


Model Pengembangan Desa Wisata Teringrasi



Deskripsi	*Link Dokumen Pendukung
<p>Hak Cipta Buku Pemasaran Pariwisata (2018), dan Agrowisata sebagai Pariwisata Alternatif (2015) telah diimplementasikan dalam bentuk Program Pengabdian Masyarakat pada Desa Wisata Blimbingsari pada tahun 2018. Desa Wisata ini telah dapat berkembang lebih cepat dan tertata dengan rapi dengan penataan aspek 4A: Atraksi wisata berupa daya Tarik wisata rohani, Amenitas berupa Homestay, Akses desa yang bersih dan tertata rapi, dan Ansileri pengelolaan SDM yang terbentuk dalam Komite Pariwisata Desa Blimbingsari.</p>	<p>Link Desa Blimbingsari: https://www.blimbingsari.desa.id/</p> <p>Link Daya Tarik Wisata:</p> <ol style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=PBKbytFuZDA&t=230s https://www.youtube.com/watch?v=MjZeYL2Bb54 https://www.youtube.com/watch?v=Owm_BbQotPk <p>Link Amenitas:</p> <ol style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=1hPfjV6k6NY8&t=13s https://rautama.wordpress.com/2023/09/07/papan-nama-homestay-desa-wisata-blimbingsari-melaya-jembrana/ https://rautama.wordpress.com/2018/04/20/e-commerce-food-and-beverage-and-homestay-training-in-rural-tourism-blimbingsari-by-tim-pkm-universitas-dhyana-pura-bali/ <p>Link Akses Desa: https://www.youtube.com/watch?v=mjmr88prtpE</p> <p>Link Ansileri: https://dwblimbingsari.wordpress.com/</p> <p>Link Video Penghargaan: https://www.youtube.com/watch?v=RW-rLRdELz4</p> <p>Link PKM:</p>

Deskripsi	*Link Dokumen Pendukung
 <p>KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN, KEMENTERIAN PERDAGANGAN DAN KAWASAN PERINDUSTRIAN SURAT PENCATATAN CIPTAAN</p> <p>Ciptaan berupa perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2010 tentang Hak Cipta, dengan isi mendaftarkan: Nomor dan tanggal pendaftaran: ECC0021038860, 13 April 2018</p> <p>Pencipta Nama: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, MA. Alamat: Cemp. Desa Sda-1st/ 1A, Lingsi, Karang Selayang, Kai, Badung, Kab. Mangrove, Bali, 80551 Indonesia.</p> <p>Pemegang Hak Cipta Nama: Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, MA. Alamat: Cemp. Desa Sda-1st/ 1A, Lingsi, Karang Selayang, Kai, Badung, Kab. Mangrove, Bali, 80551 Indonesia.</p> <p>Keaslian Ciptaan Jenis Ciptaan: Seni Jumlah Ciptaan: 1 Baga (2017) di Youtube</p> <p>Tanggal dan tempat ditandatangani untuk pendaftaran hak di bidang industri atau di luar wilayah Indonesia: Jangka waktu perlindungan: Nomor pencatatan: 0001034481</p> <p>Setelah dasar pendaftaran berdasarkan yang diberikan oleh Pencipta, Surat Pendaftaran Hak Cipta akan diberikan oleh Menteri pada tanggal: Pukul 7:00 Lindang Lindang Nomor 28 Tahun 2018 tentang Hak Cipta.</p> <p>Jika KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN DAN KAWASAN PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN DAN KAWASAN PERINDUSTRIAN, Dr. Firdausy HANIN, S.H., LL.M., AGCS, NIP. 19621101040231021</p>	<ol style="list-style-type: none"> https://raiotama.wordpress.com/2018/10/02/video-pelaksanaan-pkm-desa-wisata-blimbingsari-melaya-jembrana-bali/ https://raiotama.wordpress.com/2018/04/17/pelaksanaan-pkm-desa-wisata-blimbingsari-2018/

Program Kemitraan Masyarakat Desa Wisata Blimbingsari, Melaya, Jembrana, Bali

^{1*}I Gusti Bagus Rai Utama, dan ²I Wayan Ruspindi Junaedi

^{1,2}Fakultas Ekonomika dan Humaniora

*Email: raiutama@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan warga Desa Wisata Blimbingsari yang menjadi prioritas untuk dipecahkan adalah minimnya pengetahuan tentang pentingnya *hygiene* dan sanitasi, serta rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan hidangan. Masalah lainnya yang segera menjadi prioritas adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan kamar atau akomodasi yang telah dikelola oleh kelompok masyarakat di desa tersebut. Setelah menjadi menjadi Desa Wisata, banyak kendala yang dihadapi oleh desa tersebut khususnya yang berhubungan aspek pemasaran, penataan akomodasi, dan penataan kuliner. Kelompok usaha jasa akomodasi yang telah ada di desa tersebut sangat memerlukan adanya pendampingan terhadap manajemen tata graha berupa penataan akomodasi yang sesuai dengan harapan wisatawan, namun tetap bernuansa perdesaan serta sesuai dengan kemampuan penyediaan akomodasi kelompok usaha jasa akomodasi yang ada di Desa Wisata Blimbingsari. Hasil dari pendampingan pada kedua kelompok usaha tersebut adalah terjadinya peningkatan kinerja kelompok yang mampu menyediakan layanan akomodasi dan kuliner yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari aspek *hygiene*, sanitasi, budaya setempat. Tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata tersebut semakin meningkat seiring mudahnya mendapatkan informasi tentang keunikan dan daya tarik desa, akomodasi, dan paket wisata yang disediakan oleh warga desa. Penelusuran tentang berbagai informasi dapat di lihat dari youtube, traveloka, booking, dan tentunya dari *website/blog* tentang Desa Wisata Blimbingsari.

Kata kunci: desa wisata, akomodasi, kuliner, *hygiene* dan sanitasi, wisatawan, kelompok masyarakat.

ABSTRACT

The problem of the Blimbingsari Tourism Village that was a priority in this project was the lack of knowledge about the hygiene and sanitation, as well as the knowledge and skills in plating and service of dishes. Another immediate priority issue was the increase level of knowledge and skills of arranging rooms or accommodation that has been managed by the community groups in the village. After being designated as a tourist village, Blimbingsari face many obstacles particularly related to aspects of marketing, accommodation arrangement, and culinary arrangement. The existing accommodation service business group in the village is in need of assistance to the management of accommodation arrangement in accordance with the expectations of tourists, but still the nuances of the village and in accordance with the ability of accommodation services in Blimbingsari Tourism Village. The result of the assistance in both units was the improvement of group performance that is able to provide accommodation and culinary services in accordance with the expectations of tourists, from aspects of hygiene, and sanitation. The level of tourist visits to the Tourism Village of Blimbingsari is increasing as it is easy to get information about the uniqueness and attractiveness of villages, accommodation, and tour packages provided by villagers. Search information about Tourism Village of Blimbingsari can be viewed from youtube, traveloka, booking, and of course from the website / blog as some resuts of solving of problem of the Blimbingsari Tourism Village.

Keywords: *Blimbingsari Tourism Village, accommodation, culinary, hygiene and sanitation, tourists, community groups*

PENDAHULUAN

Desa Blimbingsari terletak di Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana, Bali, dengan penduduk mayoritas beragama Kristen Protestan di tengah-tengah masyarakat Bali yang sebagian besar menganut agama Hindu. Warga desa yang merupakan orang-orang Bali asli ini walau telah berpindah agama namun tidak meninggalkan kebudayaan asli mereka. Keunikan desa ini dapat dilihat dari arsitektur gereja yang jika dilihat dari depan nampak seperti sebuah pura. Tata ruang dalam membangun desapun masih memegang kebudayaan Bali yang kuat (Ari dan Pursika, 2015).



