

IBM DESA WISATA KEBONAGUNG DI KABUPATEN BANTUL

Mei Tri Sundari^{1,2}, Rhina Uchyani F¹, Sugiharti Mulya Handayani^{1,2}

¹Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS)

²P4GKM LPPM Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS)

Jln. Ir. Sutami 36 A, Ketingan Surakarta 57126

Email : meitri_sundari@yahoo.com

Abstrak

Desa wisata kebonagung merupakan desa yang dimasukkan pemerintah DIY kedalam Tourism Village Destination tahun 2015. Seiring perkembangannya, desa wisata kebonagung dihadapkan oleh permasalahan rendahnya pertumbuhan pengunjung ke desa tersebut. Permasalahan tersebut disebabkan karena masih sederhananya sistem pemasaran yang dilakukan sehingga membuat daya tarik terhadap desa wisata tersebut juga kurang begitu baik, untuk mengatasi masalah tersebut perlu sebuah langkah kongkrit berupa terobosan dalam sistem pemasaran salah satunya adalah dengan menggunakan e-commerce atau sering disebut dengan pemasaran online dengan media website. Selain dari sisi pemasaran pengembangan terhadap produk desa wisata khususnya kuliner perlu ditingkatkan untuk menambah daya tarik wisatawan ketika melihat proses pemasaran e-commerce yang dilakukan. Pengembangan produk kuliner tersebut didukung dengan tersedianya potensi alam berupa pohon pisang yang dapat dimanfaatkan. Olahan tersebut selain menambah daya tarik juga akan membuat trademark atau ciri khas pada desa wisata kebonagung. Introduksi e-commerce dan pembuatan olahan kue dilakukan dengan cara pelatihan yang diberikan kepada pengelola desa wisata. Hasil dari pelatihan pembuatan website dan pengolahan aneka makan dapat diterapkan dengan baik oleh pengelola desa wisata kebonagung. Dampak dari pelatihan tersebut berpotensi menambah jumlah wisatawan yang berkunjung karena tujuan destinasi wisata desa kebon agung berada di halaman pertama dalam mesin pencarian destinasi wisata melewati google dan website. Hal tersebut menunjukkan bahwa untuk jangkauan pemasaran melalui e-commerce jauh lebih luas sehingga meningkatkan potensi pengunjung Pelaksanaan pelatihan pengolahan kue dapat diikuti dengan baik oleh kelompok wanita wijaya desa kebon agung sehingga dapat dikembangkan untuk menambah daya tarik desa wisata tersebut serta penambahan peningkatan perekonomian bagi masyarakat sekitar.

Kata Kunci : *Pemasaran, kunjungan, desa wisata*

A. PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai salah satu sektor dalam pembangunan Indonesia. Pentingnya sektor pariwisata untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi kreatif disuatu daerah membuat pemerintah Indonesia terus mengembangkan sektor pariwisatanya. Melalui PNPM Mandiri Kepariwisata pemerintah melalui Kementerian Kepariwisata menargetkan 2000 Desa/Kampung Wisata di Indonesia pada tahun 2014. Desa/kampung wisata merupakan integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung lainnya yang tersaji dalam suatu stuktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku (DinasPariwisata DIYb, 2014).

Dewasa ini para wisatawan mulai menggemari tempat wisata yang tidak hanya sekedar menyajikan keindahan alamnya saja tetapi lebih kepada interaksi masyarakat. Oleh karena itu mulai berkembang jenis wisata minat khusus, yaitu wisata alternatif yang disebut desa wisata. Desa wisata ini menawarkan kegiatan wisata yang menekankan pada unsur-unsur pengalaman dan bentuk wisata aktif yang melibatkan wisatawan berhubungan langsung dengan masyarakat setempat. Dengan menonjolkan ciri kelokalan budaya setempat diharapkan desa wisata ini mampu bersaing dengan tempat wisata lain.

