



Community Services Journal (CSJ)

Jurnal Homepage: <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csj/index>

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung

Ni Luh Putu Indiani*, I Made Yogiarta, I Made Pulawan dan I Made Setena

Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

*Correspondence e-mail: indi_arca@yahoo.com

How To Cite:

Indiani, N, L, P., Yogiarta, I, M., Pulawan, I, M., Setena, I, M. (2021). Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. *Community Service Journal (CSJ)*, 3 (2), 50-56. <https://doi.org/10.22225/jn.6.1.3609.1-8>

Abstrak

Desa Wisata Pangsan memiliki potensi wisata yang luar biasa, namun diperlukan sejumlah upaya untuk memanfaatkan potensi ini sehingga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Terdapat permasalahan terkait promosi desa wisata yang dihadapi Desa Pangsan yaitu kurangnya informasi yang akurat tentang tempat-tempat wisata yang ada di Desa Pangsan kepada para calon wisatawan. Di samping permasalahan promosi, ekonomi kreatif juga menjadi agenda penting untuk dikembangkan di Desa Pangsan. UMKM Mekar Ayu di Desa Pangsan menawarkan jajanan khas Bali dengan rasa yang enak dan bersih, untuk memaksimalkan potensi tersebut terutama di era digital saat ini, pengelola UMKM perlu memahami teknik pemasaran digital. Dengan permasalahan yang dihadapi tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah pembuatan peta digital dan video promosi Desa Wisata Pangsan. Kegiatan input peta digital dilakukan dengan metode observasi dan praktik, kegiatan pembuatan video promosi diawali dengan observasi, pematangan konsep, pengambilan gambar, editing, dan publikasi video. Sementara itu, untuk meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM, solusi yang diberikan adalah sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik langsung. Keberhasilan kegiatan diukur menggunakan indikator: ketercapaian tujuan pelatihan, ketercapaian target yang telah direncanakan, dan keberlanjutan program. Tingkat ketercapaian ketiga indikator ini menunjukkan nilai rata-rata di atas 75 persen sehingga kegiatan pengabdian ini telah berjalan baik. Program-program dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini perlu dijaga keberlanjutannya dengan pembaharuan data pada aplikasi peta digital secara reguler, meningkatkan peran serta masyarakat dalam memperluas publikasi video promosi Desa Wisata Pangsan, dan dalam mendukung kegiatan pemasaran digital UMKM Mekar Ayu pada akun media sosial.

Keywords: Promosi Desa Wisata; Pengembangan Ekonomi Kreatif

1. PENDAHULUAN

Desa Pangsan merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Petang Kabupaten Badung. Desa Pangsan merupakan dataran tinggi, dengan ketinggian \pm 480 m diatas permukaan laut. Desa Pangsan memiliki potensi di bidang pertanian yang mencakup persawahan, peternakan, dan perkebunan. Kopi dan coklat merupakan komoditi unggulan di Desa Pangsan. Dengan pesona alam dan keunikan budaya masyarakat agraris menjadikan Desa Pangsan ditetapkan menjadi desa wisata oleh Pemerintah Kabupaten Badung. Hal inilah yang menjadikan masyarakat di Desa Pangsan khususnya kalangan muda berupaya untuk melestarikan dan mengembangkan kesenian di desa tersebut. Desa Wisata Pangsan yang menawarkan keindahan panorama alam, serta ditunjang dengan suguhan atraksi yang ditawarkan oleh pihak pengelola demi memuaskan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pangsan seperti trekking, cycling dan rafting. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan Desa Wisata Pangsan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Dalam pengelolaan Desa Wisata Pangsan, terdapat kendala terkait promosi yang perlu ditangani, yaitu kurangnya informasi yang akurat tentang tempat-tempat wisata yang ada di Desa Pangsan kepada para calon wisatawan. Banyak spot menarik yang ada di Desa Pangsan namun tidak diketahui oleh wisatawan, sehingga wisatawan tidak dapat mengeksplorasi Desa Pangsan secara menyeluruh. Hal ini sangat disayangkan mengingat Desa Pangsan sebenarnya sangat berpotensi dalam hal pariwisata. Di samping itu, objek wisata di Desa Pangsan belum secara keseluruhan dipromosikan. Terlebih di Desa Pangsan belum ada penanda lokasi spot wisata. Hal ini menyebabkan kurangnya pengetahuan calon wisatawan tentang keunikan Desa Pangsan. Aspek promosi ini perlu mendapat perhatian untuk semakin meningkatkan kunjungan wisatawan yang pada akhirnya mendorong perekonomian desa.