Gambar 1. Kantor Desa Wisata Blimbingsari

Desa ini menjadi Desa Wisata yang sejak 16 Desember 2011 ditetapkan sebagai Desa Wisata oleh Gubernur Bali dan diresmikan oleh Bupati Jembrana pada tanggal 25 Desember 2011 tentu saja tidak terjadi dengan begitu saja. Sebuah perjalanan yang sangat panjang telah dilalui oleh Desa Blimbingsari sehingga menjadi desa yang makmur. Desa Blimbingsari terletak sekitar 25 km ke arah barat pusat kota Negara, Jembrana yang merupakan desa Kristen pertama di Bali dengan mayoritas penduduknya yang beragama Kristen (Wuni *at al*, 2014).

Permasalahan Mitra

Permasalahan warga Desa Wisata Blimbingsari yang menjadi prioritas untuk dipecahkan adalah minimnya pengetahuan tentang pentingnya *hygiene* dan sanitasi, serta rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan hidangan. Masalah lainnya yang segera menjadi prioritas adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan kamar atau akomodasi yang telah dikelola oleh kelompok masyarakat di desa tersebut. Sebelum ditetapkan menjadi Desa Wisata, desa tersebut telah didampingi oleh Universitas Dhyana Pura dalam hal ini Lembaga Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat khusus dalam bidang kepariwisataan. Setelah menjadi menjadi Desa Wisata, banyak kendala yang dihadapi oleh desa tersebut khususnya yang berhubungan aspek pemasaran, penataan akomodasi, dan penataan kuliner.

Kelompok usaha jasa akomodasi yang telah ada di desa tersebut sangat memerlukan adanya pendampingan terhadap manajemen tata graha berupa penataan akomodasi yang sesuai dengan harapan wisatawan, namun tetap beruansa perdesaan serta sesuai dengan kemampuan penyediaan akomodasi kelompok usaha jasa akomodasi yang ada di Desa Wisata Blimbingsari. Rupanya kendala lainnya juga sedang dihadapi oleh masyarakat desa tersebut yakni kendala terhadap aspek *hygiene* dan sanitasi makanan dan minuman yang dihadapi oleh kelompok usaha jasa kuliner. Kelompok tersebut, sangat memerlukan pendampingan terhadap usahanya agar sajian yang diberikan oleh kelompok jasa kuliner tersebut sesuai dengan harapan para wisatawan yang menginap di desa tersebut. Kedua kelompok tersebut di atas adalah kelompok vital pendukung keberlanjutan Desa Wisata Blimbingsari karena letak desa ini cukup jauh dari pusat-pusat kota yang biasa menjual makanan dan minuman, dan jasa akomodasi sehingga penyediaan jasa akomodasi dan kuliner di desa tersebut menjadi amat vital.



Gambar 2. Sosialisasi tata hidangan bersama warga mitra Desa Wisata Blimbingsari

Hasil dari pendampingan pada kedua kelompok usaha tersebut adalah terjadinya peningkatan kinerja kelompok yang mampu menyediakan layanan akomodasi dan kuliner yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari aspek *hygiene*, sanitasi, budaya setempat. Tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata tersebut semakin meningkat seiring mudahnya mendapatkan informasi tentang keunikan dan daya tarik desa, akomodasi, dan paket wisata yang disediakan oleh warga desa. Penelusuran tentang berbagai informasi dapat di lihat dari youtube, traveloka, booking, dan tentunya dari *website/blog* tentang Desa Wisata Blimbingsari.

Kelompok Usaha Jasa Akomodasi, dan Usaha Jasa Boga

Sebelum ditetapkan menjadi Desa Wisata, sebagai masyarakat telah menyiapkan rumah mereka menjadi akomodasi bagi para wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata tersebut. Permasalahan nyata yang dihadapi oleh kelompok usaha jasa akomodasi tersebut adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar sehingga amat memerlukan pendampingan dari perguruan tinggi yang memiliki dosen pariwisata khususnya yang kompeten dengan penataan kamar. Pendampingan dengan memberikan program pelatihan kepada para anggota kelompok usaha akomodasi adalah solusi yang ditawarkan dan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar.

Kelompok usaha lainnya yang menghadapi permasalahan adalah kelompok usaha jasa boga atau kuliner. Bagi para

wisatawan, makanan tidak saja rasa enak, tetapi juga masalah seni penataan dan etika. Rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan hal ini, telah menjadi kendala dalam usaha memuaskan wisatawan sehingga permasalahan ini prioritas untuk dituntaskan. Pendampingan dengan memberikan program pelatihan kepada para anggota kelompok usaha jasa boga adalah solusi yang ditawarkan dan dipercaya dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan makanan dan minuman yang dihidangkan untuk para wisatawan.



Gambar 3. Sosialisasi internet bersama warga mitra Desa Wisata Blimbingsari

Secara keseluruhan, pengelola Desa Wisata juga mengalami permasalahan pemasaran yang nampak dari minimnya tingkat kunjungan, dan masalah aksesibilitas karena jarak Desa Blimbingsari yang tergolong cukup jauh dari Pusat Kota Denpasar yakni sekitar 100 km. Permasalahan ini dipercaya dapat diatasi dengan penyediaan brosur *online* dalam bentuk *website* yang menyediakan program/paket wisata agar para wisatawan lebih tertarik untuk menginap di desa tersebut, tidak sekedar berkunjung singgah saja. Paket wisata menginap telah berdampak langsung terhadap peningkatan permintaan terhadap kamar, dan kuliner.

Untuk Masyarakat Calon Pengusaha (Tracking dan Wisata Agro)

Keberhasilan kedua kelompok di atas, berdampak terhadap peluang usaha lainnya di desa tersebut. Paket-paket wisata dapat dirancang lebih lengkap dengan mengintegrasikan dengan usaha lainnya seperti usaha *tracking* menyusuri Taman Nasional Bali Barat karena desa tersebut berbatasan secara langsung. Terciptanya

usaha *tracking* dapat membuka peluang kerja bagi para pemuda di desa tersebut.



Gambar 4. Sosialisasi tata boga bersama warga mitra Desa Wisata Blimbingsari

Kelompok usaha lainnya yang dapat dikembangkan adalah usaha wisata agro kelapa karena Desa Blimbingsari memang telah dikenal sebagai penghasil buah kelapa. Buah kelapa yang dihasilkan oleh warga desa Blimbingsari dijual dalam bentuk biji kering sebagai bahan minyak goreng. Usaha agro seperti wisata edukasi pembuatan gula merah, memetik buah kelapa muda (*degan*) dan sejenisnya dapat dikembangkan jika memang tingkat kunjungan ke Desa Wisata tersebut bertumbuh secara konsisten, dan sekaligus menjadikan paket wisata agro sebagai daya tarik bagi para wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut.



Gambar 5. Sosialisasi tata boga bersama warga mitra Desa Wisata Blimbingsari

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka tim pengabdian menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

- 1) Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar (*Homestay*) dan

- 2) Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta *hygiene* dan sanitasi (Tata Boga)
- 3) Meningkatkan kunjungan ke Desa Wisata Blimbingsari (Promosi) dan memiliki media promosi yang efektif dan efisien (*e-commerce*)

Solusi yang telah dilakukan

- 1) Menyelenggarakan pelatihan Tata Graha untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar.
- 2) Menyelenggarakan pelatihan Tata Boga untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta *hygiene* dan sanitasi.
- 3) Menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *e-commerce* terapan.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi PKM ini dilaksanakan di Desa Wisata Blimbingsari, Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembarana, Bali kearah Tabanan menuju Gilimanuk. Program dan solusi yang ditawarkan adalah program yang bersifat nyata dalam rangka peningkatan pengetahuan dan ketrampilan para anggota kelompok usaha jasa boga, dan akomodasi yang telah berkembang di Desa Blimbingsari.



