

# Peningkatan Kapasitas Pengelola Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono (*Increasing the Capacity of Sungai Langka and Wiyono Tourism Village Management*)

Eksa Ridwansyah<sup>1\*</sup>, Damara Saputra Siregar<sup>2</sup>, Enggar Dwi Cahyo<sup>3</sup>, Meyliana Astriyantika<sup>4</sup>, Budi Rahman<sup>5</sup>

Politeknik Negeri Lampung, Lampung<sup>1,2,3,4,5</sup>

[eksaridwansyah@polinela.ac.id](mailto:eksaridwansyah@polinela.ac.id)



## Riwayat Artikel

Diterima pada 28 Juli 2024

Revisi 1 pada 30 September 2024

Revisi 2 pada 5 Oktober 2024

Revisi 3 pada 10 Oktober 2024

Disetujui pada 11 Oktober 2024

## Abstract

**Purpose:** The aim of this community service is to increase the capacity of the management of the Sungai Langka and Wiyono tourist villages. This goal-setting departs from the results of identifying and formulating the problems that have been found, namely: 1) the low ability of the community to prepare tourism packages based on local wisdom; 2) the low community ability to compile tourist guiding materials (storynomics); and 3) the low community ability to market tourism products in tourist villages..

**Method:** The method used is to conduct training in the form of 1) training on preparing wisdom-based tour packages; 2) training in compiling tourist guide materials (storynomics); and 3) digital marketing strategy training starting from websites, YouTube, Instagram, and brochures.

**Result:** This condition results in a low level of visits and a less-than-optimal tourism experience in the tourism village. The results of this community service are: 1) the preparation of tour packages based on local wisdom, starting with identifying tourism components, preparing the itinerary, and calculating the price of the tour package; 2) the identification of a number of tourist guide materials (storynomics), namely the story of legenda gunung sukma hilang, kuburan tua, pertanian dan perkebunan desa, and sulam kain jelujur; and 3) the creation of digital marketing media, starting with websites, YouTube, Instagram, and brochures. The conclusion obtained is that the target of this community service has been achieved so that it can increase the capacity of managers to manage the Sungai Langka and Wiyono tourist villages.

**Limitations:** Often, limited funds and human resources hinder the implementation of capacity building programs optimally.

**Contributions:** Capacity building for managers can empower local communities through training and education, so that they are more skilled in managing tourism.

**Keywords:** *Tourism Village, Tour Packages, Storynomics Tour Guide, Marketing Strategy.*

**How to cite:** Ridwansyah, E., Siregar, D. S., Cahyo, E. D., Astriyantika, M., Rahman, B. (2024). Peningkatan kapasitas pengelola Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 3(3), 103-113.

## 1. Pendahuluan

Sektor pariwisata tercantum dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pesawaran ditetapkan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Pesawaran Nomor 4 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Pesawaran Tahun 2011-2031. Dalam rencana tersebut disebutkan bahwa penataan ruang wilayah kabupaten bertujuan mewujudkan ruang kabupaten yang sejahtera berbasis industri, pertanian, pariwisata yang berwawasan lingkungan secara berkelanjutan. Program OVOD "One Village One Destination" yang dicanangkan oleh Bupati Kabupaten Pesawaran terus diupayakan.

Desa Sungai Langka dan Wiyono Kabupaten Pesawaran menjadi fokus utama pengembangan pemerintah daerah. Kedua desa ini ditetapkan sebagai kampung Kakao. Hal ini dikarenakan keberhasilan pengelola menjadikan komoditi kakao sebagai komoditi unggulan desa bahkan menjadi komoditi unggulan Kabupaten Pesawaran. Keberhasilan ini menjadi modal besar bagi kedua desa ini untuk terus mengembangkan pada sejumlah sektor lainnya termasuk pariwisata.