Desa wisata merupakan suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, kesehatan, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas (Soemarno dalam Dinas Pariwisata DIYa, 2014). Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki destinasi desa wisata yang banyak yaitu berkisar 112 desa/kampung wisata yang terdaftar di Dinas Pariwisata DIY pada tahun 2015, akan tetapi dalam perkembangannya hanya sekitar 30 desa wisata yang layak jual ditinjau dari sarana dan prasarana yang dimiliki oleh desa/kampung wisata tersebut.

Salah satu desa wisata yang layak untuk dikembangkan dan dikunjungi adalah Desa Wisata Kebonagung. Desa yang terletak di Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara karena dikenal sebagai Desa Wisata Pertanian dan Budaya. Selain itu, Desa Wisata Kebonagung juga menawarkan beragam wisata menarik seperti wisata air di Bendungan Tegal, wisata budaya dan wisata seni karawitan, Gejok Lesung, Seni dan wisata kerajinan tangan

Tingginya potensi wisata di Desa Kebonagung tersebut tidak diimbangi dengan proses pemasaran yang baik oleh pihak pengelola desa wisata. Selama ini pihak pengelola hanya bersifat menunggu wisatawan saja tanpa adanya proses pengenalan desa wisata ke ranah publik. Walau ada kecenderungan peningkatan jumlah wisatawan dari tahun ke tahun, namun apabila dibandingkan dengan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata lain yang menjual atraksi dan obyek yang relatif sama, jumlah pengunjung Desa Wisata Kebonagung masih jauh tertinggal. Berikut disajikan data perbandingan pengunjung Desa Wisata Kebonagung di Kabupaten Bantul dengan Desa Wisata Pentingsari yang berada di Kabupaten Sleman selama 5 tahun terakhir.

Tabel 1. Perbandingan Jumlah Pengunjung Desa Wisata Kebonagung dan Desa Wisata Pentingsari Lima Tahun Terakhir (2010 – 2014)

Tahun	Jumlah Pengunjung (Orang)	
	D W Kebonagung	D W Pentingsari
2010	1.493	9.575
2011	1.775	19.861
2012	2.252	30.389
2013	2.256	26.249
2014	3.218	28.649

Sumber : Pengurus D W Kebonagung dan Pengurus D W Pentingsari

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Desa Wisata Pentingsari jauh lebih banyak dibandingkan wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Kebonagung. Disamping kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pengelola desa wisata kebonagung, faktor barang yang ditawarkan di desa wisata kebonagung khususnya pada jenis kuliner juga masih kurang dikembangkan dengan baik.

Pengembangan kuliner tersebut terkait dengan keseragaman dan ciri khas kuliner yang ditampilkan pada desa wisata tersebut belum terkelola dengan baik. Hal tersebut disebabkan apabila wisatawan yang berkunjung serta menggunakan jasa homestay yang tersedia di desa wisata kebonagung akan mendapat hidangan berbeda-beda tergantung homestay yang ditempati. Hal tersebut akan berdampak kepada perbedaan tingkat kepuasan terhadap home stay yang ditempati. Tingginya potensi alam yang mendukung seperti terdapatnya pohon pisang yang sangat banyak. Seharusnya hal tersebut bukan menjadi permasalahan bagi desa wisata untuk membuat kuliner ciri khas di desa wisata tersebut yang memiliki daya tarik dan marketable.