Gambar 6. Kegiatan sosialisasi pengelolaan *homestay* bersama warga mitra Desa Wisata Blimbingsari

Metode yang digunakan pada program PKM ini adalah sosialisasi yang bertujuan meningkatkan aspek pengetahuan para anggota kelompok usaha, baik itu

usaha Jasa Boga, maupun Akomodasi. Selain sosialisasi, PKM ini juga menggunakan metode pelatihan untuk menerapkan teknik Tata Boga Tata Hidangan, Tata Graha, dan teknik promosi yang efektif dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target pengabdian pada masyarakat ini adalah kelompok UKM usaha Jasa Akomodasi, dan usaha jasa akomodasi yang ada di Desa Wisata Blimbingsari, Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana, Provinsi Bali. Perkembangan Desa Wisata Blimbingsari menurut ketua kelompok usaha jasa boga, dan akomodasi menyampaikan kepada ketua tim pengabdian bahwa masih rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar, masih rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta *hygiene* dan sanitasi, masih minimnya tingkat kunjungan ke Desa Wisata Blimbingsari karena kurangnya promosi, masalah aksesibilitas karena jarak Desa Blimbingsari yang tergolong cukup jauh dari Pusat Kota Denpasar yakni 100 km, belum memiliki media promosi yang efektif dan efisien seperti *Website*, dan belum memiliki *visitor center* yang akurat khususnya berhubungan dengan pendataan wisatawan sehingga sering terjadi kendala terhadap layanan pusat layanan informasi wisata desa.

Kegiatan Sosialisasi

Bertempat di Balai Desa Blimbingsari Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Dhyana Pura yang didukung oleh Kemenristekdikti RI datang dengan Ketua Tim yaitu Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, dan anggota Tim adalah Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi beserta para anggota tim lapangan yaitu Christine Suyasa, BS., M.Par (Dosen Tata Graha), Sidhi Bayu Turker, SH, M.Par (Dosen Pariwisata), Ni Kadek Widya Astuti, SE., M.Par (Dosen Pariwisata) , Dra. Ni Made Erpia Ordani Astuti, M.Pd (Dosen Tata Boga), dan I Gede Agus Mertayasa, SE.,MM (Dosen Tata Hidang). Kegiatan diikuti oleh 60 peserta yang terdiri dari 5 orang perangkat Pemerintahan Desa

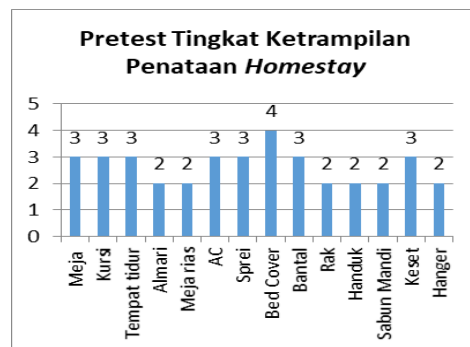
Blimbingsari, 50 orang pemilik *guesthouse* dan 5 orang pengurus Komite Pariwisata Desa Blimbingsari.

Sosialisasi dilaksanakan secara konvensional dengan cara mengundang atau menghadirkan peserta dalam suasana belajar yang interaktif. Sosialisasi tentang pentingnya penataan kamar yang terstandar (Tata Graha), dan Tata Boga serta Hidangan akan disampaikan oleh tenaga dosen (pakar) dan praktisi pariwisata serta perhotelan. Sosialisasi tersebut juga menghadirkan Kepala Desa Blimbingsari sebagai pembuka acara dan motivator agar para anggota bersemangat mengikuti program sosialisasi tersebut.

Perbekel Desa Blimbingsari I Made John Ronny menyampaikan dalam sambutannya bahwa Desa Blimbingsari sangat konsen dalam pariwisata. “Pemerintah desa membentuk Komite Pariwisata Blimbingsari yang bertugas untuk mengelola pariwisata dan pokdarwis Desa Blimbingsari, Pemerintah tingkat II kabupaten Jembrana juga sangat mendukung dengan adanya Desa Wisata Blimbingsari dengan mengadakan sosialisasi maupun pelatihan, serta ada beberapa kunjungan dari Komite Pariwisata desa lain juga membantu kami untuk saling belajar dan bersinergi dalam memperkuat pondasi pariwisata desa Blimbingsari”.

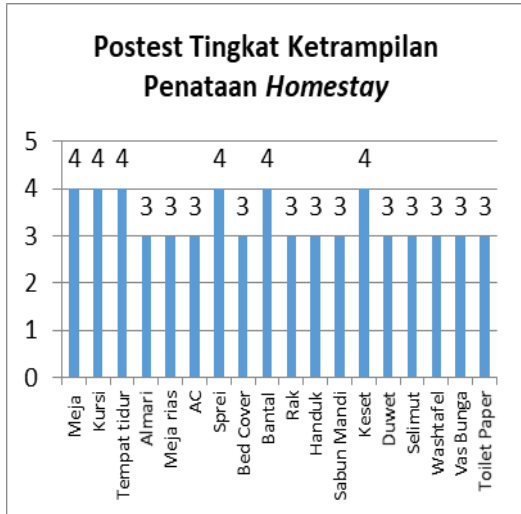
SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat Desa Wisata Blimbingsari yang telah dilaksanakan memberikan solusi sebagai berikut:



Catatan: Score Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 7. Ketrampilan Pengelolaan Homestay sebelum kegiatan PKM

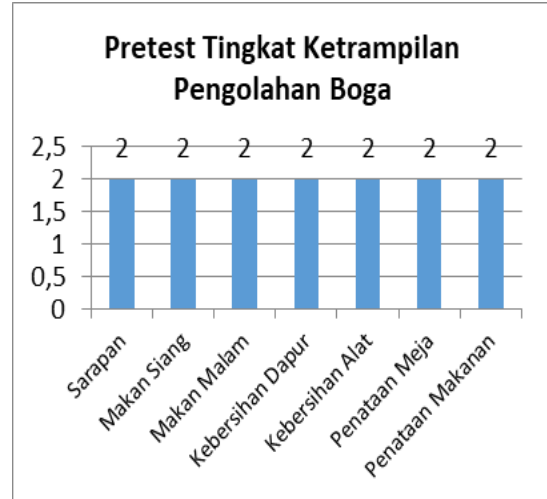


Catatan: *Score* Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 8. Ketrampilan Pengelolaan Homestay setelah kegiatan PKM

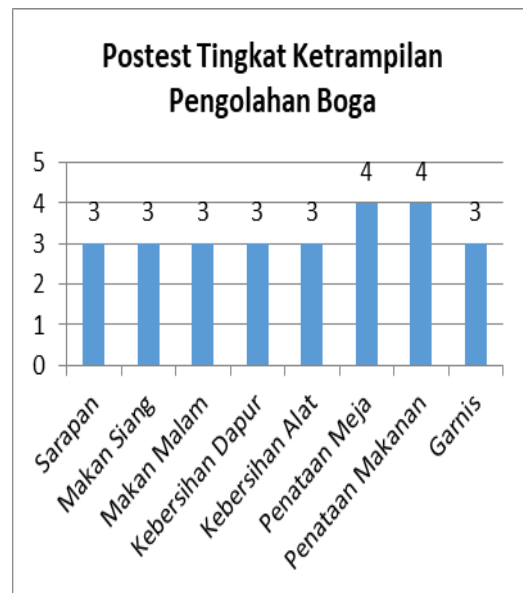
Penerapan Teknik Tata Graha dengan cara menyelenggarakan pelatihan Tata Graha untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar. Target setiap anggota kelompok mampu menerapkan teknik penataan kamar yang sesuai dengan standar Tata Graha Hotel dan hasilnya pada akhir pengabdian anggota mitra mampu menata kamar dengan Teknik Tata Graha hotel ((Utama, 2015).

Penerapan Teknik Penataan Makanan dan minuman (Tata Hidangan) restoran formal dengan cara menyelenggarakan pelatihan Tata Boga untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta *hygiene* dan sanitasi dan hasilnya pada akhir pengabdian anggota mitra mampu menata Hidangan dengan Teknik Tata Hidangan *ala* restoran (Utama, 2015).