Politeknik Negeri Lampung sebagai institusi Pendidikan memiliki peranan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Dalam rencana strategis Polinela tahun 2020-2024 disebutkan bahwa salah satu isu strategis yang menjadi fokus pengembangan kebijakan Polinela adalah program peningkatan relevansi dan produktivitas riset dan pengembangan, yang di mana salah satu bentuk kegiatannya adalah peningkatan jumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM). Polinela telah melakukan Kerjasama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sungai Langka dan Wiyono di Kabupaten Pesawaran tahun 2022. Salah satu yang menjadi fokus dalam kerjasama Polinela dengan desa Sungai Langka dan Wiyono adalah pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan desa wisata. Bentuk kegiatan yang telah dilakukan adalah pelatihan teknis kepariwisataan kepada masyarakat kelompok tani diantaranya pelatihan dasar penyusunan paket wisata; pelatihan dasar kependamuan wisata, dan pelatihan pengelolaan homestay. Hasil dari kegiatan tersebut menunjukkan sejumlah temuan yang menjadi hambatan dan tantangan sehingga dibutuhkan kegiatan lanjutan sebagai upaya pendampingan keberlanjutan. Adapapun temuan yang berhasil diperoleh adalah: 1) Rendahnya keterampilan masyarakat tani dalam menyusun materi kependamuan wisata (*storynomic*); 2) Rendahnya keterampilan masyarakat tani dalam menyusun paket wisata yang berbasis kearifan lokal; 3) Rendahnya keterampilan masyarakat dalam melakukan pemasaran.

## 2. Metode Pelaksanaan

Permasalahan yang muncul pada Desa Sungai Langka dan Wiyono merupakan permasalahan yang lazim muncul di dalam pengelolaan daya tarik wisata yang diinisiasi oleh masyarakat dengan sistem pengembangan *Bottom Up*. Upaya penanggulangan masalah yang ada di dalam pengelolaan daya tarik wisata pedesaan Sungai Langka dan Wiyono dilaksanakan dengan sudut pandang keilmuan pariwisata yang dapat menjembatani segala permasalahan yang berbasis pada peningkatan kondisi ekonomi masyarakat. Adapun hasil identifikasi dan pemetaan permasalahan yang telah dilakukan dan juga solusi beserta target luaran yang ingin dicapai akan dijabarkan pada tabel di bawah ini. Berdasarkan permasalahan yang telah dipetakan, solusi yang ditawarkan kepada mitra dijabarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Masalah , Solusi dan Target Luaran

Masalah Utama	Justifikasi	Solusi yang Ditawarkan	Luaran
Rendahnya keterampilan masyarakat dalam pengelolaan desa wisata	1.Rendahnya keterampilan masyarakat dalam menyusun paket wisata berbasis kearifan lokal 2.Rendahnya keterampilan masyarakat dalam Menyusun materi kependamuan wisata ( <i>storynomics</i> ) 3.Rendahnya keterampilan masyarakat dalam melakukan strategi pemasaran	1. Pelatihan penyusunan dan pengemasan paket wisata berbasis kearifan lokal 2. Pelatihan menyusun materi kependamuan wisata ( <i>storynomics</i> ) 3. Pelatihan strategi pemasaran	1. Tersedianya paket wisata berbasis kearifan lokal yang menarik 2. Tersedianya materi kependamuan wisata yang menjadi panduan <i>local guide</i> dalam memandu wisatawan 3. Tersedianya bahan-bahan dan media-media pemasaran (Website, YouTube, Instagram, dan Brosur)

Berikut dokumentasi kegiatan identifikasi dan pemetaan permasalahan, solusi dan targete luaran:



Gambar 1. Pertemuan dengan Masyarakat dalam rangka memetakan permasalahan, Solusi, dan targete luaran

Program Pengabdian peningkatan kapasitas masyarakat pengelola desa wisata dilaksanakan di Desa Sungai Langka dan Wiyono Kabupaten Pesawaran pada bulan Juni-November 2023. Sasaran peserta kegiatan program pengabdian ini adalah para anggota Pokdarwis di Desa Wiyono dan Sungai Langka yang pada saat sebelum program pengabdian dilaksanakan tidak memiliki paket wisata serta narasi materi kependamuan yang masih sangat minim. Peserta yang diharapkan untuk terlibat merupakan anggota pokdarwis yang memiliki kemampuan untuk mengelola media sosial.

Materi dan durasi jam pelatihan dilaksanakan dengan sebagai berikut:

Tabel 1. Materi dan durasi jam pelatihan

No.	Jenis Pelatihan	Durasi Pelatihan	Sasaran (Masyarakat Desa Sungai langka dan Wiyono)
1	Pelatihan Penyusunan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal	16 Jam	20 Orang
2	Pelatihan Penyusunan Materi Kepemanduan Wisata ( <i>Storynomics</i> )	16 Jam	20 Orang
3	Pelatihan Strategi Pemasaran	16 Jam	20 Orang
Total		48 Jam	60 Orang

Metode pelaksanaan pengabdian ini yaitu:

1) Pelatihan penyusunan paket wisata berbasis kearifan lokal.

