihak penulis mulai membuat perencanaan mengenai apa saja yang akan dilakukan disana untuk mengatasi masalah masalah yang terjadi disana.



Gambar 1. FGD dengan pihak Pengelola dan Pemerintah Setempat
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2022)

Setelah melakukan analisis dari hasil obrolan dengan pengelola dan pemerintah setempat muncul beberapa masalah yang diantaranya kurang pahamnya pengelola Desa Wisata Dayeuhkolot mengenai manajerial Desa Wisata yaitu bagaimana dan apa yang dilakukan oleh para pihak pengelola untuk melayani wisatawan secara benar, serta fasilitas fasilitas yang harus disediakan dan disiapkan oleh pihak pengelola dalam melakukan aktivitas pada Desa Wisata tersebut, karena ketidaksiapan masyarakat/pengelola tentunya membawa efek yang lebih jauh. Tidak terintegrasinya kegiatan wisata yang ditawarkan (Nurazizah & Darsiharjo, 2018) serta mengenai pemasaran digital yang saat ini sedang tren. Berangkat dari hal tersebut penulis memberikan Pelatihan dan pendampingan pada mitra dan warga desa wisata Dayeuhkolot Kabupaten Subang dalam hal Manajemen dan Pemasaran digital dengan menggunakan alat/aplikasi “*sms broadcaster*” selain untuk metode pemasaran “*Sms Broadcaster*” ini dilakukan untuk menciptakan brand image Desa Wisata Dayeuhkolot (Sumpena et al, 2018) yang dilakukan dengan cara tatap muka atau luring dilakukan pada tiap hari Sabtu pada saat waktu pelaksanaan PKM.

Pelaksanaan dilakukan secara tidak formal yang artinya pelatihan dan pendampingan dilakukan sambil ngobrol santai sambil ngopi-ngopi agar pemahaman kepada semua pihak dapat terserap dengan baik, karena setelah mencoba metode pelatihan dan pendampingan secara formal masyarakat dan pihak lain antusiasnya kurang dalam keikutsertaannya, oleh karena itu maka metode dilakukan secara non formal pada salah satu tempat yang ada pada Desa Wisata Dayeuhkolot yaitu pada Taman Anggur yang diikuti oleh 8 peserta seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2022)

Pelatihan dilakukan secara berkala tidak hanya satu atau dua kali saja karena agar para pengelola dan masyarakat menyerap dan mencoba dahulu materi sebelumnya lalu di praktekan , setelah paham maka diberikanlah materi berikutnya sesuai kebutuhan/keinginan pihak pengelola dan pemerintah setempat dapat dilihat pada gambar 3 ,yang berkaitan dengan manajemen dan pemasaran sesuai dengan konsep awal yang direncanakan oleh pengusul. Pengambilan data dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara random atau acak terhadap semua individu yang ikut dalam pelatihan dan pendampingan ini.



Gambar 3. Diskusi dengan Kepala Desa Dayeuhkolot
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pre-test dan Post-test yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan ini rata rata dari peserta meningkat 40% dari hasil pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan pada Taman Anggur yang merupakan salah satu tempat yang ada pada Desa Wisata Dayeuhkolot. Saat ini dikuatkan pada pengelolaan dan pemberdayaan pada masyarakat dan pengelola desa wisata dayeuhkolot, hal ini dilakukan agar saat nanti semakin bertambahnya wisatawan minimal para pihak pengelola sudah mempunyai kesiapan atau dasar bagaimana cara penanganan wisatawan dan pemberian fasilitas apa saja untuk wisatawan, maka hal penguatan manajemen di kuatkan terlebih dahulu walaupun materi pemasaran sudah diberikan juga pada pihak pengelola dan masyarakat ,tahap berikutnya adalah pelatihan dan pendampingan materi pemasaran yaitu dengan menggunakan aplikasi “*sms broadcaster*”.