Catatan: *Score* Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 9. Ketrampilan Pengelolaan Boga (Kuliner) sebelum kegiatan PKM

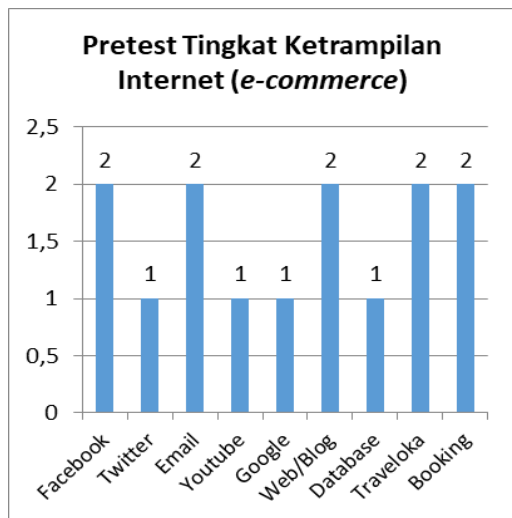


Catatan: *Score* Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 10. Ketrampilan Pengelolaan Boga (Kuliner) setelah kegiatan PKM

Penerapan teknologi informasi sebagai media promosi yang efektif, namun efisien dengan cara menyelenggarakan pelatihan promosi pariwisata kepada anggota komite pariwisata desa Blimbingsari untuk mengatasi minimnya tingkat kunjungan ke Desa Wisata Blimbingsari sehingga setiap anggota kelompok mampu menerapkan teknik promosi dengan menggunakan media

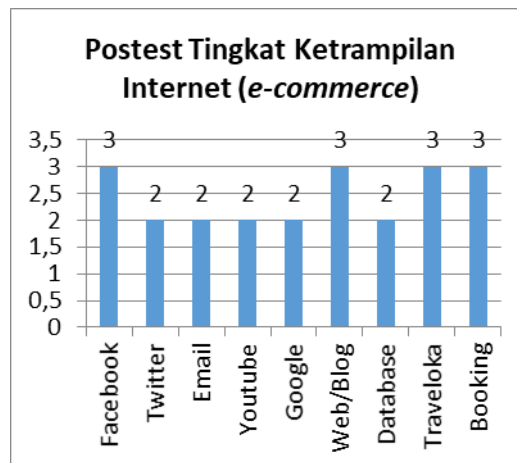
sosial seperti facebook, twiter, WA, Line, dan sejenisnya (Utama, 2017).



Catatan: *Score* Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 11. Ketrampilan Internet sebelum kegiatan PKM

Penerapan teknologi informasi sebagai media promosi yang efektif, namun efisien dengan cara menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *Website* sehingga Desa Wisata Blimbingsari memiliki profil yang lengkap tentang berbagai hal yang terkait dengan kepariwisataan dan aspek lain sebagai daya tarik wisata (Utama, 2017).



Catatan: *Score* Ketrampilan: 0=Sangat Tidak Trampil, 1= Tidak Trampil, 2 = Cukup Trampil, 3 =Trampil, 4 = Sangat Trampil

Gambar 12. Ketrampilan Internet setelah kegiatan PKM

Penerapan teori industri hospitalitas dengan cara menyelenggarakan sosialisasi tentang pentingnya *visitor center* dan *database* untuk masalah yang berhubungan dengan pendataan wisatawan dan pelayanan informasi kepada wisatawan maupun calon wisatawan sehingga Komite Desa Wisata Blimbingsari memiliki *database* yang lengkap tentang berbagai hal yang terkait dengan kepariwisataan dan aspek lain sebagai daya tarik wisata (Utama, 2015).

Penerapan teori industri hospitalitas, dan kepariwisataan dengan cara Melakukan pendampingan kepada kelompok yang telah terbentuk di desa Blimbingsari khususnya yang berkaitan dengan tata kelola boga, akomodasi, rekreasi, aktivitas wisata, manajemen keuangan koperasi desa, dan sejenisnya sehingga Komite Desa Wisata Blimbingsari dan kelompok usaha yang telah berkembang, memiliki mitra untuk dalam pengembangan usahanya.



Gambar 13. Penerapan Teori Industri Hospitalitas

UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kesempatan ini, Tim pengabdian dengan setulus hati mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Riset dan Teknologi Perguruan Tinggi yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian dalam bentuk pemberian Dana Hibah Program Kemitraan Masyarakat tahun 2018.

Wuni, I.A.K.N., Sendratari, L.P., Hum, M., Margi, I.K. and Si, M., 2014. *Gereja Pniel Di Desa Blimbingsari, Jembrana, Bali (Sejarah Pendirian Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar Sejarah Di Sma)*. Jurnal Widya Winayata, 2(1).

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, K.A., Yudana, I.M., Pursika, I.N. 2015. *Budaya Hindu Yang Masih Digunakan Setelah Terjadinya Proses Peralihan Agama Hindu Menjadi Kristen (Study Kasus Di Desa Blimbingsari, Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana)*. Jurnal Jurusan Pendidikan PKn, 3(1).
- Utama, I.G.B.R., 2015. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I.G.B.R., 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT DESA WISATA WARISAN BUDAYA JATILUWIH, TABANAN, BALI

¹I Gusti Bagus Rai Utama, ²I Wayan Ruspendi Junaedi,

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

¹Email: raiutama@undhirabali.ac.id ²Email: ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id,

ABSTRAK

Masalah prioritas Jatiluwih sebagai Desa Warisan Budaya yang harus diselesaikan adalah kurangnya pengetahuan tentang kebersihan dan sanitasi, dan juga kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam aspek makanan dan minuman. Masalah lain yang segera menjadi prioritas adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola akomodasi oleh kelompok masyarakat di Jatiluwih. Setelah dinyatakan sebagai warisan budaya, banyak kendala yang dihadapi oleh desa terutama terkait dengan aspek pemasaran, akomodasi dan pengaturan kuliner. Kelompok usaha jasa akomodasi yang sudah ada di desa sangat membutuhkan bantuan terkait dengan manajemen rumah tangga dalam bentuk akomodasi sesuai agar dengan harapan wisatawan; Tampaknya kendala lain juga dihadapi oleh masyarakat desa, yaitu kendala pada aspek sanitasi makanan dan minuman yang dihadapi oleh kelompok bisnis jasa kuliner. Kelompok ini membutuhkan bantuan terkait dengan upaya mereka sehingga hidangan yang disediakan oleh kelompok layanan kuliner sesuai dengan harapan para wisatawan yang tinggal di desa tersebut. Hasil yang diharapkan dari bantuan pada dua kelompok bisnis ini adalah peningkatan kinerja kelompok yang mampu menyediakan akomodasi dan layanan kuliner yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari aspek sanitasi yang sesuai budaya lokal.

Kata kunci: desa wisata, *homestay*, kuliner, hygiene dan sanitasi, wisatawan, kelompok masyarakat.

ABSTRACT

The priority problem of Jatiluwih as Cultural Heritage Villages to be solved is the lack of knowledge about the hygiene and sanitation, and also the lack of knowledge and skills in food and beverage. The other problem that is immediately becoming a priority is the lack of knowledge and skills in accommodations that have been managed by community groups in Jatiluwih. After declaration as a cultural heritage, many obstacles faced by the village especially related to the aspects of marketing, accommodation and culinary arrangement. The accommodation services business group that already exists in the village is in dire need of assistance with housekeeping management in the form of accommodation in accordance with tourist expectations; it seems that another obstacle is also being faced by the village community, namely the constraints on food and beverage sanitation aspects faced by the culinary service business group. The group needed assistance with their efforts so that the dishes provided by the culinary services group were in line with the expectations of the tourists who stayed in the village. The expected outcome of the assistance in the two business groups is the increase in group performance that is able to provide accommodation and culinary services that are in accordance with the expectations of tourists, both from the aspect of sanitation, and local culture.