B. SUMBER INSPIRASI

Keberadaan Desa Wisata Kebonagung cukup diperhitungkan. Hal ini dibuktikan dengan dimasukkannya Desa Wiata Kebonagung dalam Tourism Village Destination yang dikeluarkan oleh Dinas pariwisata DIY pada tahun 2015. Namun dalam perkembangannya, Desa Wisata Kebonagung masih banyak menemui kendala, salah satu diantaranya adalah masih rendahnya tingkat kunjungan wisatawan. . Masih rendahnya jumlah tamu yang berkunjung di Desa Wisata Kebonagung, salah satu penyebabnya adalah teknik pemasaran yang masih sangat sederhana dan tradisional. Selain itu ditinjau dari aspek produk khususnya pada kuliner desa wisata kebon agung belum memiliki keseragaman sajian kuliner untuk wisatawan ketika menggunakan jasa homestay di Desa wisata Kebon Agung. Selama ini kualitas dan kuantitas kuliner yang disajikan untuk wisatawan berbeda beda tergantung home stay yang ditempati. Sehingga hal tersebut berdampak kepada tingkat kepuasan yang berbeda beda terhadap Desa Wisata Kebonagung. Selain itu belum adanya produk kuliner khas dari desa wisata Kebon Agung membuat daya tarik wisatawan berkurang. Sehingga berdasarkan hal tersebut perlu adanya sebuah teknik pemasaran yang berdaya saing dan peningkatan produk unggulan lokal perlu dilakukan guna meningkatkan pengunjung desa wisata kebonagung.

C. METODE

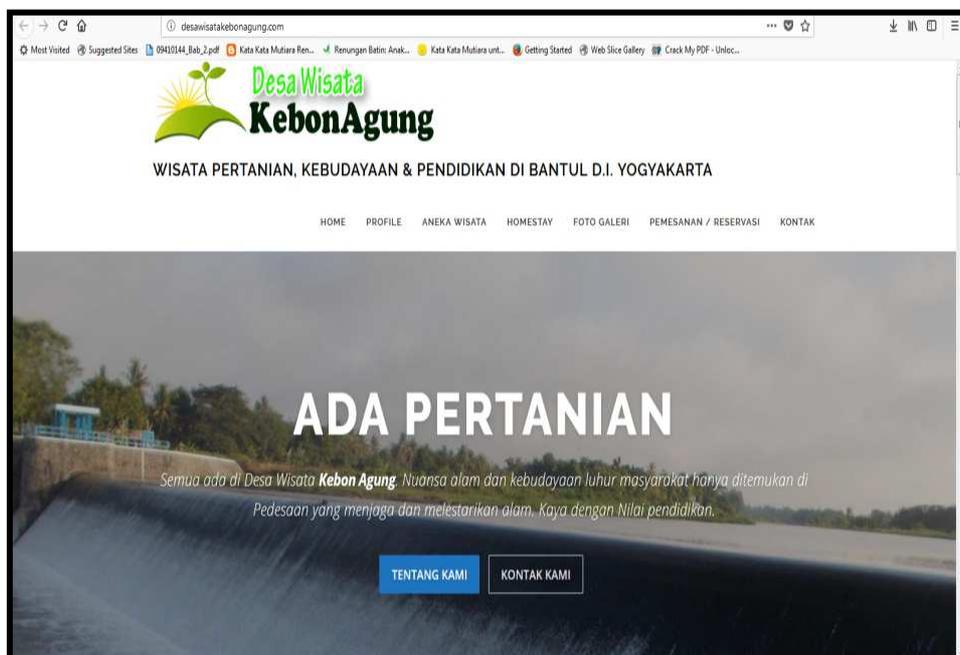
Berdasarkan permasalahan yang terdapat pada desa wisata kebonagung tersebut yaitu tentang masih sederhananya proses pemasaran yang dilakukan dan belum adanya keseragaman hidangan kuliner untuk para tamu yang menggunakan jasa homestay serta belum adanya ciri khas kuliner yang terdapat di desa wisata kebonagung membuat tingkat kepuasan pengunjung akan berbeda beda. Sehingga untuk memecahkan masalah tersebut dilakukan dengan cara Focus Group Discussion yang melibatkan mitra serta pihak-pihak lainnya yang terkait seperti pihak pemerintahan dan pihak pengelola desa wisata. Tujuan kegiatan FGD adalah untuk mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan, penggalian potensi, keterlibatan mitra, serta pihak pendukung lainnya untuk mengatasi permasalahan yang ada, serta evaluasi setiap tahapan pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan hasil diskusi solusi untuk mengatasi hal tersebut dilakukanlah sebuah pelatihan terakait pemasaran dan pengembangan produk kuliner desa wisata kebon agung.