Di samping permasalahan terkait promosi, ekonomi kreatif juga menjadi agenda penting untuk dikembangkan di Desa Pangsan. Di Desa ini, terdapat sejumlah UMKM dengan berbagai jenis produk. Salah satunya adalah produk jajanan lokal kelompok Mekar Ayu. Mekar Ayu menjual berbagai macam jajanan lokal seperti: injin, sumping, lak-lak, lukis, giling-giling, dsb. Dari segi rasa jajanan tersebut sangat enak, proses produksinya pun tergolong bersih. Namun, nilai penjualan dari tahun ke tahun belum ada peningkatan, bahkan cenderung mengalami penurunan. Kekurangan dari kelompok Mekar Ayu adalah dalam hal pemahaman tentang pentingnya strategi pemasaran dan penggunaan packaging yang menarik pada produk jajanan. Mengingat kualitas produknya yang baik, untuk memaksimalkan potensi UMKM Mekar Ayu terutama di era digital saat ini, pengelola UMKM perlu memahami teknik pemasaran digital. Peningkatan pemahaman di bidang ini berpotensi meningkatkan jangkauan pasar produk UMKM yang bermuara pada peningkatan omzet. Visibilitas suatu bisnis di media online dapat secara signifikan meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung atau berbelanja (Indiani et al., 2015). Usaha apa pun, termasuk usaha kecil, perlu memanfaatkan pemasaran digital. Pemasaran digital memberikan banyak peluang untuk usaha kecil, bahkan usaha yang memiliki anggaran kecil. Manfaat pemasaran digital di antaranya adalah: menjangkau konsumen dimanapun lokasi mereka, memudahkan konsumen menemukan bisnis, memberikan informasi secara real time kepada konsumen, dan memberikan return on investment yang lebih tinggi dibandingkan pemasaran konvensional (Indiani et al., 2020).

Dengan permasalahan yang dihadapi Desa Pangsan dalam hal penandaan tempat-tempat wisata maka dapat dirumuskan solusi atas permasalahan ini adalah dengan pembuatan peta digital. Dengan adanya peta digital, wisatawan dapat dengan mudah mengetahui dan mengakses tempat-tempat wisata yang berada di Desa Pangsan. Di samping itu, peta digital juga dapat memuat informasi penting seputar Desa Pangsan. Penandaan

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung

dan publikasi tempat-tempat wisata merupakan hal yang penting untuk membangun pariwisata Desa Pangsan. Dengan adanya upaya publikasi ini, diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang bermuara pada peningkatan perekonomian desa.

Masih terkait aspek promosi, untuk lebih mempromosikan Desa Wisata Pangsan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan calon wisatawan, solusi yang ditawarkan adalah pembuatan video Desa Wisata Pangsan. Video ini memuat informasi menarik seputar Desa Wisata Pangsan dan menampilkan berbagai spot wisata atraktif yang berpotensi menarik wisatawan. Video ini direncanakan dipublikasikan di kanal video populer yaitu youtube dan untuk semakin meningkatkan jumlah viewing, link video dibantu disebarluaskan oleh masyarakat Desa dan tim pengabdian masyarakat Universitas Warmadewa pada media sosial masing-masing.