Keywords: *tourism villages, homestays, culinary, hygiene and sanitation, tourists, community groups*

PENDAHULUAN

Warga Desa Jatiluwih memiliki pekerjaan yang beragam. Ada yang bertani, baik sebagai petani sawah maupun palawija. Sebagian warga adalah peternak, seperti bertenak sapi, babi, dan ayam. Sehingga bisa memenuhi kebutuhannya dengan menjual hasil kebunnya dan ternaknya. Selain itu ada juga warga yang menjadi pegawai negeri sipil (PNS), dan berwirausaha menjadi pedagang.

Kelompok masyarakat yang menghimpun diri dalam organisasi Jatiluwih Tabanan Bersatu yaitu kelompok masyarakat yang konsen terhadap kemajuan atas perkembangan Desa Jatiluwih sebagai desa budaya warisan dunia. Mereka konsen terhadap pelestarian budaya dan juga perekonomian masyarakat lokal yang berusaha dalam usaha kecil. Saat ini statusnya sebagai desa warisan budaya dunia, belum mampu berkontribusi secara maksimal terhadap masyarakat lokal. Usaha untuk meningkatkan kontribusi Daya Tarik Wisata Jatiluwih bagi masyarakat lokal, diperlukan pendampingan agar masyarakat lokal dapat membuka usaha kecil seperti homestay, penyediaan jasa rekreasi, kuliner, agribisnis, dan usaha-usaha terkait pariwisata sesuai dengan daya beli pengunjung atau wisatawan. (Utama, 2015).

Jatiluwih adalah desa yang berada di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, Indonesia. Jatiluwih merupakan desa wisata yang telah terdaftar sebagai warisan budaya dunia. Daya tarik wisata Jatiluwih berlokasi di Kecamatan Penebel, Tabanan, Bali. Jatiluwih terkenal dengan subak yang bukan sekadar sistem irigasi yang menghidupkan sawah padi, akan tetapi, subak yang telah dinobatkan sebagai warisan budaya dunia itu juga menjadi daya tarik wisata. Banyak wisatawan yang menyukai wisata pemandangan, seperti sawah terasering yang berada di Desa Jatiluwih.

Desa Jatiluwih, tempat yang cocok untuk wisatawan yang memerlukan tempat wisata yang bisa menghilangkan kepenatan

karena memiliki hamparan persawahan yang bertingkat-tingkat secara rapi dan keindahan pemandangan. Jatiluwih berada di kaki gunung Batukaru dapat membuat tempat wisata ini banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dan domestik (Susanto, 2011).

Secara topografis, Daya Tarik Wisata Jatiluwih ini berada pada ketinggian 700 meter dari permukaan laut sehingga udaranya sangat sejuk. Daya tarik wisata Jatiluwih ini memiliki hamparan persawahan yang tertata rapi, bertingkat-tingkat, bersanding pegunungan, dan udara yang sejuk. Secara administratif, daya tarik wisata ini berada di Desa Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Jatiluwih memiliki luas sekitar 636 hektar yang berbentuk terasering dan merupakan kawasan persawahan terasering terbesar di Bali. Sistem pengairannya, masyarakat menggunakan sistem subak yang merupakan suatu sistem irigasi tradisional yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia (WBD) oleh UNESCO pada tanggal 29 Juni 2012 (Kompasiana,2015).



Gambar 1. Daya Tarik Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih

Masuknya Jatiluwih sebagai WBD karena konsep pertanian yang menggunakan filosofi Tri Hita Karana merupakan keseimbangan antara manusia dengan sesamanya, manusia dengan alam dan manusia

denagn Sang Pencipta (Utama, 2014). Harapan dengan masuknya Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia (WBD) oleh UNESCO akan dapat meningkatkan kontribusinya untuk masyarakat yang lebih luas.

Melihat profil responden berda-sarkan variabel demografi, geogarfi, dan psikografi yang mengunjungi Desa Jatiluwih (Utama dan Suyasa, 2018), maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut ini:

1. Fokus Demografi: usaha promosi daya tarik wisata dilihat dari variable demografi, diarahkan pada segmen kelompok umur 21 hingga 30 tahun, kaum pelajar atau mahasiswa, dan kelompok berpendidikan jenjang sarjana. Usaha promosi Daya tarik Wisata (DTW) Jatiluwih dilihat dari variabel geografi diarahkan untuk segemn wisatawan domestik, kemudian Australia, Inggris, dan selebihnya dari berbagai negara lainnya.
2. Fokus Pengelolaan: usaha pengelolaan dan pelestarian DTW Jatiluwih dilihat dari variabel psikografi untuk menjaga keindahan alam DTW Jatiluwih, membrikan layana repeater, menyediakan informasi di berbagai sumber informasi, menyediakan kedai cepat saji yang memelukan waktu satu hingga dua jam , pelayanan tiket masuk ke DTW Jatiliwuh secara langsung pada loket masuk ke DTW Jatiluwih, dan pengekmasan produk dengan harga antara 50 ribu hingga 100 ribu rupiah.
3. Fokus target potensial: target pasar DTW Jatiluwih dapat diarahkan pada segmen yang berpengaruh nyata yakni: kelompok umur, jenis pekerjaan, jenjang pendidikan, pengalaman berkunjung ke DTW Jatiluwih.
4. Fokus geografi: usaha promosi lebih baik dan lebih tepat diarahkan untuk menangkap peluang pasar wisatwan domestik, dan untuk mancanegara diarahkan pada pasar Australia dan Inggris.
5. Fokus Psikografi: pengkemasan produk sebaiknya memperhatikan jenis kelamin

khususnya produk selera perempuan diutamakan. Umur antara 21 hingga 30 tahun, produk selera domestik, selera pelajar dan mahasiswa, dan lebih diutamakan produk sesuai selera wisatawan jenjang pendidikan sarjana.

6. Permasalahan warga Desa Wisata Jatiluwih yang menjadi prioritas untuk dipecahkan adalah minimnya pengetahuan tentang pentingnya sanitasi, serta rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan hidangan. Masalah lainnya yang segera menjadi prioritas adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan kamar atau akomodasi yang telah dikelola oleh kelompok masyarakat di desa tersebut. Setelah menjadi desa wisata, banyak kendala yang dihadapi oleh desa tersebut khususnya yang berhubungan aspek penataan akomodasi, dan penataan kuliner.
7. Kelompok usaha jasa akomodasi yang telah ada di desa tersebut sangat memerlukan adanya pendampingan terhadap manajemen tata graha berupa penataan akomodasi yang sesuai dengan harapan wisatawan, namun tetap beruansa perdesaan serta sesuai dengan kemampuan penyediaan akomodasi kelompok usaha jasa akomodasi yang ada di Desa Wisata Jatiluwih. Rupanya kendala lainnya juga sedang dihadapi oleh masyarakat desa tersebut yakni kendala terhadap aspek sanitasi makanan dan minuman yang dihadapi oleh kelompok usaha jasa kuliner.

Kelompok tersebut sangat memerlukan pendampingan terhadap usahanya agar sajian yang diberikan oleh kelompok jasa kuliner, sesuai dengan harapan para wisatawan yang menginap di desa tersebut. Kedua kelompok tersebut di atas adalah kelompok vital pendukung keberlanjutan desa wisata Jatiluwih karena letak desa ini cukup jauh dari pusat- pusat kota yang biasa menjual makanan dan minuman, dan jasa akomodasi sehingga penyediaan jasa akomodasi dan kuliner di desa tersebut menjadi amat vital.

