
PENINGKATAN KUALITAS MASYARAKAT MELALUI SOSIALISASI SADAR WISATA DAN TOURISM MARKETING DI DESA MENGESTA

¹Ni Made Saraossa Suci Bestari, ^{2*}I Gede Agus Kurniawan

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

Email : *gedeaguskurniawan@undiknas.ac.id

Manuskrip: Juni -2023; Ditinjau: Juni -2023; Diterima: Juni -2023; Online: Juli-2023;

Diterbitkan: Juli-2023

ABSTRAK

Pariwisata memiliki kegiatan potensi perkembangan yang baik dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat Indonesia. Khususnya pada masyarakat pedesaan yang saat ini sudah mulai sadar akan adanya potensi wisata yang dapat mencukupi kehidupan sehingga pemerintah menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan saat ini. Desa telah menjadi tempat pelayanan jasa wisata bagi wisatawan dan sekaligus berdampak positif bagi perekonomian masyarakat lokal. Desa Mengesta merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Desa ini memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di jalur menuju Desa Jatiluwih. Desa Mengesta terletak di kawasan pegunungan (kaki Gunung Batukaru) dengan pemandangan sawah yang indah dan luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan edukasi dan memperluas wawasan masyarakat desa serta untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan desa wisata. Metode dalam pengabdian masyarakat ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pelaksanaan program pemberdayaan dilaksanakan melalui sosialisasi. Hasil dari sosialisasi ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pemberdayaan desa wisata untuk masyarakat desa.

Kata Kunci: Desa Wisata, Sadar Wisata, *Tourism Marketing*

PENDAHULUAN

Pengembangan kepariwisataan sangat berkaitan dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada dimana potensi tersebut dirangkaiakan menjadi satu daya tarik wisata. Maka dari itu pengelolaan dan memanfaatkan potensi pariwisata yang dimiliki daerah juga dikelola oleh masing-masing daerah.

Desa telah menjadi tempat pelayanan jasa wisata bagi wisatawan dan sekaligus berdampak positif bagi perekonomian masyarakat lokal. Desa merupakan kesatuan hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan asal usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (Undang undang Nomor 32 Tahun 2004).

Desa Mengesta merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan. Desa ini memiliki lokasi yang cukup strategis karena berada di jalur menuju Desa Jatiluwih. Desa Mengesta terletak di kawasan pegunungan (kaki Gunung Batukaru) dengan pemandangan sawah yang indah dan luas. Kehidupan masyarakat di desa Mangesta umumnya adalah di sektor pertanian, perkebunan, peternakan dan ada juga yang berprofesi sebagai pedagang ataupun pegawai. Beberapa potensi daya Tarik wisata yang terdapat di Desa Mangesta diantaranya adalah tempat pemandian air panas yang terletak di Desa Piling dan di Desa Belulang dan juga kawasan tracking dengan jalur melewati pedesaan dan persawahan, dan fasilitas homestay.

Desa wisata adalah suatu desa yang menawarkan suasana yang memperlihatkan kehidupan asli di pedesaan seperti kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, bangunan-bangunan rumah yang masih tradisional, unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkan berbagai komponen pariwisata seperti atraksi, akomodasi, makanan, minuman dan segala kebutuhan wisatawan.

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Saktiawan (2010) mengungkapkan bahwa unsur penting dalam pengembangan desa wisata adalah keterlibatan masyarakat desa dalam aspek wisata yang di desa tersebut. Tourism Village (TT) menjelaskan desa wisata memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata, dimana penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata, diluar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.04/UM.001MKP/2008 sadar wisata adalah suatu kondisi yang menggambarkan partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di suatu destinasi/wilayah. Sadar wisata digambarkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam 2 (dua) hal berikut, yaitu:

1. Masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah (host) yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif sebagaimana tertuang dalam slogan Sapta Pesona.
2. Masyarakat menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata, sebagai wujud kebutuhan dasar untuk berkreasi maupun khususnya dalam mengenal dan mencintai tanah air.

Tourism adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan (A.J Burkat dalam Damanik (2006).

Menurut J. Krippendorf (2013) *marketing tourism* merupakan suatu sistem dan koordinasi yang dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta atau pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional atau internasional untuk mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar.

Di dalam *marketing tourism* ada 4 “A” yang merupakan komponen dasar di *marketing tourism* diantaranya adalah:

1. *Attraction* (Daya Tarik)

Komponen ini menjadi hal yang paling penting di dalam menarik orang untuk datang *travelling*. Ada beberapa elemen yang bisa dijadikan daya tarik misalnya adalah budaya, adat istiadat, bangunan bersejarah dan juga pemandangan.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Ini adalah faktor penting untuk pengembangan pariwisata. Ketertarikan mungkin ada di mana saja tetapi tanpa akses yang memadai untuk mencapai tempat yang dituju maka tidak akan ada pengunjung yang datang.

3. *Accommodation* (Akomodasi)

Akomodasi ini termasuk fasilitas yang bisa disediakan untuk pengunjung misalnya seperti penginapan.

4. *Amenities* (Fasilitas)

Fasilitas juga diperlukan untuk pengunjung. Misalnya seperti menyediakan tiket dan lain-lain.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut I Made Wirartha (2006:155) metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan. Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat dilakukan di Desa Mengesta, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan melalui sosialisasi.