Pelatihan pemasaran dilakukan dengan pelatihan e-commerce pada mitra berupa pengelolaan website yang bertujuan untuk proses pemasaran lebih baik lagi. Electronic Commerce(e-commerce) merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet (Shim, Qureshi, Siegel, Siegel, 2000). kemajuan teknologi telah melahirkan metode transaksi yang dikenal dengan istilah e-commerce(electronic commerce). E-commerce merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet (Haris, 2004)

Pelatihan yang kedua adalah pengembangan produk unggulan daerah yang berupa pembuatan snack makanan ringan dan aneka kudapan kue berbahan dasar pisang yang memanfaatkan potensi alam sekitar. Banyaknya pohon pisang yang terdapat didaerah desa wisata perlu dimanfaatkan untuk menciptakan trademark produk unggulan daerah. Pelatihan tersebut diberikan kepada kelompok wanita yang terdapat di desa wisata tersebut yang nantinya akan mengelola produk produk kuliner di desa wisata tersebut.

D. KARYA UTAMA

Karya utama dalam kegiatan ini berupa pembuatan e-commerce berupa website untuk desa wisata yang digunakan untuk proses pemasaran secara online. Dengan adanya website desa wisata dapat dikenal lebih banyak lagi oleh orang. Selain pelatihan pemasaran kegiatan pelatihan lainnya berupa pengembangan produk olahan berupa olahan kue yang berbahan dasar pisang serta aneka snack. Olahan tersebut yang akan dipergunakan untuk membentuk kuliner ciri khas atau trademark desa wisata kebonagung. Sehingga selain dikenal dengan keindahan pesona alamnya kedepannya desa wisata kebon agung juga memiliki ciri khas kuliner yang berbahan dasar dari alam sekitarnya seperti makanan olahan pisang.



Gambar 1. Website Desa Wisata Kebonagung



Gambar 2. Olahan Oleh-oleh Snack Ringan



Gambar 3. Olahan Kue Berbahan Dasar Pisang

E. ULASAN KARYA

Pelaksanaan kegiatan ini menghasilkan dua karya utama yang berfungsi untuk promosi dan pengembangan produk desa wisata kebon agung. Hasil karya tersebut antara lain adalah sebagai berikut

1. Website Desa Wisata Kebonagung

Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pemasaran. Electronic Commerce (E-Commerce) didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Media yang digunakan untuk e-commerce adalah website. Website adalah kumpulan halaman-halaman situs yang saling berhubungan dalam suatu domain atau subdomain. Website biasa ditulisdalam bahasa HTML (*Hypertext Markup Language*) halaman web ini biasanya diakses melalui protokol HTTP yang menyampaikan informasi dari web server kepada user dengan menggunakan web browser. Secara garis besar, e-commercesaat ini diterapkan untuk melaksanakan aktivitas ekonomi *business to consumer* yaitu bentuk bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan para pelanggan lewat internet, menyediakan instrumen penjualan produk-produk atau jasa-jasa dan mengatur komunikasi dan hubungan dengan para pelanggan (Haris, 2004).

Berdasarkan hal tersebut kemudian dibuat website yang memuat informasi mengenai produk produk yang ada di desa wisata kebonagung. Tahapan pertama pembuatan website yaitu menentukan tujuan pembuatan website yaitu menyediakan layanan informasi tentang produk. Penetapan target pengunjung pada website yang akan dibuat. Kemudian untuk tahapan terakhir adalah pemberian konten-konten pada website ditentukan oleh pengurus Desa Wisata Kebonagung. Konten konten tersebut seperti produk-produk wisata yang ada pada desa wisata tersebut. proses proses pembuatan konten konten website disediakan oleh pengurus desa. Adapun material website meliputi seni-seni kerajinan foto foto kegiatan dan produk wisata karawitan. Wisata gejak lesung bertujuan untuk mengingatkan kembali wisatawan bahwa pada jaman dahulu belum ada mesin penggiling padi sehingga para wanita mengupas kulit padi dengan lesung tersebut.