Terkait permasalahan UMKM Mekar Ayu, solusi yang ditawarkan adalah pembinaan mengenai pentingnya strategi pemasaran dan pentingnya packaging untuk menarik minat beli konsumen. Sementara itu, untuk meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM Mekar Ayu, solusi yang diberikan adalah sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Dalam program ini dilakukan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial dan mengelola akun tersebut untuk keperluan bisnis. Alasan dipilihnya medium media sosial sebagai solusi karena media sosial dengan cepat menjadi salah satu media penting dalam pemasaran digital, yang memberikan manfaat besar yang membantu menjangkau jutaan pelanggan di seluruh dunia. Jika tidak memanfaatkan media yang menguntungkan ini, bisnis kehilangan peluang pemasaran yang luar biasa, karena media sosial memudahkan penyebaran informasi tentang produk dengan tanpa biaya. Melalui pemasaran media sosial, diharapkan produk-produk UMKM ini dapat semakin dikenal masyarakat luas, sehingga meningkatkan penjualan UMKM.

2. METODE

Dalam program pembuatan peta digital, metode pelaksanaan yang dipergunakan diawali dengan observasi kemudian diikuti praktek penginputan pada aplikasi peta digital. Pelaksanaan pembuatan peta digital dijalankan dalam beberapa tahapan yaitu: 1) Melakukan koordinasi dengan aparatur desa mengenai aplikasi yang digunakan dalam pembuatan peta digital serta penjelasan data-data yang akan disurvei. 2) Melakukan observasi langsung ke lapangan untuk meninjau setiap tempat yang akan menjadi spot dalam peta digital. 3) Melakukan upload data spot dalam peta digital seperti foto lokasi, nama lokasi, kategori serta koordinat lokasi.

Dalam program pembuatan video promosi wisata Desa Pangsan, metode pelaksanaan yang dipergunakan yaitu observasi dan perekaman. Pembuatan video Desa Wisata Pangsan melalui beberapa tahapan yaitu: 1) Melakukan observasi tempat-tempat wisata yang ada di Desa Pangsan. 2) Membuat konsep video. 3) Setelah pematangan konsep, proses pengambilan gambar dimulai. 4) Pengeditan video. 5) Publikasi video di kanal youtube dan media sosial.

Dalam program pengembangan ekonomi kreatif pada kelompok Mekar Ayu, metode yang dipergunakan yaitu pembinaan tatap muka langsung dengan anggota kelompok jajanan lokal Mekar Ayu didampingi oleh Kepala Desa beserta KASI Kesejahteraan. Pembinaan diikuti dengan diskusi-diskusi agar atmosfer pembinaan lebih aktif. Pembinaan yang diberikan adalah mengenai cara pemasaran dan pentingnya packaging yang menarik. Untuk program pemasaran digital, metode pelaksanaan didahului dengan kegiatan sosialisasi dan edukasi pentingnya pemasaran digital, dilanjutkan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial dan cara pengelolaannya. Pelatihan Digital Marketing ini ditujukan bagi pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan perangkat digital dalam melakukan pemasaran. Pelatihan dirancang dengan mata latih

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung

yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM yakni melakukan pemasaran secara digital dengan cara yang sederhana, mudah dan murah. Pelatihan ini penting karena kehadiran Teknologi Komunikasi Digital saat ini telah menciptakan perubahan besar pada strategi pemasaran produk dan jasa pada tataran ekonomi global. Teknologi Informasi (IT) terbukti mampu menjalankan tugas pemasaran dengan cepat, berdaya jangkauan luar biasa, bisa mengusung banyak konten mulai tulisan, gambar maupun video, interaktif dan murah. Fakta ini terbukti oleh maraknya transaksi online melalui Marketplace, toko online bahkan jual beli melalui Media Sosial. Pemasaran melalui perangkat digital akan sangat membantu UMKM karena memiliki kecepatan, menjangkau area yang luas, menyapa banyak orang dalam sekali klik dan sangat murah dibanding pemasaran konvensional. Pelatihan dirancang agar mudah dikuasai oleh pelaku UMKM dan dapat dioperasikan oleh SDM yang terbatas. Pelatihan mengajarkan berbagai teknik yang dibutuhkan untuk memasarkan produk melalui internet dengan cara yang sederhana, mudah dan bisa dilakukan bahkan oleh satu orang saja, dengan hanya menggunakan handphone.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan peta digital yang dilaksanakan dengan observasi dan praktik langsung berjalan dengan baik dan lancar. Pokok proses kegiatan ini adalah: 1) Melakukan koordinasi dengan aparat desa. 2) Melakukan observasi langsung ke lapangan. 3) Melakukan Upload Data. Terdapat beberapa yang perlu dievaluasi bersama yakni: 1) Peta digital hanya dapat diakses oleh beberapa orang melalui aplikasi yang terdapat pada android maka aplikasi perlu dikembangkan kembali agar dapat diakses oleh semua orang dari dalam Desa Pangsan maupun luar desa. 2) Memaksimalkan fitur-fitur pada aplikasi peta digital yang bernama "SI GADIS untuk mempermudah dalam mendapatkan informasi yang ada pada Desa Pangsan.

