

Manajemen Pengembangan Desa Wisata Dieng Wonosobo, Jawa Tengah

Iis Noviyanti^{*1}, Juwita Ramadani Fitria², Riri Oktarini³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

E-mail: dosen01107@unpam.ac.id

Abstract

The craftsmen of patchwork mats with character are now capable of producing various models of doormats such as angry bird, keropy, smile and so on. However, because marketing is still very limited and there is no packaging as the identity of the craftsmen, the general public is not familiar with doormat products from this area. In addition, there are no human resources from craftsmen who are able to do bookkeeping, so that incoming and outgoing goods and finances are not properly recorded. Through this Community Service Program, efforts will be made to increase marketing through internet media. The marketing strategy implemented with the introduction of the internet is very influential and plays an important role in increasing sales. With the right marketing strategy is expected to increase sales turnover and increase profits. This training is more to repair and manage to stay updated with the latest products. Therefore, it is necessary to create new doormat designs to get new products periodically so that the website will continue to grow and be more attractive to visitors to the site. In addition, packaging with the logo and identity of the craftsman or producer needs to be given to the product so that it is known to the wider community so that in the future it can compete in the national market and can become an icon or superior product from the Mathla'ul Hidayah Islamic Boarding School area, Cisauk. Making software and using computers for bookkeeping purposes really needs to be done to know for sure the advantages/disadvantages of this doormat craft business and the possibilities for its development.

Keywords: PKM, Marketing; Independence; Doormat Craftsmen

Abstrak

Pengrajin keset dari kain perca berkarakter saat ini sudah mampu memproduksi aneka model keset seperti angry bird, keropy, smile dan sebagainya namun karena pemasaran yang masih sangat terbatas serta belum adanya pengemasan sebagai identitas pengrajin mengakibatkan masyarakat luas belum mengenal produk keset dari daerah ini. Di samping itu belum adanya SDM dari pengrajin yang mampu melakukan pembukuan, sehingga barang masuk dan keluar serta keuangan tidak tercatat dengan baik. Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan diupayakan untuk meningkatkan pemasaran melalui media internet. Strataegi pemasaran yang diterapkan dengan pengenalan internet sangat berpengaruh dan berperan penting bagi peningkatan penjualan. Dengan strategi pemasaran yang tepat diharapkan mampu meningkatkan omzet penjualannya dan meningkatkan laba. Pelatihan ini lebih bersifat untuk memperbaiki dan mengelola agar tetap update dengan produk terkini. Oleh karena itu perlu menciptakan desain keset baru untuk mendapatkan produk baru secara periodik sehingga website pun akan berkembang terus serta lebih menarik bagi pengunjung situs tersebut. Selain itu pengemasan dengan logo dan identitas pengrajin atau produsen perlu diberikan pada produk agar dikenal masyarakat luas sehingga ke depannya mampu bersaing di pasar nasional dan dapat menjadi ikon atau produk unggulan dari daerah Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. Pembuatan perangkat lunak dan penggunaan komputer untuk kepentingan pembukuan sangat perlu dilakukan untuk mengetahui secara pasti untung/rugi usaha kerajinan keset ini serta kemungkinan pengembangannya.

Kata kunci : PKM; Pemasaran; Kemandirian; Pengerajin Keset

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia sendiri adalah seluruh kemampuan atau potensi penduduk yang berada di dalam suatu wilayah tertentu beserta karakteristik atau ciri demografis, sosial maupun ekonominya yang dapat dimanfaatkan untuk keperluan pembangunan. Jadi membahas sumber daya manusia berarti membahas penduduk dengan segala potensi atau kemampuannya. Potensi manusia menyangkut dua aspek yaitu aspek kuantitas dan kualitas (pasagian: 2016). Menjelaskan