2. Pembuatan Snack Makanan Ringan

Pembuatan snack makanan ringan dilakukan untuk mengatasi permasalahan tidak adanya keseragaman sajian kuliner di setiap home stay di desa wisata kebon agung. Selama ini wisatawan yang berkunjung di desa tersebut akan mendapatkan sajian kuliner tergantung pada rumah yang ditempati. Tidak ada standart kesamaan jenis makanan diseluruh homestay desa wisata untuk para pengunjung, hal tersebut berdampak kepada perbedaan tingkat kepuasan setiap wisatawan pada setiap home stay. Terkadang ada wisatawan yang merasa puas dengan sajian homestay yang ditempati akan tetapi terkadang ada yang tidak merasa puas terhadap sajian yang ditempati. Penurunan tingkat kepuasan tersebut lah yang akan membuat wisatawan tidak merasa puas terhadap kunjungan ke desa wisata kebon agung sehingga berdampak kepada pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan

Pelatihan pembuatan makanan ringan yang diperuntukan untuk kelompok wanita Desa Wisma Jayan diharapkan dapat mengatasi permasalahan tersebut. Dengan adanya pelatihan tersebut kelompok wanita yang akan mengelola homestay akan menetapkan standart hidangan yang sama yang akan diberikan kepada pengunjung. Salah satu hidangan yang akan disajikan adalah snack makanan ringan. Pelatihan tersebut diberikan dengan cara pembekalan materi terlebih dahulu. Tahapan berikutnya setelah pembekalan materi adalah praktek pembuatan langsung yang dipandu oleh pakar kuliner yang berkompeten. Bahan-bahan yang digunakan dalam pelatihan serta pembuatan makanan tersebut sangat mudah didapat dan dicari sehingga membuat pelatihan tersebut sangat diminati peserta dan mudah diterapkan oleh peserta. Selain pembekalan berupa materi tim IBM juga menghibahkan alat-alat pembuat kudapan makanan tersebut berupa oven, cetakan kue, dan alat pendukung lainnya. Kedepannya alat-alat tersebut akan dipergunakan bersama untuk memproduksi hidangan makanan yang akan disajikan untuk para wisatawan

3. Pembuatan Makanan Berbahan Dasar Pisang

Pemanfaatan pisang sebagai dasar pembuatan kue bertujuan untuk memaksimalkan potensi yang ada di daerah desa wisata yang banyak terdapat pohon pisang. Selama ini pisang yang ada di daerah desa wisata hanya dijual ataupun dimanfaatkan dalam keadaan segar. Hal tersebut berdampak kepada nilai jual dari pisang tersebut yang tidak terlalu tinggi. Perlunya sebuah pelatihan olahan pisang selain untuk menambah nilai jual dari pisang tersebut juga akan menciptakan sebuah kuliner ciri khas daerah atau trade mark kuliner yang akan melekat pada desa wisata kebonagung tersebut. Sehingga selain dikenal sebagai desa wisata budaya juga akan dikenal sebagai desa dengan olahan pisang.

Pembuatan olahan pisang tersebut diharapkan juga akan menambah tingkat kepuasan wisatawan khususnya terhadap sajian kuliner yang disediakan oleh pengelola desa wisata kebonagung. Untuk menunjang kualitas dari produk yang akan dihasilkan, tim IBM juga akan mendampingi dalam proses pengemasan atau packaging dari produk makanan yang dihasilkan nantinya. Sehingga selain proses pembuatannya, kegiatan pelatihan juga meliputi pengemasan produk olahan makanan tersebut. Hasil dari produksi makanan tersebut akan dikemas dengan menggunakan plastik berstandart SNI serta untuk meningkatkan daya tarik akan dilabel dengan sticker ber tanda desa wisata kebon agung. Selain untuk menambah nilai jual pengemasan dilakukan untuk menambah daya tarik bagi produk itu sendiri. Menurut belch (2004), kemasan bukan lagi sebagai pelindung atau wadah tetapi harus dapat menjual produk yang dikemasnya. Desain kemasan (packaging) merupakan salah satu strategi pemasaran yang menjadi andalan para pemasar