Program pembuatan video Desa Wisata Pangsan berjalan baik dan lancar, diawali dengan: 1) Observasi tempat-tempat wisata yang ada di Desa Pangsan. 2) Membuat konsep video. 3) Setelah pematangan konsep, proses pengambilan gambar dimulai. 4) Pengeditan video. 5) Publikasi video di kanal youtube dan media sosial. Dalam pelaksanaan program, terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi bersama yaitu diperlukan alat-alat pengambilan gambar video dengan fungsi dan fitur yang lebih canggih untuk memperluas kreativitas dalam pembuatan video, membuat terbatasnya kreativitas untuk membuat video. Walaupun begitu, dengan alat dan fasilitas yang digunakan saat ini, dapat dihasilkan video promosi wisata dengan kualitas baik.



Gambar 1

Kegiatan observasi ke lapangan

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung



Gambar 2

Proses Pengambilan Video

Kegiatan pelatihan untuk UMKM mengenai pengelolaan akun media sosial dan pentingnya packaging berjalan dengan baik dan lancar. Pelaksanaan program didahului dengan sosialisasi dan edukasi pentingnya pemasaran digital dan packaging menarik, dilanjutkan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial, pengelolaan akun, dan pemilihan packaging. Bahasan pokok kegiatan ini antara lain: 1) Teknik pemasaran digital, 2) Memfungsikan media sosial sebagai media pemasaran, 3) Cara membuat kalimat promosi yang efektif, 4) Cara memanfaatkan Facebook dan Instagram. 5) Penggunaan packaging yang menarik. Di samping itu, tim pengabdian masyarakat membantu memperluas jaringan pemasaran ke luar desa yaitu hotel di lingkungan Kecamatan Petang salah satunya Bagus Agro Plaga Resort yang telah bersedia bekerjasama dalam pengadaan snack jajan Bali untuk berbagai acara di resort.



Gambar 3

Kegiatan Pembinaan Ekonomi Kreatif



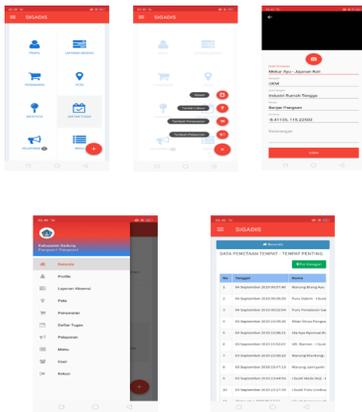
Gambar 4

Memasarkan produk kelompok Mekar Ayu ke Bagus Agro Plaga Resort

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung

Hasil kegiatan penginputan peta digital dan pembuatan video promosi Desa Wisata Pangsan secara garis besar mencakup beberapa komponen yaitu: 1) Ketercapaian tujuan kegiatan. 2) Ketercapaian target yang telah direncanakan. 3) Keberlanjutan penggunaan aplikasi peta digital dan promosi video. Ketercapaian tujuan kegiatan secara umum sudah baik, Desa Pangsan sudah memiliki peta digital yang bernama SIGADIS dan sejumlah spot telah terinput dalam peta. Ketercapaian target pada kegiatan ini cukup baik, dilihat dari hasil yang dicapai. Secara keseluruhan kegiatan berjalan dengan baik dan lancar.