Hasil yang diharapkan dari pendampingan pada kedua kelompok usaha tersebut adalah terjadinya peningkatan kinerja kelompok yang mampu menyediakan layanan akomodasi dan kuliner yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari aspek higienitas, sanitasi, budaya setempat. Fokus wisatawan menjadi sangat penting karena dari merekalah dana yang dikeluarkan untuk pengembangan desa wisata diharapkan dapat kembali, dan selanjutnya dapat terus berkembang sesuai dengan laju kemajuan usaha masyarakat di desa tersebut, baik yang terkait kepariwisataan maupun usaha pendukung lainnya seperti usaha pertanian.

a. Kelompok Usaha jasa Akomodasi, dan usaha Jasa Boga

Permasalahan nyata yang sedang dihadapi oleh kelompok usaha jasa akomodasi tersebut adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar sehingga amat memerlukan pendampingan dari perguruan tinggi yang memiliki dosen pariwisata khususnya yang kompeten dengan penataan kamar. Pendampingan dengan memberikan program pelatihan kepada para anggota kelompok usaha akomodasi adalah solusi yang ditawarkan dan dipercaya dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar.

Kelompok usaha lainnya yang sedang menghadapi permasalahan adalah kelompok usaha jasa boga atau kuliner. Bagi para wisatawan, makanan tidak saja rasanya enak, tetapi juga masalah seni penataan dan etika, rendah pengetahuan dan keterampilan masyarakat berkaitan dengan hal ini, telah menjadi kendala dalam usaha memuaskan wisatawan sehingga permasalahan ini prioritas untuk dituntaskan. Pendampingan dengan memberikan program pelatihan kepada para anggota kelompok usaha jasa boga adalah solusi yang ditawarkan dan dipercaya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam penataan dalam penataan makana dan minuman yang dihidangkan untuk para wisatawan.

b. Untuk Masyarakat Calon Pengusaha (Wisata Agro)

Keberhasilan kedua kelompok di atas, akan berdampak terhadap peluang usaha lainnya di desa tersebut. Paket-paket wisata dapat dirancang lebih lengkap dengan mengintegrasikan dengan usaha lainnya seperti usaha *trekking* menyusuri Taman Nasional Bali Barat karena desa tersebut berbatasan secara langsung. Terciptanya usaha *trekking* dapat membuka peluang kerja bagi para pemuda di desa tersebut. Kelompok usaha lainnya yang dapat dikembangkan adalah usaha wisata agro persawahan, Desa Jatiluwih memang telah dikenal sebagai beras merah dan ketan. Jika tingkat kunjungan ke desa wisata tersebut bertumbuh secara konsisten maka dapat menjadi paket wisata agro sebagai daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung ke desa tersebut dimasa yang akan datang.

c. Untuk Masyarakat Umum

Desa Jatiluwih berada dalam ruang lingkup Kecamatan Penebel. Desa dengan jarak tempuh \pm 30 menit dari kota Kecamatan sekitar 14 km dan Kabupaten dengan jarak tempuh \pm 50 menit atau sekitar 26 km memiliki luas wilayah sekitar 33,22 km². Batas – batas Desa Jatiluwih meliputi : Utara : Hutan Negara, Selatan : Desa Babahan, Timur : Desa Senganan, Barat : Desa Wongaya Gede. Dari segi pemerintahan, Desa Jatiluwih terbagi atas 8 Banjar Dinas yaitu: Br. Dinas Kesambi, Br. Dinas Kesambahan Kaja, Br. Dinas Kesambahan Kelod, Br. Dinas Jatiluwih Kangin, Br. Dinas Jatiluwih Kawan, Br. Dinas Gunungsari Desa, Br. Dinas Gunungsari Umakayu, Br. Dinas Gunungsari Kelod. Jatiluwih adalah sebuah desa yang mempunyai daerah hamparan persawahan luas dengan panorama sawah bertingkat yang indah yang terletak di wilayah Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan Bali. Desa Jatiluwih terkenal sebagai tempat wisata dengan keindahan sawah terasering yang masih menggunakan sistem pengairan sawah tradisional Bali, lokasinya terletak dekat dengan pegunungan Batukaru dengan kondisi

udara yang lumayan sejuk. Untuk mengunjungi objek wisata Jatiluwih Bali dengan pemandangan sawah bertingkat-tingkat yang indah ini bisa ditempuh dengan jarak kurang lebih 62 KM atau sekitar \pm 1 jam 30 menit dari kota Denpasar. Bagi anda yang sedang liburan di Pulau Bali, objek wisata sawah terasering Jatiluwih Bali ini bisa dijadikan pilihan untuk berlibur untuk menikmati keindahan panorama sawah pegunungan yang memikat hati.

PERMASALAHAN MITRA

1. Permasalahan Prioritas Mitra
 - a. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam penataan kamar (tata graha)
 - b. Rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta hygiene dan sanitasi (tata boga).
2. Permasalahan Prioritas Calon Wirausaha Baru
 - a. Belum terintegrasinya bidang-bidang usaha yang telah dilakukan oleh warga desa.
 - b. Belum tersedianya usaha jasa pendukung pariwisata seperti usaha jasa souvenir, penyewaan sepeda ontel, sepeda motor, dan sejenisnya.
3. Permasalahan Prioritas Masyarakat Umum
 - a. Masyarakat Desa Jatiluwih belum emiliki presepsi yang sama tentang pengembangan desa wisata.
 - b. Masyarakat Desa Jatiluwih belum memiliki pemahaman tentang ruang lingkup pengembangan pariwisata
 - c. Pengembangan kelompok usaha jasa kepariwisataan dan usaha jasa lainnya masih dilakukan secara parsial atau terpisah-pisah sehingga ada bidang usaha yang sangat menonjol. Dan ada yang tidak berkembang dengan baik.
4. Permasalahan Prioritas Yang harus Dituntaskan
 - a. Menyelenggarakan pelatihan tata graha untuk mengatasi rendahnya

pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam penataan kamar.

- b. Menyelenggarakan pelatihan tata boga untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah sanitasi.
- c. Melakukan pendampingan kepada kelompok yang telah terbentuk di Desa Jatiluwih khususnya yang berkaitan dengan tata kelola boga, akomodasi, rekreasi, aktivitas wisata, dan sejenisnya.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Permasalahan warga Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih yang menjadi prioritas untuk dipecahkan adalah minimnya pengetahuan tentang pentingnya hygiene dan sanitasi, serta rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan hidangan. Masalah lainnya yang segera menjadi prioritas adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan penataan kamar atau akomodasi yang telah dikelola oleh kelompok masyarakat di desa tersebut.

Kelompok usaha jasa akomodasi yang telah ada di desa tersebut sangat memerlukan adanya pendampingan terhadap manajemen tata graha berupa penataan akomodasi yang sesuai dengan harapan wisatawan, namun tetap beruansa perdesaan serta sesuai dengan kemampuan penyediaan akomodasi kelompok usaha jasa akomodasi yang ada di Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih. Rupanya kendala lainnya juga sedang dihadapi oleh masyarakat desa tersebut yakni kendala terhadap aspek hygiene dan sanitasi makanan dan minuman yang dihadapi oleh kelompok usaha jasa kuliner. Kelompok tersebut, sangat memerlukan pendampingan terhadap usahanya agar sajian yang diberikan oleh kelompok jasa kuliner tersebut sesuai dengan harapan para wisatawan yang menginap di desa tersebut. Kedua kelompok tersebut di atas adalah kelompok vital

pendukung keberlanjutan desa wisata Warisan Budaya Jatiluwih karena letak desa ini cukup jauh dari pusat-pusat kota yang biasa menjual makanan dan minuman, dan jasa akomodasi sehingga penyediaan jasa akomodasi dan kuliner di desa tersebut menjadi amat vital.