Sosialisasi ini membahas tentang sadar wisata dan juga *tourism marketing*. Metode yang dilakukan yaitu metode ceramah dan pendekatan partisipatif. Metode ceramah dilaksanakan dengan memberikan paparan materi untuk memberikan pengetahuan mengenai sadar wisata dan *tourism marketing* sehingga masyarakat memahami ruang lingkup materi dengan jelas. Metode ceramah dilakukan dengan memaparkan materi selama 1 jam, dengan menggunakan slide yang komunikatif. Dalam sesi pemaparan materi ini, audience dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan untuk memulai sesi diskusi. Metode partisipatif bertujuan untuk

memberikan kesempatan bagi para peserta untuk aktif bertanya dan menjawab pertanyaan sehingga materi yang disampaikan lebih cepat diserap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi yang berjudul Pengembangan Kualitas Masyarakat Melalui Sosialisasi Sadar Wisata dan *Tourism Marketing* ini berlangsung pada hari Minggu, 5 Februari 2023 yang bertempat di Wantilan Banjar Kedampal, Mengesta. Kegiatan ini dihadiri oleh 25 peserta yang terdiri dari kelompok sadar wisata (pokdarwis), karang taruna dan masyarakat Desa Mengesta.



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi oleh Narasumber

Materi disampaikan dengan metode ceramah yang disampaikan oleh narasumber yang merupakan seorang dosen di Universitas Pendidikan Nasional yaitu Ida Ayu Iswari Pidada, S.St.Par, M.M. penyampaian materi diberikan selama 60 menit yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi selama 30 menit.



Gambar 2. Sesi Diskusi

Selama sesi diskusi ini peserta berperan serta dan aktif dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait prospek pengembangan pariwisata di Desa Mengesta. Adapun beberapa pertanyaan yang diajukan peserta, diantaranya:

- 1) Terkait dengan keberadaan Desa Mengesta yang mempunyai akses jalan menuju Desa Jatiluwih, apa yang bisa desa lakukan agar wisatawan juga mengunjungi Desa Mengesta sehingga desa juga bisa mendapatkan profit?
- 2) Di wilayah Piling terdapat beberapa objek wisata dan juga adat istiadat yang memang sedang dikembangkan diantaranya ada air panas Sahabat, pemandangan sawah dan juga kampung toleransi. Bagaimana agar proses *branding* untuk objek wisata dan adatistiadat ini bisa cepat?

Beberapa alternatif solusi yang diberikan langsung oleh narasumber, sebagai berikut:

- 1) Ada beberapa usaha yang bisa dikembangkan agar jalur desa ini bisa dijadikan alternatif untuk dikunjungi juga. Diantaranya seperti membuat *coffee shop* yang bisa menyuguhkan pemandangan sawah sehingga ketika ada wisatawan yang melalui jalur ini mereka bisa menjadikan opsi untuk singgah.
- 2) Marketing tidak bisa dilakukan secara instan. Perlu adanya proses untuk mencapai tahap tersebut. Ketika ingin melakukan *marketing* secara optimal, penggunaan *social media* saja tidak cukup karena *social media* memerlukan jumlah pengikut yang banyak dulu agar bisa mencapai *insight* yang akan dicapai. Maka dari itu perlu juga memanfaatkan iklan seperti *Facebook ads* yang dimana dengan media ini maka proses penyampaian informasi akan menjadi lebih cepat.

Hasil dari kegiatan sosialisasi ini adalah bertambahnya pengetahuan dan wawasan masyarakat tentang konsep sadar wisata dan juga *tourism marketing* sehingga diharapkan masyarakat mampu untuk memanfaatkan peluang desa yang ada agar bisa mensejahterakan masyarakat Desa Mengesta sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J Burkat dalam Damanik (2006) Perencanaan Ekowisata
- Arevin, A.T. 2007. Perencanaan Dan Rancangan Program Penyuluhan Sadar Wisata Bagi Pengelola Usaha Rumah Makan di Kota Bogor. *Panorama Nusantara*, 10 (3).
- Evans, N., David, C., dan George, S. 2003. *Strategic Management for Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hadiwijoyo, S.S. 2012. Perencanaan Pariwisata Perdesaan berbasis Masyarakat. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haryadi, R. N., Rojali, A., & Fauzan, M. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
- I Made Wirartha. 2006. Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Andi.
- Joesyiana, K., El Hasan, S. S., Prihastuti, A. H., Haryadi, R. N., & Suratminingsih, S. (2023). Pelatihan Strategi Mempelajari Bisnis Tata Rias Make Up Artis bagi Ibu-Ibu PKK RW. 06 Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. *Jurnal Surya Masyarakat*, 5(2), 214-222.
- Krippendorff, K. 2013. *Content Analysis an Introduction to its Metodology*, 2nd Edition. London: Sage Publication.
- Kusworo, H.A dan Damanik, J. 2002. Pengembangan SDM Pariwisata Daerah: Agenda Kebijakan untuk Pembuat Kebijakan. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 6 (1), 105- 120.
- Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective and Challenges. Makalah Bagian dari Laporan Koneferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada