

Strategi Promosi Pemasaran Wisata Kolam Renang Desa Walando guna Meningkatkan Potensi Desa Wisata (PkM pada Bumdes Desa Walando Buton Tengah)

Muhammad Rais ^{1*}, Dwi Agustyawati ², Dewi Mahmuda ³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Buton, Kota Bau-Bau, Sulawesi Tenggara, Indonesia

¹ raismuhammad@gmail.com ² partyazh@gmail.com ³ dwmahmuda@gmail.com

*corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received : 22-01-2024

Revised : 24-01-2024

Accepted : 30-01-2024

Keywords

Strategi;

Promosi Pemasaran;

Potensi Desa Wisata;

ABSTRACT

Desa Walando, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah merupakan salah satu desa yang berupaya untuk mengembangkan potensinya sehingga ada pemasukan bagi pemerintah desa melalui BUMDes. Potensi Desa Walando yang dikembangkan adalah berupa wisata kolam renang. Banyaknya usaha bisnis yang dilakukan oleh BUMDes Desa Walando maka diperlukan strategi pemasaran untuk menarik para wisatawan untuk mau berkunjung ke wisata kolam renang desa Walando. Tujuan pendampingan ini adalah agar Masyarakat desa Walando khususnya pengurus BUMDes desa Walando lebih memahami strategi promosi pemasaran wisata. Kegiatan PKM dilakukan melalui metode pelatihan dan juga pendampingan yang diikuti oleh para pengelola wisata, pengurus BUMdes dan perangkat Desa Walando. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pendampingan ini adalah bertambahnya tingkat pengetahuan dan pemahaman pengurus BUMDes dan masyarakat tentang strategi promosi pemasaran wisata kolam renang dalam meningkatkan potensi daerah..

PENDAHULUAN

Menurut Laksana (2019), "promosi merupakan komunikasi dari penjual dan konsumen yang bersumber dari data yang akurat yang bertujuan untuk mengubah pola pikir dan tindakan pembeli yang sebelumnya tidak mengetahui tentang barang tersebut sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut". Selain itu, promosi merupakan kegiatan bisnis yang memperkenalkan produk dengan cara mengingatkan atau mengingatkan pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan, menurut Arfah (2022), Sitorus dan Novelia (2017), dan Sholikah (2021).

Strategi pemasaran perusahaan adalah serangkaian tujuan dan sasaran, serta aturan dan regulasi yang memberikan arahan pada upaya pemasarannya di berbagai tingkatan, referensi, dan alokasi. Strategi ini sangat berguna ketika perusahaan merespons pasar dan situasi yang terus berubah (Aji, Nadhila & Sanny, 2020). Teknik promosi dikenal sebagai apa yang disebut sebagai referensi atau bauran pemasaran, dan ini mencakup publisitas, promosi penjualan, penjualan personal, dan publisitas, menurut Assauri (2017: 267).

Di Desa Paledah, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran, penelitian tentang strategi promosi desa agrowisata oleh Neneng Komariah dkk. (2019) menemukan permasalahan terkait pemahaman masyarakat dalam mempromosikan agrowisata melalui media. Solusinya antara lain dengan menentukan barang apa saja yang terkait dengan pariwisata yang harus dipromosikan, menetapkan produk unggulan-khususnya yang paling menarik dan unik-menetapkan target pasar, membuat strategi positioning, membuat identitas merek, menetapkan harga, dan membuat saluran komunikasi pemasaran.

Ivantan dkk. (2021) melakukan penelitian tentang strategi pemasaran tempat wisata Curug Angkrek pasca COVID-19. Mereka menemukan masalah pada pemahaman masyarakat saat memperkenalkan wisata Curug Angkrek pasca COVID-19 kepada wisatawan lokal maupun nasional. Adapun Solusi yang ditawarkan adalah mempromosikan atau mengeksplorasi destinasi wisata Curug Angkrek melalui *online* (media sosial) maupun *offline* serta bagaimana memanfaatkan akun-akun sosial

media.

Desa Walando di Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah, menjadi tuan rumah inisiatif pendampingan ini. Salah satu desa yang memiliki tujuan untuk mencapai potensi penuh dan menghasilkan pendapatan bagi desa adalah Desa Walando. Berbagai lembaga desa (institusi lokal) di Desa Walando, termasuk BUMDes, Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani), Unit Pengelola Lingkungan (UPL), dan Unit Pengelola Sosial (UPS), membantu pertumbuhan dan perkembangan pariwisata.

Salah satu desa di Kabupaten Buton Tengah adalah Desa Walando yang memiliki banyak potensi di bidang pariwisata, pertanian dan peternakan. Wisata kolam renang merupakan salah satu potensi Desa Walando yang telah dimanfaatkan oleh BUMDes. Terlepas dari manfaat dan potensi wisata yang dimiliki kolam renang, ada beberapa kekurangan dari industri ini. Salah satu kelemahannya adalah eksekusi strategi pemasaran yang kurang maksimal karena ketidaktahuan pengelola. Oleh karena itu, untuk meningkatkan potensi pendapatan Desa Walando melalui wisata kolam renang, yang juga akan meningkatkan pendapatan Desa Walando, diperlukan sebuah badan yang melakukan promosi wisata. Permasalahan BUMDes dan solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi Yang Ditawarkan

Masalah	Solusi yang Ditawarkan	Output
Kendala mengenai promosi wisata	Workshop pentingnya strategi promosi pemasaran wisata	Perbaikan pemahaman tentang promosi pemasaran wisata
Tidak paham konsep dasar strategi promosi pemasaran	Simulasi dan Pelatihan teknis promosi pemasaran dengan menggunakan media cetak dan media sosial	Perbaikan pemahaman pelaksanaan promosi pemasaran wisata

Adapun tujuan dalam kegiatan ini adalah pendampingan kepada pengelola wisata kolam renang Desa Walando melalui pelatihan dan edukasi tentang promosi dalam meningkatkan potensi desa wisata.

1. METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan PkM ini dilaksanakan dengan metode pelatihan di dalam ruangan dan simulasi kegiatan promosi wisata dengan metode offline dan online dan didampingi oleh tim pengabdian. Waktu pelaksanaannya dimulai sejak bulan november hingga Desember 2023, 2 kali kegiatan dengan durasi pelatihan 3,5 jam.

Adapun metode yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah:

a. Ceramah.

Pendekatan ceramah digunakan untuk memberikan informasi dan pemahaman tentang strategi periklanan. Gambaran umum tentang promosi periklanan diberikan kepada para peserta saat presentasi dimulai dengan panduan taktik promosi pemasaran.

b. Tutorial (pendampingan).

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat dan pengelola wisata memberikan pelatihan dan pendampingan langsung dalam penerapan metode pemasaran dan promosi. Dalam rangka membuat materi untuk proses promosi wisata kolam renang Desa Walando di media cetak maupun di media sosial yang sudah ada seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok, tim mengawalinya dengan melakukan survei lokasi.

c. Diskusi.

Peserta pelatihan berkesempatan untuk terlibat dalam diskursus tentang isu-isu pengembangan ekonomi melalui potensi desa. Wacana ini berkaitan dengan penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pengelola, khususnya taktik pemasaran dan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berpartisipasi dalam wisata kolam renang Desa Walando.

2. HASIL PEMBAHASAN

Pengelola unit usaha, pengurus BUMdes, dan aparat Desa Walando berpartisipasi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang berlangsung sekitar 3,5 jam setiap harinya dan bertempat di Aula Balai Desa Walando, Kecamatan Gu, Kabupaten Buton Tengah. Agar taktik promosi pemasaran dapat diimplementasikan dengan baik, kegiatan ini memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan memiliki tujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan klien atau konsumen. Tahap survei dan observasi, tahap perencanaan kebutuhan dan sumber daya pelatihan, dan tahap pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap proses implementasi.

Tahapan survei dan obeservasi lokasi

Sebelum memulai kegiatan, tim pengabdian mendiskusikan administrasi unit-unit usaha yang telah dibentuk oleh pemerintah Desa Walando dengan berbagai pihak, termasuk Ketua BUMDes, Manajer Unit Usaha, dan Pengawas BUMDes Desa Walando. Tim pengabdian bekerja sama untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra dalam mengelola divisi usaha mereka. Tim kemudian mengembangkan dan memberikan materi yang sesuai dengan tantangan BumDes untuk mencapai tujuan dan sasaran, berdasarkan hasil koordinasi tersebut.

Tahap perencanaan kebutuhan dan materi pelatihan

Tim pengabdian mengidentifikasi kebutuhan materi pelatihan dengan melihat data survei dan inspeksi lapangan di BUMDes di Desa Walando. Hal ini memungkinkan mereka untuk melihat masalah apa saja yang dihadapi BUMDes.

Tahap pelaksanaan kegiatan



Gambar 1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan diskusi tim pengabdian dengan perangkat desa dan pengurus BumDes Desa Walando tentang promosi wisata kolam renang Desa Walando guna meningkatkan potensi desa wisata.

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk mempromosikan pariwisata dan mendorong sosialisasi untuk meningkatkan pendapatan desa.

1. Tahap pertama adalah tahap persiapan yang dilakukan adalah berdiskusi dengan pengelola mengenai permasalahan dan kebutuhan dari pengelola wisata kolam renang desa Walando. Dari hasil diskusi diperoleh bahwa kebutuhan pengelola adalah melakukan pemasaran yang optimal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Tahap selanjutnya adalah sosialisasi kepada para pengelola wisata kolam renang desa Walando terkait pemasaran yang efektif untuk wisata kolam renang tersebut. Sosialisasi yang dilakukan adalah bahwa masih perlunya pemasaran konvensional dan juga perlu ditambah dengan pemasaran melalui digital marketing.
3. Tahap terakhir dari pengabdian ini adalah praktik strategi promosi pemasaran baik melalui media cetak dan media sosial. Media cetak dengan membuat banner dan brosur promosi wisata kolam renang, hal ini dilakukan sesuai kebutuhan dari pengelola serta dengan pertimbangan bahwa media

cetak juga masih menjadi upaya yang efektif untuk promosi karena kemudahan dalam penyebaran secara langsung di acara-acara pameran dan untuk menysasar calon konsumen dengan usia setengah baya. Untuk media cetak brosur dapat dicetak dan disebar pada berbagai acara maupun secara umum di jalan, selain itu desain brosur pun dapat ditambahkan pada akun media sosial maupun website. Untuk media sosial promosi pemasaran dilakukan lewat facebook, Instagram, dan tiktok. Praktik dalam dilakukan dengan membuat akun facebook, Instagram, dan tiktok khusus untuk wisata kolam renang desa Walando.



Gambar 2 Wisata Kolam Renang Desa Walando

Suasana wisata kolam desa Walando sedang ramai dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun dari luar daerah.

Setelah dilakukan kegiatan pengabdian ini khususnya para pengelola wisata kolam renang desa Walando menjadi paham bagaimana cara mempromosikan wisata kolam renang desa Walando. Hal ini terlihat sebelum diadakan pengabdian ini pengelola mempromosikan wisata kolam renang hanya menggunakan media tradisioanl yaitu melalui mulut ke mulut, poster atau pamphlet setelah diadakan sosialisasi ini kini berubah menjadi promosi melalui media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok sehingga promosi yang dilakukan lebih efektif sehingga wisata kolam renang desa Walando lebih banyak dikenal oleh Masyarakat baik local maupun nasional.

Disela-sela kegiatan dilakukan kegiatan diskusi antara tim pengabdian dengan para peserta. Ada beberapa pertanyaan yang ditanyakan oleh peserta antara lain pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mempromosikan wisata kolam renang desa Walando dikenal oleh masyarakat luas dan tidak hanya masyarakat di desa Walando Kabupaten Buton Tengah?
2. Apa keunggulan dari kedua metode tersebut?