Paket wisata merupakan sebuah produk wisata yang tersusun dari berbagai subsistem yang saling berkaitan dan berpengaruh satu sama lain dalam sebuah perencanaan paket wisata (Nuriata, 2014). Adapun teknis kegiatan pelatihan tersebut akan dilakukan dengan tahapan yaitu:

- a. Ceramah: ceramah bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang definisi, tujuan, manfaat dan jenis-jenis paket wisata berbasis kearifan lokal.
- b. Diskusi: Diskusi bertujuan untuk mempertajam pemahaman definisi, tujuan, manfaat dan jenis-jenis paket wisata berbasis kearifan lokal.
- c. Praktik: Praktik bertujuan untuk melatih keterampilan peserta dalam menyusun paket wisata berbasis kearifan lokal.
- d. Uji coba: Uji coba bertujuan untuk menilai kekuatan dan kelemahan hasil paket wisata berbasis kearifan lokal yang telah disusun.
- e. Evaluasi: Evaluasi bertujuan untuk menentukan tindakan-tindakan perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya.

- 2) Pelatihan menyusun materi kepeemanduan wisata (*storynomics*)
 

Pemandu wisata adalah orang yang bertugas memberikan bimbingan, informasi, dan petunjuk tentang atraksi atau destinasi (Yoeti, 2006). Sedangkan *storynomics* adalah metode pariwisata yang menganjurkan budaya hidup, konten kreatif, narasi cerita dan menggunakan kekuatan budaya sebagai tujuan. Narasi yang dimaksud bisa berupa cerita, kisah, sejarah atau pun hal menarik lainnya yang terdapat dalam suatu tempat (Kemenparekraf, 2021). Adapun teknis kegiatan pelatihan tersebut akan dilakukan dengan tahapan yaitu:

  - a. Ceramah: ceramah bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang definisi, tujuan, manfaat materi kepeemanduan (*storynomics*)
  - b. Diskusi: Diskusi bertujuan untuk mempertajam pemahaman definisi, tujuan, manfaat materi kepeemanduan (*storynomics*)
  - c. Praktik: Praktik bertujuan untuk melatih keterampilan peserta dalam menyusun materi kepeemanduan (*storynomics*).
  - d. Uji coba: Uji coba bertujuan untuk menilai kekuatan dan kelemahan materi kepeemanduan (*storynomics*) yang telah disusun.
  - e. Evaluasi: Evaluasi bertujuan untuk menentukan tindakan-tindakan perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya.
- 3) Pelatihan strategi pemasaran
 

Pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan atau kelompok industri pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional, atau internasional guna mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar (Manafe, Setyorini, & Alang, 2016). Adapun teknis kegiatan pelatihan tersebut akan dilakukan dengan tahapan yaitu:

  - a. Ceramah: ceramah bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang definisi, tujuan, manfaat strategi pemasaran.
  - b. Diskusi: Diskusi bertujuan untuk mempertajam pemahaman definisi, tujuan, manfaat strategi pemasaran.
  - c. Praktik: Praktik bertujuan untuk melatih keterampilan peserta dalam membuat bahan dan media pemasaran.
  - d. Evaluasi: Evaluasi bertujuan untuk menentukan tindakan-tindakan perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya.

### 3. Hasil dan pembahasan

#### 3.1 Pelatihan teknis kepariwisataan di desa wisata Sungai Langka dan Wiyono

##### 3.1.1 Pelatihan Penyusunan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal

Pelatihan penyusunan paket wisata merupakan pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas masyarakat pengelola desa wisata terkait komponen-komponen produk wisata yang dikemas menjadi sebuah harga tunggal yang dapat ditawarkan kepada calon pengunjung atau wisatawan. Berdasarkan metode pelaksanaan kegiatan pelatihan penyusunan paket wisata berbasis kearifan lokal yang telah ditentukan, berikut deskripsi pelaksanaannya:

- 1) Pemahaman dan diskusi tentang definisi, tujuan, manfaat dan jenis-jenis paket wisata;
 

Pada tahapan ini masyarakat pengelola diberikan pengetahuan dan pendalaman materi oleh pemateri tentang definisi dari paket wisata, tujuan dan manfaat disusunnya paket wisata, dan jenis-jenis paket wisata, komponen-komponen paket wisata, jadwal perjalanan (*itinerary*), dan perhitungan biaya paket wisata.
- 2) Praktik menyusun paket wisata;
 

Pada tahap ini masyarakat melakukan praktik langsung menyusun paket wisata dengan metode kerja kelompok yang diarahkan oleh pemateri. Masyarakat pengelola menyusun sendiri komponen-komponen paket wisata yang dijual pada paket wisata yang disusun, membuat jadwal perjalanan, serta menghitung biayanya.
- 3) Tahap uji coba dan evaluasi kegiatan;
 

Pada tahap ini pemateri memberikan evaluasi berupa masukan dan saran terhadap paket wisata yang telah disusun oleh masyarakat pengelola sehingga lebih layak untuk ditawarkan kepada calon wisatawan.