Kedepannya dengan adanya pelatihan tersebut kelompok Wanita Dasa Wisma Jayan dapat memasarkan produknya lebih luas lagi. Hal tersebut akan berdampak kepada peningkatan pendapatan bagi masyarakat sekitar yang akan menunjang pada tingkat kesejahteraan masyarakat di sekitar Desa Wisata Kebon Agung

F. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian IbM DESA WISATA KEBONAGUNG DI KABUPATEN BANTUL ini memberikan dampak kepada mitra berupa:

- 1) Peningkatan pengetahuan tentang pembuatan website yang baik dan benar serta pengelolaannya sehingga Desa Wisata kebonagung dapat dikenal lebih luas dan berpotensi meningkatkan kunjungan wisata.
- 2) Peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pengolahan makanan kering untuk menyediakan snack yang sama kepada para pengunjung.
- 3) Peningkatan ketrampilan pengolahan aneka olahan berbahan pisang untuk memanfaatkan potensi pisang yang ada di Desa Wisata kebonagung sekaligus menambah pendapatan dari hasil penjualannya.

2. Saran

- (1) Pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh dari program IbM dapat disebarluaskan kepada masyarakat desa yang lain, yang belum mengikuti pelatihan sehingga peningkatan ketrampilan dan pengetahuan tersebut tidak hanya untuk peserta tetapi juga untuk masyarakat yang membutuhkan
- (2) Peralatan yang diberikan dari program IbM, baik berupa peralatan masak dan proyektor dapat dirawat sebaik-baiknya sehingga dapat digunakan dalam jangka yang lama.

G. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Adanya kegiatan pelatihan tersebut berdampak positif terhadap kemajuan desa wisata kebonagung. Sistem pemasaran yang bermula sederhana yang hanya berfokus terhadap offline yaitu dengan mulut kemulut atau menunggu pengunjung datang, sekarang berubah menjadi sistem pemasaran online dengan e-commerce yang jauh lebih baik dalam artian jangkauan pemasaran lebih luas karena website desa wisata kebonagung berada pada halaman pertama sistem pencarian destinasi wisata di Yogyakarta melalui media google. Informasi yang diberikan kepada calon pengunjung dengan media online jauh lebih jelas karena mencakup konten-konten alamat, produk yang ditawarkan, harga, serta informasi lebih lanjut lagi sehingga berpotensi meningkatkan calon wisatawan. Pemanfaatan buah pisang untuk membuat makanan khas daerah desa wisata berpotensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengunjung. Hal tersebut akan sejalan dengan peningkatan kesejahteraan dari para masyarakatnya karena menambah sumber mata pencaharian tambahan.

H. DAFTAR PUSTAKA

- (1) Asyari H. 2015. Buku Pegangan Desa Wisata Materi Bimbingan Teknis Untuk Desa Wisata. Pusat Informasi Desa-desa Wisata DIY Tourista Anindya Guna
- (2) Dinas Pariwisata DIYa. 2014. Laporan kemajuan Kajian Pengembangan Desa Wisata di DIY.
- (3) Dinas Pariwisata DIYb. 2014. Laporan Akhir Kajian Peranan Desa/ Kampung Wisata Terhadap Pengembangan Pariwisata DIY
- (4) Sidu D. 2006. Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan Lindung Jompi, Kabupaten Muna, Provinsi Sulawesi Tenggara. Disertasi Doktor. Pasca Sarjana IPB. Bogor
- (5) Haris F A2004. Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam. Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI MUI
- (6) Belch, George dan Belch Michael 2009. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. New York: McGraw Hill
- (7) Harminingtyas, Rudika. 2012. “Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang”. Jurnal STIE Semarang. VOL. 4, NO 3. Edisi Oktober 2012 (ISSN : 2252-7826)