Gambar 2. Sosialisasi tata hidangan

Hasil dari pendampingan pada kedua kelompok usaha tersebut adalah terjadinya peningkatan kinerja kelompok yang mampu menyediakan layanan akomodasi dan kuliner yang sesuai dengan harapan wisatawan, baik dari aspek hygiene, sanitasi, dan budaya setempat. Tingkat kunjungan wisatawan ke desa wisata tersebut semakin meningkat seiring mudahnya mendapatkan informasi tentang keunikan dan daya tarik desa, akomodasi, dan paket wisata yang disediakan oleh warga desa. Penelusuran tentang berbagai informasi dapat dilihat dari *youtube google*, dan tentunya dari *website/blog* tentang Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih.

1. Kelompok Usaha jasa Akomodasi, dan Usaha Jasa Boga.

Permasalahan nyata yang dihadapi oleh kelompok usaha jasa akomodasi tersebut adalah rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar sehingga amat memerlukan pendampingan dari perguruan tinggi yang memiliki dosen pariwisata khususnya yang kompeten dengan penataan kamar. Pendampingan dengan memberikan program

pelatihan kepada para anggota kelompok usaha akomodasi adalah solusi yang ditawarkan dan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar.



Gambar 3. Sosialisasi tata graha

Kelompok usaha lainnya yang menghadapi permasalahan adalah kelompok usaha jasa boga atau kuliner. Bagi para wisatawan, makanan tidak saja rasa enak, tetapi juga masalah seni penataan dan etika. Rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan hal ini, telah menjadi kendala dalam usaha memuaskan wisatawan sehingga permasalahan ini prioritas untuk dituntaskan.



Gambar 4. Sosialisasi Tata Boga

Pendampingan dengan memberikan program pelatihan kepada para anggota kelompok usaha jasa boga adalah solusi yang ditawarkan dan dipercaya dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan makanan dan minuman yang dihidangkan untuk para wisatawan.

2. Untuk Masyarakat Calon Pengusaha (*Trekking* dan Wisata Agro)

Keberhasilan kedua kelompok diatas, berdampak terhadap peluang usaha lainnya di desa tersebut. Paket-paket wisata dapat dirancang lebih lengkap dengan mengintegrasikan dengan usaha lainnya seperti usaha *trekking* menyusuri areal persawahan karena desa tersebut memiliki hamparan persawahan yang sangat luas. Terciptanya usaha *trekking* dapat membuka peluang kerja bagi para pemuda di desa tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut di atas, maka tim pengabdian menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.



Gambar 5. Sosialisasi dengan Desa

Target Luaran

1. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar (Tata Graha).
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta hygiene dan sanitasi (Tata Boga)
3. Meningkatkan kunjungan ke Desa wisata Warisan Budaya Jatiluwih (Promosi)
4. Memiliki media promosi yang efektif dan efisien (*Website*)
5. Menyelenggarakan pelatihan Tata Graha untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam penataan kamar.
6. Menyelenggarakan pelatihan Tata Boga untuk mengatasi rendahnya pengetahuan dan ketrampilan masyarakat berkaitan

dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta hygiene dan sanitasi.

7. Menyelenggarakan pelatihan internet untuk pengelola DTW Jatiluwih untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *Website*.
8. Menyelenggarakan sosialisasi tentang pentingnya *visitor center* dan *database* untuk masalah yang berhubungan dengan pendataan wisatawan dan pelayanan informasi kepada wisatawan maupun calon wisatawan.

METODE PELAKSANAAN

tim pelaksana PKM melakukan beberapa metode yaitu identifikasi masalah, sosialisasi kegiatan PKM, pendampingan dan pelatihan, pemberian alat, pelaksanaan dan penerapan ipteks, evaluasi dan monitoring, hasil penerapan ipteks (peningkatan kualitas, peningkatan omzet, dan peningkatan pengetahuan serta keterampilan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target pengabdian pada masyarakat ini adalah kelompok UMKM usaha jasa akomodasi, dan usaha jasa boga yang ada di DTW Jatiluwih, kecamatan penebl, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Perkembangan DTW Jatiluwih menurut ketua kelompok usaha jasa boga, dan akomodasi menyampaikan kepada ketua tim pengabdian bahwa masih rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam penataan kamar, masih rendahnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat berkaitan dengan jasa boga khususnya masalah penataan serta hygiene dan sanitasi.

1. Kegiatan sosialisasi.

Sosialisasi dilaksanakan secara konvensional dengan cara mengundang atau menghadirkan peserta dalam suasana belajar yang interaktif. Sosialisasi tentang pentingnya penataan kamar yang terstandar (tata graha), dan tata boga serta hidangan akan disampaikan oleh tenaga dosen (pakar) dan praktisi pariwisata serta perhotelan. Sosialisasi tersebut juga menghadirkan Kepala Desa Jatiluwih sebagai pembuka acara

dan motivator agar para anggota bersemangat mengikuti program sosialisasi ini.

Perbekel Desa Warisan Budaya Jatiluwih menyampaikan dalam sambutannya bahwa Desa Warisan Budaya Jatiluwih sangat konsen dalam pariwisata. Desa Warisan Budaya Jatiluwih, Pemerintah tingkat II kabupaten Tabanan juga sangat mendukung dengan adanya desa wisata Warisan Budaya Jatiluwih dengan mengadakan sosialisasi maupun pelatihan, serta ada beberapa kunjungan dari Komite Pariwisata desa lain juga membantu kami untuk saling belajar dan bersinergi dalam memperkuat pondasi pariwisata Desa Warisan Budaya Jatiluwih.

Bertempat di Balai Desa Jatiluwih Tim Pengabdian Masyarakat Undhira yang didukung oleh Kemenristekdikti RI datang dengan Ketua Tim yaitu Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, dan Dr. I Wayan Ruspenti Junaedi beserta para anggota tim lapangan yaitu Christine Suyasa, BS., M.Par (Dosen Tata Graha), Dr. Ni Made Diana Erfiani (Dosen Pendamping Desa Wisata), Ni Kadek Widya Astuti, SE., M.Par (Dosen Pariwisata), Dra. Ni Made Erpia Ordani Astuti, M.Pd (Dosen Tata Boga), dan I Sidhi Bayu Turker, SH, M.Par (Dosen Tata Hidang). Kegiatan diikuti oleh hampir 50 peserta yang terdiri dari perangkat Pemerintahan Desa Warisan Budaya Jatiluwih, pemilik *homestay* dan pengelola DTW Warisan Budaya Jatiluwih.



Gambar 6. Kegiatan Sosialisasi

2. Hasil *Pretest* dan *Postest* Kegiatan PKM Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih

Setelah kedua kelompok Mitra diberikan sosialisasi dan pelatihan pada Bulan Juli 2019 yang lalu, dan dilakukan pendampingan, maka peningkatan pengetahuan dan ketrampilan yang terkait dengan kedua kelompok yakni Mitra Kelompok *Homestay* (Tata Graha), dan Mitra Kelompok Kuliner (Tata Boga) nampak telah mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dapat dijelaskan sebagaimana Tabel berikut ini:

1. Terjadi peningkatan pengetahuan mitra kelompok *homestay*.
2. Terjadi peningkatan mitra kelompok Kuliner dari segi penataan makanan dan *hygiene* sanitasi.
3. Terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para pengelola DTW Jatiluwih.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Setelah diselenggarakannya Program Kemitraan Masyarakat terhadap kelompok mitra kuliner dan *homestay*, peningkatan pengetahuan dan ketrampilan tentang penataan makanan dan minuman, serta penataan kamar *homestay* telah mengalami peningkatan yang nyata.

Peningkatan Pengetahuan tentang isi kamar *homestay*, seprei, kasur, bantal, selimut, bed cover, *duvet*, sarung bantal, meja hias, lemari, *hanger*, *washtafel*, kamar mandi, keset, vas bunga, toilet paper, tempat sampah, handuk, sabun semakin meningkat sehingga saat ini para pemilik *homestay* berani menawarkannya secara luas kepada wisatawan. Ketrampilan menata kamar *homestay* para anggota mitra meningkat sebagaimana layaknya menata kamar hotel karena telah mengetahui komponen wajib untuk kamar *homestay* seperti menata seprei, kasur, bantal, selimut, *bed cover*, *duvet*, sarung bantal, meja hias, *hanger*, *washtafel*, kamar mandi, dan menyediakan keset, vas bunga, toilet, paper, tempat sampah, handuk, sabun.