Dari hasil pelatihan dan diskusi yang telah dilakukan di atas, berikut hasil identifikasi elemen-elemen paket wisata yang berhasil dikumpulkan:

- 1) Hasil identifikasi komponen-komponen paket wisata Desa Sungai Langka dan Wiyono pada tahap awal dalam menyusun paket wisata adalah menentukan komponen-komponen paket wisata yang akan digabungkan menjadi satu harga tunggal. Adapun komponen-komponen tersebut terdiri dari aktivitas/daya tarik wisata, pemandu wisata, makan dan minum, serta souvenir. Berikut tabel yang menunjukkan komponen-komponen paket wisata pada Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono:

Tabel 3. Tour Komponen Paket Wisata Desa Sungai Langka dan Wiyono

No.	Komponen Paket Wisata	Sub Komponen Pilihan
1	Aktivitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trekking ke Gunung Sukma Ilang legenda jaman dulu</li> <li>• Kuburan tua</li> <li>• Edukasi agrowisata ke kebun kakao</li> <li>• Edukasi agrowisata ke kebun jeruk</li> <li>• Edukasi tenun kain tenun sulam jelujur</li> <li>• Edukasi ternak kambing</li> </ul>
2	Makan dan minum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seruit khas desa</li> <li>• Ikan/ayam bakar khas desa</li> <li>• Susu kambing segar</li> <li>• Coklat sedu</li> <li>• Kopi sedu</li> <li>• Buah-buahan hasil kebun seperti jeruk, melon, dan semangka</li> <li>• Sayur-sayur hasil kebun seperti selada, kangkong, sawi dan lain-lain.</li> <li>• Kudapan khas desa</li> </ul>
4	Pemandu Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat lokal</li> </ul>
5	Souvenir	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kain tenun sulam jelujur</li> <li>• Olahan kakao</li> <li>• Olahan kopi</li> <li>• Buah-buahan hasil kebun seperti jeruk, melon, salak, dan semangka</li> <li>• Sayur-sayur hasil kebun seperti selada, kangkung, sawi, jagung dan lain-lain</li> </ul>

Sumber: Data olahan, 2023

- 2) Hasil penyusunan jadwal perjalanan atau *itinerary*

Selain komponen-komponen paket wisata di atas, jadwal perjalanan (*itinerary*) juga merupakan hal yang sangat penting untuk ditentukan agar aktivitas pada paket wisata yang disusun tersusun dengan baik. Berikut jadwal perjalanan (*itinerary*) yang telah disusun:

Tabel 4. *Itinerary* Paket Wisata Desa Sungai Langka dan Wiyono 1 Hari

Waktu (WIB)	Aktivitas
08.00	Bekumpul di meeting point sambil menikmati welcome drink berupa coklat panas/dingin dan kudapan khas desa dan dilanjutkan dengan pemanasan untuk Trekking
08.15	Trekking menuju lokasi Sukma Ilang dan kuburan tua yang selalu bersih tapi tidak pernah diketahui siapa yang membersihkan.
12.00	Makan siang ditepi sawa dengan menu seruit khas pedesaan dan sholat

13.00	Mengunjungi lokasi agrowisata berupa kebun sayur dan buah jeruk/melon untuk edukasi tanaman serta petik sayur dan buah langsung atau bisa juga mengunjungi lokasi peternakan kambing untuk edukasi ternak kambing dan minum susu segar
15.00	Menuju warung bumdes sebagai pusat produksi kain tenun sulam jelujur dan berbagai souvenir khas desa.
16.00	Kegiatan wisata berakhir dan wisatawan kembali ke daerah asal

Sumber: Data olahan, 2023

### 3) Hasil perhitungan biaya paket wisata

Tahap terakhir dalam menyusun paket wisata adalah perhitungan biaya paket wisata mulai dari biaya tetap (*fix cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Dari perhitungan tersebut akan ditentukan total biaya (*total cost*), keuntungan yang diharapkan (*profit*), biaya tidak terduga, dan harga jual (*selling price*). Berikut hasil perhitungan biaya paket wisata desa wisata Sungai Langka dan Wiyono dengan skenario 10 pax:

Tabel 5. Perhitungan Biaya Paket Wisata Desa Sungai Langka dan Wiyono

Komponen Biaya	Fix Cost (Rp)	Variabel Cost (Rp) (10 pax)
Trekking		10.000
Edukasi agrowisata		10.000
Makan siang		30.000
Snack dan welcoming drink		15.000
Paket souvenir khas desa		50.000
Tour guide	200.000	
P3K	50.000	
Kontribusi desa		5.000
Total	250.000	120.000
Total Cost (FC+VCx10)/10		145.000
Biaya tak terduga Rp 10.000		155.000
Profit 25.000		180.000
<b>Harga Jual</b>		180.000

Sumber: Data olahan, 2023

#### 3.1.2 Pelatihan Penyusunan Materi Kepemanduan Wisata (*Storynomic*)

*Storynomic* saat ini telah menjadi suatu teknik pemasaran pariwisata dan daya tarik wisata sebuah destinasi wisata. Keterwarisan cerita rakyat kini tidak lagi hanya sebagai warisan budaya yang kuna dan ketinggalan zaman. Kesan *out of fashion* tradisi lisan seakan terbantahkan sejak digunakannya cerita rakyat atau tradisi lisan sebagai branding pariwisata (Sukmadewi & Dane, 2021) Pendekatan *storynomics* ini menjadi penting karena berdampak pada sapek layanan dan pengelolaan (Edison & Kartika, 2024).

Berdasarkan kondisi di atas pelatihan penyusunan materi kepemanduan wisata (*storynomic*) merupakan pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas masyarakat pengelola desa wisata terkait kepemanduan wisata khususnya *storynomic*. Pemandu wisata merupakan komponen yang penting dalam menunjang kegiatan berwisata. Keberadaan pemandu wisata akan menjadi petunjuk dan narasumber bagi wisata selama berwisata. Dengan adanya pemandu wisata akan menambah pengetahuan bagi wisatawan. Berdasarkan metode pelaksanaan kegiatan pelatihan kepemanduan wisata yang telah ditentukan, berikut deskripsi pelaksanaannya:

##### 1) Pemahaman dan diskusi tentang definisi, tujuan, manfaat materi kepemanduan (*storynomics*).

Pada tahapan ini masyarakat pengelola diberikan pengetahuan dan pendalaman materi tentang definisi dari pemandu wisata, tujuan dan tugas dan fungsi pemandu wisata, dan jenis-jenis pemandu wisata, dan cara menyusun materi kepemanduan wisata.

2) Praktik menyusun materi kepeemanduan (*storynomics*).

Pada tahap ini masyarakat melakukan praktik langsung menyusun materi kepeemanduan wisata dengan metode kerja kelompok yang diarahkan oleh pemateri. Masyarakat pengelola menyusun sendiri materi kepeemanduan *storynomic* atau berdasarkan cerita khas atau legenda dari desa Sungai Langka dan Wiyono.

3) Uji coba dan evaluasi kegiatan.

Pada tahap ini pemateri memberikan evaluasi berupa masukan dan saran terhadap materi kepeemanduan yang telah disusun oleh masyarakat pengelola sehingga lebih layak untuk disampaikan kepada calon wisatawan.

Berdasarkan target luaran yang telah ditetapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu adanya materi kepeemanduan wisata yang menjadi acuan bagi pemandu wisata saat bertugas. Untuk itu, dari pelatihan dan diskusi yang telah dilakukan diatas, berikut hasil identifikasi materi *storynomic* dari desa wisata Sungai Langka dan Wiyono yang berhasil dikumpulkan dalam bentuk tabel:

Tabel 6. Identifikasi Materi Kepeemanduan Wisata (*Storynomic*) di Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono

No.	Hasil Identifikasi <i>storynomic</i>	Keterangan Singkat
1	Cerita Legenda Sukma Ilang	Sukma Ilang merupakan nama sebuah gunung yang terletak dekat dengan Desa Sungai Langka dan Wiyono, Pesawaran. Sesuai Namanya, ceritanya Gunung Sukma Ilang sering membuat orang hilang. Konon katanya dulu satu kompi tentara hilang di hutan gunung ini saat zaman penjajahan. Terlepas dari banyak cerita mistis gunung Sukma Ilang, nyatanya memang banyak orang tersesat di hutan ini. Suatu ketika pernah ada rombongan pendaki gunung yang tersesat. Bukanya ke puncak gunung, rombongan ini justru berputar-putar di salah satu area yang dianggap mistis.
2	Cerita Kuburan Tua	Di dekat Desa Sungai Langka dan Wiyono, terdapat sebuah kuburan tua yang selalu bersih. Banyak warga yang heran kenapa kuburan tua itu selalu bersih karena selama ini tidak pernah ada kelihatan warga yang membersihkan dan juga tidak ada sanak keluarga yang terlihat mengunjungi kuburan tua tersebut.
3	Cerita Pertanian dan Perkebunan Desa	Desa Sungai Langka dan Wiyono merupakan desa dengan 80% warganya adalah petani dan pekebun sejak awal desa ini berdiri. Hasil tani dan kebun warga beragam mulai dari kebun coklat, kopi, selanjutnya pertanian sawah, sayur, buah, dan sebagainya.
4	Cerita Kain Tenun Sulam Jelujur	Kain sulam jelujur merupakan bagian dari sebuah peristiwa sejarah transmigrasi pertama di Indonesia pada tahun 1905 di Kabupaten Pesawaran. Di mana pada waktu itu meninggalkan rekam jejak dan warisan wastra Lampung yaitu kain tenun dengan teknik jelujur yang membentuk keragaman motif, serta gambaran peristiwa yang terjadi pada sejarah transmigrasi saat itu. Hasil kresi para Wanita di desa ini sudah berkesempatan tampil di <i>New York Indonesia Fashion Week</i> .

Sumber: Data olahan, 2023

Berdasarkan keterangan masyarakat pengelola Desa Wisata, sebuah catatan penting dari hasil identifikasi di atas adalah perlu adanya riset khusus dalam mencari kebenaran dan kelengkapan legenda-legenda tersebut yang melibatkan banyak pihak seperti para tetua, apparatur desa, sejarawan, budayawan, akademisi, dan lain sebagainya.

### 3.1.3 Pelatihan Strategi Pemasaran

Pemasaran pariwisata memerlukan strategi pemasaran yang baik dan berorientasi pada konsep pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainability*) (Irawan, 2023). Pemasaran produk wisata dapat dilakukan melalui berbagai media, salah satunya adalah dengan pemasaran yang berbasis media sosial. Pemasaran pariwisata melalui media sosial dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk mempromosikan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat (Dewi, Anglilan, & Mahardika, 2023).

Pelatihan strategi pemasaran merupakan pelatihan yang dapat meningkatkan kapasitas masyarakat pengelola desa wisata terkait memasarkan produk wisata yang ada di Desa Wisata. Pemasaran merupakan komponen penting dalam mempublikasikan informasi tentang produk wisata kepada calon pengunjung. Tujuan pemasaran kan memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi dan terkait produk desa wisata. Berdasarkan metode pelaksanaan kegiatan pelatihan strategi pemasaran yang telah ditentukan, berikut deskripsi pelaksanaannya:

1) Pemahaman dan diskusi tentang definisi, tujuan, manfaat materi strategi pemasaran.

Pada tahapan ini masyarakat pengelola diberikan pengetahuan dan pendalaman materi tentang definisi strategi pemasaran, tujuan dan fungsi pemasaran, jenis-jenis pemandu wisata, dan membuat media pemasaran dalam bentuk digital.

4. Praktik membuat bahan dan media pemasaran

Pada tahap ini masyarakat melakukan praktik langsung media pemasaran dalam bentuk digital dengan metode kerja kelompok yang diarahkan oleh pemateri. Masyarakat pengelola membuat sendiri media pemasaran dalam bentuk digital tentang produk wisata di desa Sungai Langka dan Wiyono.

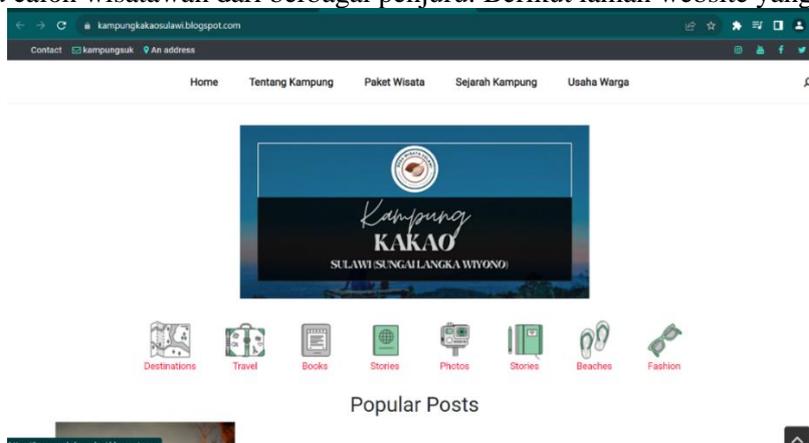
5. Uji coba dan evaluasi kegiatan.