Hasil dari pelatihan dan pendampingan manajemen dan pemasaran pada masyarakat dan pengelola Desa Wisata Dayeuhkolot ini salah satunya adalah telah meningkatnya pemahaman warga masyarakat dan pengelola tentang bagaimana pentingnya peran masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata, sehingga muncul keinginan untuk ikut serta dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata Dayeuhkolot ini, untuk pengelola mereka sudah paham bagaimana pelayanan terhadap wisatawan walaupun masih pelayanan dasar serta sudah memahami dasar manajemen sebuah tempat wisata dan apa saja yang harus disiapkan dan apa saja yang harus dilakukan , hasil dari pelatihan penggunaan aplikasi “*sms broadcaster*” ini di pusatkan pada pengelola yang mampu mengoperasikan Pc/Laptop karena penggunaan aplikasi ini harus minimal mampu mengoperasikan laptop, sehingga di tunjuk bagian tertentu yang khusus untuk mengoperasikan aplikasi ini agar lebih optimal dalam pelaksanaannya dan hasilnya respon dari calon wisatawan cukup baik karena ada beberapa feedback yang didapatkan setelah menggunakan aplikasi “*sms broadcaster*” ini. Dampak keberlanjutan dari kegiatan ini masyarakat dan pihak pengelola sudah lebih memahami pentingnya Desa Wisata pada tempat mereka , mampu memahami dasar manajemen pengelolaan Desa Wisata dan metode pemasaran digital sesuai tren saat ini (Yanti, 2020), akan tetapi

kegiatan tersebut menurut penulis dan tim tidak cukup sampai disini saja, mungkin kegiatan ini akan berlanjut kedepannya sesuai kebutuhan dan permintaan dari pihak pengelola dan pemerintah setempat mengenai pengembangan-pengembangan lain dari Desa Wisata Dayeuhkolot ini. Apabila hal tersebut dijalankan dan dipahami secara bersama oleh semua pihak terkait dengan serius tidak menutup kemungkinan Desa Wisata Dayeuhkolot ini akan menjadi Desa Wisata yang terkenal di Kabupaten dan Kota Subang maupun Indonesia.

Dilihat berdasarkan uraian tersebut para warga masyarakat, pihak terkait, pengelola dan pemerintah setempat sudah mampu memahami dasar manajemen untuk tempat wisata dalam hal ini adalah Desa Wisata Dayeuhkolot, serta masyarakat yang asalnya kurang antusias dengan adanya desa wisata ini, sekarang sudah mulai merespon walaupun masih sedikit masyarakat yang merespon akan pentingnya Desa Wisata Dayeuhkolot ini. Selain itu pihak pengelola sudah mampu mempraktekan penggunaan alat/aplikasi "*sms broadcaster*" dibuktikan dengan pihak pengelola sudah mampu memahami fitur fitur serta fungsinya dari aplikasi tersebut, dengan demikian dirasa bahwa pelaksanaan dari kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pihak terkait dan pihak pengelola dalam hal pengembangan Desa Wisata Dayeuhkolot ini. Salah satunya dalam hal manajemen dan pemasaran.

Penggunaan metode dalam pengabdian kepada masyarakat ini menitikberatkan pada metode pemaparan materi, diskusi dan praktek, agar terjadi komunikasi dua arah (Hamdan, 2020) untuk memudahkan para peserta dalam mencerna materi yang diberikan dan mampu melakukan tanya jawab terhadap materi yang disampaikan dapat dilihat pada gambar 4. Walaupun kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlangsung normal dan efektif akan tetapi ada kendala yang dihadapi seperti masih ada dari beberapa warga yang belum sadar akan pentingnya tempat wisata di daerah mereka, kurangnya antusias warga dalam ketertarikan program ini walupun masih banyak yang ikut serta terutama masyarakat yang telah menerima bantuan dari pihak Desa Wisata Dayeuhkolot, pendanaan yang menghambat dalam semua program yang akan dilaksanakan pada desa wisata dayeuhkolot, pendanaan disini adalah bantuan dari pihak pemerintah terhadap Desa Wisata Dayeuhkolot. Hal tersebut menghambat pada kegiatan PKM ini hal tersebut karena mereka hanya bisa menerima materi tapi tidak dapat merealisasikan materi yang mereka dapat karena keterbatasan biaya, termasuk biaya untuk pengelolaan wisata penambahan atribut produk wisata dan hal lainnya

Solusi yang dapat diberikan yaitu dengan melakukan Kerjasama dengan pihak pendana seperti perbankan dan jenis lainnya, akan tetapi penulis tidak menyarankan Kerjasama dengan investor yang kedepannya Desa Wisata Ini harus di Kelola oleh masyarakat dan hasilnya untuk masyarakat juga bukan untuk para investor yang ujungnya pasti mencari keuntungan untuk pribadi. Termasuk solusi lainnya yaitu memanfaatkan sarana dan sumber daya yang ada untuk di kembangkan sebagai tambahan produk atribut wisata.