Tim pengabdian mencoba untuk menjelaskan cara mempromosikan wisata kolam renang desa Walando yaitu dengan menggunakan metode media cetak dan media sosial. Media cetak seperti membuat banner dan brosur kemudian metode yang kedua yaitu melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lain-lain sesuai dengan teori Wangsa et al. (2022) dan Sitorus & Utami, (2017).

Tim pengabdian pertanyaan kedua mengatakan metode media sosial lebih unggul dari media cetak karena lebih efektif dan lebih hemat karena media cetak harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan dan pembahasan kegiatan pengabdian ini:

1. Pelatihan mengenai metode pemasaran dan promosi wisata kolam renang telah diberikan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi para pelaku usaha BUMDes di Desa Walando.
2. Perangkat desa dan pengelola kolam renang di Desa Walando sangat antusias dengan kegiatan pengabdian masyarakat ini, memberikan respon yang positif, dan ingin agar kegiatan ini dapat terus berlanjut.
3. Sebagai hasil dari kegiatan pengabdian ini, pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai teknik promosi pemasaran wisata kolam renang bagi pelaku usaha BUMDes meningkat.

Saran

Beberapa rekomendasi dapat dibuat berdasarkan kegiatan dan hasil dari pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Interaksi dan komunikasi yang berkelanjutan harus terus dilakukan agar masyarakat mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.
2. Untuk memastikan bahwa para peserta telah benar-benar mampu memahami taktik promosi pemasaran, diperlukan pendampingan dari para pelaku usaha BUMDes.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Buton dan segenap pengurus BUMDes Desa Walando Kabupaten Buton Tengah atas seluruh dukungan dan kerjasamanya selama berlangsungnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Aji, P. M., Nadhila, V., & Sanny, L. (2020). Effect of social media marketing on instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia's ready-to-drink tea industry. *International Journal of Data and Network Science*, 4(2), 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Dewi Diah Fakhriyyah, Daimatul Munawaroh, Diah Utami, Dita Putri, Fadhila Khoirun Nisa', Fadhila Nur Khaliza, Fandi Ahmad, Farradina, Ferlika, Jacky Jaffan, Muhammad Maimun, Muhammad Mudzakkir. (2022). Strategi Promosi Digital Marketing Wisata Rafting Guna Meningkatkan Potensi Desa Wisata. *Pena Dimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. e-issn: xxx-xxx Volume: 1 Nomor: 1 Edisi Oktober 2022 Halaman: 10-14
- Dwi Sukma Donoriyanto. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Online Store pada Pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Abdimas Peradaban*. 4(1):42-50. DOI:10.54783/ap.v4i1.22
- Elysa Octadina, Irma Aulia Saputri, Jusman, Reski Permana, Syafrizal, Wina Sapriyanti. (2022). Sosialisasi Kepada Masyarakat: Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatan pada Wisata Bukit Condong. *AJAD Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 2 Oktober 2022, pp. 169-176.
- Etty Widawati, Syamsul Arifin, Affrilian Andi Pranata, Ainun Haqiqi Sri Mustika. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Objek Wisata Dan Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Wisata Sontoh Laut Surabaya. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* Volume 2, No.5 Juni (2023) ISSN 2828-6634 (media online) Hal 423-428. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/amma>
- Ivantan, Munarsih, Agus Sudarsono, Aris Ariyanto, Mada Faisal Akbar. (2021). Strategi Marketing Destinasi Wisata Curug Angkreng Pasca Covid-19. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 2 Nomor 3.

- Janri, D Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A. Alang. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 4 No. 1.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lisa Adhrianti, Fathiyyah Janah, Puspa Muslimah Amalia. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Bagi Promosi Pariwisata Desa Panca Mukti melalui Strategy Destination Branding. *ARTINARA*, Vol. 02 No. 02, Juni 2023, 73-84.
- Onny Fitriana Sitorus, dan Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Sholikhah, V. (2021). Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113- 129.
- Wangsa, I. N. W., et al. (2022). *Promosi Penjualan Untuk Membangun Electronic Word of Mouth dan Mendorong Pengambilan Keputusan Pembelian*. Penerbit: Lakeisha.