Pada tahap ini pemateri memberikan evaluasi berupa masukan dan saran terhadap media pemasaran yang telah disusun oleh masyarakat pengelola sehingga lebih layak untuk dipakai dalam memasarkan produk wisata kepada calon wisatawan.

Berdasarkan target luaran yang telah ditetapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu adanya bahan atau media pemasaran yang dapat digunakan oleh masyarakat pengelola desa wisata untuk memasarkan produk wisata yang ada di desa wisata Sungai Langka dan Wiyono. Untuk itu, dari pelatihan dan diskusi yang telah dilakukan diatas, berikut hasil beberapa media pemasaran digital yang berhasil dibuat:

#### 1. Website

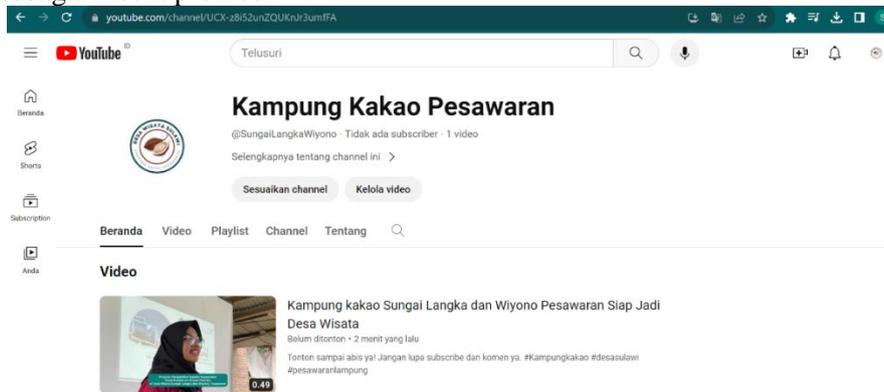
Media pemasaran website merupakan media pemasaran digital yang banyak digunakan oleh para pelaku bisnis pariwisata agar terlihat profesional. Website akan membantu masyarakat pengelola desa wisata dalam menjangkau calon wisatawan dari berbagai penjuru. Berikut laman website yang telah dibuat:



Gambar 2. Laman website yang telah dibuat sebagai media pemasaran Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono

## 2. Youtube

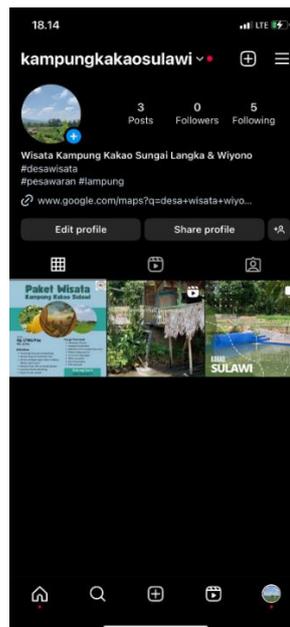
Menurut penelitian yang dilakukan oleh agen pemasaran We Are Social dan perusahaan aplikasi manajemen media sosial Hootsuite, YouTube adalah media sosial yang paling banyak digunakan dalam sebulan. YouTube digunakan oleh 93,8 persen dari total pengguna internet Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun pada tahun 2021 (Maulinda & Riyanto, 2022). Youtube merupakan media pemasaran yang sangat cocok untuk calon konsumen khususnya generasi milenial dan generasi Z. Dengan memasarkan produk berupa video di Youtube, akan semakin menarik atensi dari calon konsumen. Berikut akun youtube yang telah dibuat yang dapat digunakan oleh masyarakat pengelola desa wisata Sungai Langka dan Wiyono sebagai media promosi:



Gambar 3. Laman akun youtube yang telah dibuat sebagai media pemasaran Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono

## 3. Instagram

Cara penggunaan aplikasi yang mudah membuat masyarakat lebih memilih aplikasi Instagram sebagai mempermudah pencarian, penggunaan yang cepat meningkat dapat dijadikan strategi pemasaran yang jitu bagi Industri Wisata Indonesia dalam mempromosikan berbagai keindahan dan budaya yang ada di Indonesia ini (Damayanti & Dunan, 2022). Instagram adalah layanan jejaring sosial berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggahnya sebagai media pemasaran produk. Berikut akun Instagram yang telah dibuat yang dapat digunakan oleh masyarakat pengelola desa wisata Sungai Langka dan Wiyono:



Gambar 4. Laman akun instagram yang telah dibuat sebagai media pemasaran Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono

#### 4. Brosur

Brosur merupakan media pemasaran salah satu alat pemasaran yang membantu para pelaku usaha untuk menginformasikan produk atau jasanya kepada para konsumen melalui secarik kertas atas sebaran. Berikut brosur yang berhasil dibuat berdasarkan hasil identifikasi produk wisata berupa paket wisata di Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono.



Gambar 5. Brosur yang telah dibuat sebagai media pemasaran Desa Wisata Sungai Langka dan Wiyono

Berikut merupakan gambaran kondisi sebelum adanya pelaksanaan program dengan kondisi setelah terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat di Desa Sungai Langka dan Wiyono :

No.	Jenis Pelatihan	Kondisi sebelum Pelaksanaan Program	Kondisi sesudah Pelaksanaan Program
1	Ketersediaan Paket Wisata berbasis potensi lokal	Tidak ada	Tersedia 1 Paket
2	Ketersediaan Materi Kepemanduan Wisata ( <i>Storynomics</i> ) sebagai bahan pemanduan	Tidak ada	Tersedia
3	Ketersediaan rencana pemasaran	Tidak ada	Tersedia

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan yang telah diselenggarakan yang terdiri dari pelatihan penyusunan paket wisata berdasarkan kearifan lokal, pelatihan Menyusun materi kepemanduan wisata (*storynomic*), dan pelatihan pemasaran terlaksanakan dengan lancar sesuai dengan metode yang telah ditetapkan. Setiap pelatihan telah mencapai target luarannya masing-masing. Target luaran pelatihan menyusun paket wisata berdasarkan kearifan lokal telah berhasil menyusun komponen paket wisata, jadwal perjalanan (*itinerary*), dan harga paket wisata. Target luaran pelatihan penyusunan materi kepemanduan wisata (*storynomic*) telah berhasil mengidentifikasi cerita yang akan dijadikan sebagai materi kepemanduan yaitu serita legenda sukma ilang, cerita kuburan tua, cerita pertanian dan Perkebunan desa, dan cerita proses tenun sulam jelujur. Selanjutnya target luaran pelatihan strategi pemasaran telah berhasil menciptakan media pemasaran secara digital yaitu *website*, *youtube*, *Instagram*, dan brosur. Kedepannya diharapkan pelatihan-pelatihan lanjutan bisa dileksanakan lagi sebagai upaya meningkatkan kapasitas Masyarakat pengelola desa wisata seperti pelatihan operasional paket wisata, pelatihan Teknik memandu wisata, dan pelatihan strategi promosi dan pemasaran.

## Limitasi

Program pengabdian kepada masyarakat ini masih berfokus pada peningkatan kapasitas pengelola desa wisata dalam aspek pengemasan produk dan pemasaran. Sedangkan peningkatan kapasitas pada aspek lain seperti manajemen, kemitraan, dan lainnya belum dilakukan. Untuk itu kedepannya diharapkan dapat melanjutkan program ini yang berfokus pada aspek lainnya.

## Ucapan terima kasih

Tim pengabdian mengucapkan terimakasih kepada Politeknik Negeri Lampung yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini melalui dana DIPA. Semoga kegiatan ini dapat menjadi kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat desa wisata Sungai Langka dan Wiyono Kabupaten Pesawaran.

## Referensi

- Damayanti, C. N., & Dunan, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Instagram Di Era Pandemi Covid-19. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(01), 48-62.
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi Meningkatkan Peran Media Sosial Dalam Membranding Destinasi Wisata Sebagai Media Pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1-11.
- Edison, E., & Kartika, T. (2024). Pengembangan Storynomic Tourism dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(2), 212-220.
- Irawan, E. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 1(2), 01-16.
- Kemenparekraf. (2021). Mengembangkan Potensi Wisata dengan Storynomics Tourism di Indonesia.
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(1), 101-123.
- Maulinda, S., & Riyanto, S. (2022). The influence of Youtube influencer (Youtuber) on a brand promoted through social media (Youtube). *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 22(1), 79-86.
- Nuriata. (2014). Perencanaan dan pelaksanaan perjalanan wisata.
- Sukmadewi, N. P. R., & Dane, N. (2021). Storynomics Tourism: Kualitas Wisata Desa Tenganan Pegringsingan. *CULTOURE: Culture Tourism and Religion*, 2(2), 194-203.
- Yoeti, O. A. (2006). *Pengantar ilmu pariwisata*