Rencana kedepannya dalam Pengabdian Kepada Masyarakat pada Desa wisata Dayeuhkolot ini tidak akan sampai disini saja, tetapi pengusul akan selalu melakukan pendampingan pendampingan secara berkala terhadap warga Desa Dayeuhkolot dan Pengelola Desa Wisata Dayeuhkolot yang kedepannya agar semakin berkembang lagi dan dapat memberikan manfaat positif untuk masyarakat dan pengelola Desa Wisata Dayeuhkolot.



Gambar 4. Forum Group Discussion tahap 2 pada Taman Anggur
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian (2022)

KESIMPULAN

Dunia digital saat ini sudah sangat meramaikan beberapa sector termasuk sector wisata (Arofah & Achsa, 2022), oleh karena itu pihak pengelola wisata dan masyarakat di dalamnya minimal harus mengetahui dasar bagaimana menggunakan teknologi digital ini, oleh karena itu Penulis yakin bahwa teknologi “*sms broadcaster*” ini sangat bermanfaat untuk kemajuan dan pengelolaan desa wisata dayeuhkolot ini, dan terbukti dengan banyak respon yang dilaporkan masyarakat atas semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Dayeuh Kolot. Maka Penulis yakin inovasi ini sangat layak dilakukan dan dikembangkan, selain itu juga dengan banyaknya warga yang ikut serta dalam pelaksanaan pelatihan dan pendampingan manajemen dan pemasaran ini dibuktikan dengan semakin bertambahnya atribut produk wisata pada Desa Wisata Dayeuhkolot ini setelah dilakukan beberapa kali pelatihan pada semua pihak yang ikut serta pada Desa Wisata Dayeuhkolot.

Karena pemahaman manajemen dan pemasaran dalam sebuah usaha atau dalam hal ini Desa Wisata sangat penting untuk melakukan perubahan-perubahan atau inovasi ke depannya, mungkin kedepannya inovasi manajemen dan pemasaran ini harus lebih dikembangkan lagi terutama di sesuaikan dengan trend saat ini pihak pengelola kedepannya lebih mengembangkan lagi metode metode baru mengenai manajemen dan pemasaran digital yang bertujuan untuk lebih mengembangkan Desa Wisata Dayeuhkolot ini dengan narasumber narasumber lain seperti dari sektor swasta, akademisi, asosiasi, media dan mendorong partisipasi masyarakat melalui pemberdayaan (Kirana & Artisa, 2020), maupun pihak lain yang dapat menunjang untuk berkembangnya Desa Wisata Dayeuhkolot ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arofah, A., & Achsa, A. (2022). Analisis Penggunaan Digital Marketing Sebagai Upaya Pemulihan Pariwisata Di Era New Normal (Studi Kasus Pada Taman Kyai Langgeng Magelang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15-26.
- Hamdan, M. (2020). Komunikasi Satu Arah Dan Dua Arah. *IAINLANGSA*, 20-30.
- Istiyannah, N. (2020). Pemantapan Minat Siswa Terhadap Pilihan Program Studi Di. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 1-11.
- Kirana, C. A., & Artisa, R. A. (2020). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Collaborative Governance di Kota Batu. *Jurnal Administrasi Publik*, 1-17.

- Mahendrayani, i. A., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan. *Jurnal Destinasi Wisata*, 1-8.
- Nurazizah, G. R., & Darsiharjo. (2018). Kesiapan Masyarakat Desa Wisata Di Kampung Seni & Budaya. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 104-112.
- Sinaga, E. K., Rusmana, O., Maulana, A, Artania, N. R., & Rizkia, Z. Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mengembangkan Potensi Wisata di. *Masyarakat Pariwisata*, 36-42
- Sumpena, F. F., Rohandi, M. M., Agustiningsih, D. D., Cintyawati, C., & Pragnadhiya, H. (2018). Pengaruh SMS Broadcast terhadap Brand Image Indosat Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 106-114.
- Yanti, D. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Danau Toba. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 16-25.
- Yuliati, E., & Suwandono, D. (2016). Arahkan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan. *RUANG*, 263-272.