Kegiatan promosi Desa Wisata Pangsan telah menghasilkan video promosi dengan kualitas baik. Video tentang keunikan wisata Desa Pangsan telah dipublikasikan pada kanal youtube dan media sosial. Video bertemakan “Wonderfull Pangsan” dan dapat diakses pada link: <https://www.youtube.com/watch?v=mUiLaJRHhkk>.



Gambar 5

Aplikasi Peta Digital “SIGADIS”



Gambar 6

Promosi Video Desa Wisata Pangsan di youtube

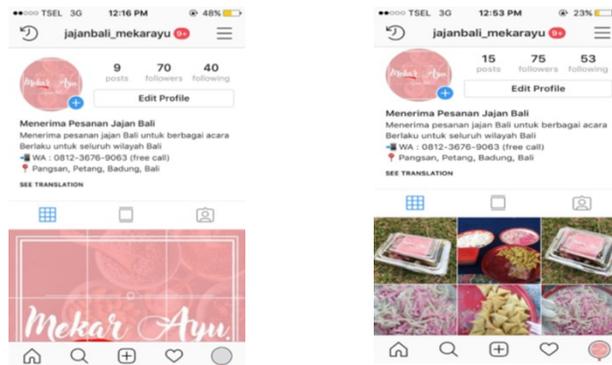
Target peserta pelatihan pemasaran digital seperti direncanakan sebelumnya adalah seluruh pengelola UMKM Mekar Ayu, dalam pelaksanaannya, kegiatan ini diikuti oleh seluruh pengelola. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai. Ketercapaian tujuan pelatihan pemasaran digital secara umum sudah baik, UMKM dapat mempraktekkan pengelolaan akun media sosial untuk pemasaran digital, maka hasil yang telah dicapai dapat dinilai cukup baik. Ketercapaian target materi pada kegiatan ini cukup baik, karena materi pelatihan telah dapat disampaikan secara keseluruhan. Secara keseluruhan kegiatan pelatihan pemasaran digital dianggap berjalan dengan berhasil dan lancar. Kegiatan ini juga menghasilkan packaging yang baru serta akun media sosial sebagai sarana promosi produk UMKM Mekar Ayu dengan nama akun instagram: [jajanbali_mekaryu](https://www.instagram.com/jajanbali_mekaryu).



Gambar 7

Packaging produk setelah dilakukan pembinaan

Penguatan Promosi Desa Wisata dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Pangsan, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung



Gambar 8

Promosi Produk Kelompok Mekar Ayu di Media Sosial

4. SIMPULAN

Berdasarkan tujuan dan hasil yang telah dibahas, maka diperoleh kesimpulan yaitu: 1) aplikasi peta digital memudahkan wisatawan untuk mengetahui letak spot wisata di Desa Pangsan. 2) Video promosi wisata Desa Pangsan memperkenalkan potensi wisata Desa Pangsan pada calon wisatawan untuk menarik kunjungan. 3) Pembuatan akun media sosial kelompok Mekar Ayu membantu memasarkan produk ke pasar yang lebih luas. Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah: 1) Data peta digital perlu terus diperbaharui agar spot-spot baru dapat ditampilkan sehingga menambah daya tarik wisata. 2) Publikasi video wisata perlu lebih diintensifkan, semua anak muda di Desa Pangsan dapat diarahkan untuk menyukai, memberi komentar, serta menyebarkan video yang sudah dibuat. 3) UMKM Mekar Ayu harus perlu membuat konten secara reguler di akun media sosial. Akan lebih baik lagi jika seluruh warga Desa Pangsan mengikuti instagram jajانبali_mekarayu untuk lebih meyakinkan calon pembeli, karena semakin banyak pengikut di media sosial dapat meningkatkan kredibilitas bisnis di mata calon konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Indiani, N. L. P., Rahyuda, I. K., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja IPG. (2015). Perceived risk and trust as major determinants of actual purchase, transcending the influence of intention. *ASEAN Marketing Journal*, 7(1), 1–13.
- Indiani, N, L, P., MandasaRi, I, A, C, S., Dharmanegara, I, B, A., Dewi, N, M, P., Sumartini, A, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Community Service Journal (CSJ)*, 2 (2), 51-57.