bahwa SDM merupakan suatu rancangan dari berbagai sistem formal pada sebuah organisasi dengan tujuan memastikan penggunaan keahlian manusia secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan organisasi / perusahaan sesuai dengan keinginan. Potensi manusia yang nantinya ditunjukkan dalam aspek yang salah satunya adalah kualitas, hanya dapat dicapai dengan adanya pengembangan sumber daya manusia. Hal tersebut diperlukan karena sumber daya manusia merupakan factor yang paling mempengaruhi kehidupan. Kemampuan manusia untuk mempengaruhi alamnya menunjukkan bahwa posisi SDM sangat sentral adanya. Oleh karena itu, sumber daya manusia yang ada hendaklah dikembangkan sedemikian rupa guna mencapai kesejahteraan. Pengembangan SDM ini amat diperlukan karena memiliki aspek yang penting bagi peningkatan produktivitas SDM dan juga memiliki tujuan-tujuan tertentu yang pastinya harus dicapai demi kemajuan pembangunan suatu bangsa. Desa Dieng, Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah, berfokus untuk mengembangkan wisata lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan kualitas sumber daya masyarakat. Lokasi wisata yang sudah cukup populer di Desa Dieng semestinya diimbangi dengan kesadaran wisata yang baik, dengan melibatkan partisipasi masyarakat dan pertimbangan kelestarian alamnya. Desa Wisata Dieng Kulon merupakan salah satu dari beberapa desa di wilayah Kecamatan Batur Kabupaten Banjarnegara. Lokasinya berbatasan dengan Desa Pranten Kab. Batang di sebelah Utara, sebelah Timur dan Selatan berbatasan dengan Desa Dieng Wetan dan Sikunang Jawa Tengah memiliki permasalahan kemiskinan yang cukup kompleks yang banyak terjadi di daerah pedesaan. Selain itu Jawa Tengah juga memiliki potensi pariwisata yang besar dan tersebar di daerah pedesaan. Pada kenyataannya potensi – potensi pariwisata ini ternyata memberi dampak multiplayer effect kepada desa dan masyarakat sekitar objek wisata tersebut. Sehingga berkembanglah desa - desa wisata di sekitar objek wisata tersebut. Desa Wisata ini dikelola oleh sekelompok masyarakat lokal yang bergerak dibidang pariwisata atau disebut community based-tourism. Didalam community based tourism ini masyarakat lokal berperan utama dalam mengembangkan desa wisata dengan kemampuan masyarakat lokal sendiri, pemberdayaan, keberlanjutan, konservasi dan peningkatan budaya untuk meningkatkan mata pencaharian penduduk

2. METODE

Metode kegiatan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini di mulai dengan ceramah dan diskusi dilakukan sebelum kegiatan akan dimulai, sehingga ada koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra, kemudian tim pengabdian akan melakukan penyuluhan berupa pembekalan tentang pentingnya menaafatkam lokasi wisata dieang

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengamatan di lapangan serta wawancara dengan pihak pengrajin maka akan diupayakan pemecahan masalah mitra berdasarkan analisis situasi meliputi permasalahan, potensi yang ada dan peluang-peluang yang dapat dikembangkan. bekerjasama dengan Manajemen pengembangan desa wisata dieng wonosobo, jawa tengah dan mencari pemasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat Manajemen pengembangan desa wisata dieng wonosobo, jawa tengah. Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam mengembangkan kemampuan Dasar-Dasar Manajemen pada Manajemen pengembangan desa wisata dieng wonosobo, jawa tengah. Adapun jadwal pengabdian yang sudah disepakati antara dosen Universitas Pamulang dengan Manajemen pengembangan desa wisata dieng wonosobo, jawa tengah. yaitu pada tanggal 04-05 Maret 2023 manajemen pengembangan desa wisata dieng wonosobo, jawa tengah.



Gambar 1. Foto Bersama Anggota PKM dan Mahasiswa unpam



Gambar 2. Dosen Dan Kepala Desa

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di atas maka dapat disimpulkan bahwa para pengelola wisata di Dieang wono sobotelah memahami dan mempraktekan teknik dan cara mengaplikasikan bauran pemasaran yang telah di sampaikan dimulai dari produk, price (harga), promosi

DAFTAR PUSTAKA

- Indriyo Gitosudarmo. H, Manajemen Pemasaran Edisi II BPFE (Yogyakarta: Erlangga, 2000).
- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Darmadi, & Susanto, N. (2020). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten Ratna. *Dedikasi Pkm Unpam*, 1(3), 93–97.

Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.

Sondang, P. Siagian. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Sunyoto. Danang, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Yogyakarta: CAPS Center of Academic Publishing Service, 2014).

Suryani, N. L., Sari, R., Setiawan, R., Susanto, N., & Pamulang, U. (2021). *Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang*. 2(2), 2018–2021.

Tjiptono. Fandy, Strategi Pemasaran (Yogyakarta: Andi, 2015).