Peningkatan Pengetahuan tentang jenis peralatan Tata Boga dan Jenis Hidangan terjadi secara nyata pada anggota Mitra

Kelompok Kuliner (Tata Boga), dan mereka mulai mengetahui istilah baru seperti: Hidangan pagi (sarapan), Makan siang, dan malam. Mitra juga mulai mengenal istilah seperti *breakfast, lunch, dinner*. Ketrampilan menata hidangan para anggota mitra juga meningkat secara nyata. Hidangan dapat ditata sesuai kaidah Tata Hidangan karena anggota mitra telah mengetahui jenis hidangan seperti hidangan sarapan pagi, hidangan makan siang, dan hidangan malam hari. Dampak lainnya dari Program Kemitraan Masyarakat ini adalah Para Anggota Mitra mulai mengenal istilah estetika penataan hidangan seperti membuat makanan penutup, *table manner*, membuat garnish, dan menjaga kebersihan alat.

Implikasi dari penyelenggaraan Program PKM Ristekdikti ini menunjukkan bahwa masih banyak persoalan yang dihadapi oleh kelompok-kelompok pengelola desa wisata yang perlu mendapat pendampingan, sedangkan yang mendapatkan pendampingan hanya baru dua kelompok saja yakni Mitra Kuliner, dan Mitra Homestay, padahal di Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih masih terdapat beberapa kelompok yang belum mendapat pendampingan program sejenis ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Melalui kesempatan ini tim pengabdian dengan setulus hati mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar besarnya kepada Kemeristekdikti, Rektor Universitas Dhyana Pura, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Undhira yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Utama, I.G.B.R., 2015. Pengantar Industri Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, , I.G.B.R. 2007. Landscape as an Outdoor Recreation Form (Case Study the Netherlands and Bali, Indonesia). Available at SSRN 2553138.
- Utama,, I.G.B.R. 2014, Agrotourism as an Alternative Form of Tourism in Bali

Indonesia. In The International Conference on Sustainable Development March (Vol. 6, p.2012).

Utama, I.G.B.R., 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Andi

Widiyanto, D., Purwo Handoyo, J. and Fajarwati, A., 2008. Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi bagi Desa Wisata Ketingan). Bumi Lestari, 8 (2).

Penggunaan Digital Marketing Dalam Pembangunan Desa Wisata Catur Kintamani, Bangli

^{1*} I Wayan Ruspendi Junaedi, ²I Gusti Bagus Rai Utama, dan ³Dermawan Waruwu

^{1,2,3}Universitas Dhyana Pura

Email: ^{1*}ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id, ²raiutama@undhirabali.ac.id,
³dermawanwaruwu@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Permasalahan yang ditemukan bahwa (1) Belum tersedianya pusat informasi tempat wisata, (2) Belum terintegrasi wilayah untuk dapat dijadikan sebagai potensi wisata. (3) belum adanya pusat pembuatan konten menarik mengenai promosi budaya, produksi pertanian, dan wisata. (4) Belum ada pengelolaan digital marketing untuk desa wisata Catur Kintamani. Untuk mengatasi masalah tersebut, tujuan program PKM adalah sebagai berikut: (1). Sosialisasi potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Mengintegrisakan seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3).Pembuatan media promosi (content) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Pelatihan pemasaran digital sebagai bahan promosi kepada biro perjalanan dan calon wisatawan. Metode pelaksanaan Program PKM antara lain: sosialisasi awal, pendampingan, pelatihan, monitoring, evaluasi, dan keberlanjutan program, yang dilakukan oleh tim pengusul serta dibantu oleh tenaga ahli dan mahasiswa dari Universitas Dhyana Pura. Hasilnya adalah Desa Catur memiliki pengetahuan, keterampilan tentang (1). Adanya potensi wisata dengan tersedianya informasi center, (2). Ada integrasi seluruh komponen potensi desa dalam satu program desa wisata, (3). Ada media promosi (*Website*) sebagai bahan digital marketing, dan (4). Memiliki pengetahuan pemasaran digital sebagai bahan promosi. Tim pelaksana dan setiap kelompok melaporkan hasilnya dengan cara presentasi dan dokumentasi. Keberlanjutan dari program ini adalah masyarakat terus belajar dan tim PKM Undhira mendampingi kelompok dalam meningkatkan pengetahuannya untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Kata kunci: Desa Catur Kintamani, *digital marketing*, *visitor center*, wisata alam.

ABSTRACT

The problem found that (1) The unavailability of tourist information centers, (2) Has not integrated the region to be used as a tourism potential. (3) There is no center for creating interesting content regarding cultural promotion, agricultural production, and tourism. (4) There is no digital marketing management for the Catur Kintamani tourist village. To solve the problem, the purpose of the PKM program is as follows: (1) Socialization of tourism potential with the availability of information centers, (2). Identify all components of the potential of the village in one tourist village program, (3). The creation of promotional media (content) as digital marketing material, and (4). Digital marketing training as promotional materials to travel agencies and prospective travelers. Methods of implementation of the PKM Program include: Initial socialization, mentoring, training, monitoring, evaluation, and sustainability of the program, which was carried out by the proposer team and assisted by experts and students from Dhyana Pura University. The result is that the Catur Village has knowledge, skills about (1). The existence of tourism potential with the availability of information centers, (2). There is integration of all potential components of the village in one tourist village program, (3) There is promotional media (Website) as digital marketing material, and (4). Have knowledge of digital marketing as a promotional material. The implementing team and each group report the results by means of presentation and documentation. The sustainability of this program is that the community continues to learn and the PKM Undhira team assists the group in increasing its knowledge to improve its well-being.

Keywords: *Kintamani Catur Village, Digital marketing, Visitor center, Nature Tourism.*

PENDAHULUAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing ini dilaksanakan di Desa Catur Kintamani yang berlokasi di kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Jumlah Penduduk Desa Catur Kintamani sampai dengan akhir bulan Desember 2018 sejumlah 2.306 jiwa terdiri dari 1168 jiwa penduduk laki-laki dan 1138 jiwa penduduk perempuan, sedangkan rumah tangga miskin sebanyak 18 Kepala Keluarga dengan jumlah jiwa sebanyak 57 jiwa.

Struktur penduduk menurut pendidikan menunjukkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh Desa Catur Kintamani yaitu pada usia pendidikan dasar 7 tahun s/d 16 tahun (Pendidikan Sekolah Dasar dan Menengah) yang belum pernah sekolah sebanyak 16.18% sedang mengikuti pendidikan 84 %.

Sedangkan yang berusia 16 tahun (diatas usia pendidikan dasar) yang belum pernah sekolah sebanyak 0 %, sedang mengikuti pendidikan 80 % dan sisanya 20 % tidak bersekolah lagi baik pada Tingkat Sekolah Atas dan Perguruan Tinggi. Struktur Penduduk menurut mata pencaharian menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk menggantungkan sumber kehidupannya di sektor pertanian 33.87 %, sector lainnya yang

menonjol dalam penyerapan tenaga kerja adalah perdagangan sebesar 0.48 % sektor industri Rumah tangga dan pengolahan sekitar 7.46% dan sisanya 5% dan sector lainnya seperti Pegawai Negeri, Karyawan Swasta dari berbagai sector sector 17.92% serta yang tidak dan belum bekerja adalah 18.99%.

Desa Catur berada di ketinggian 1.250 m di atas permukaan laut. Terletak di ujung Barat Kecamatan Kintamani, Desa yang terkenal dengan penghasil kopi dan jeruk, Desa Catur berjarak 76 Km dari Kota Denpasar. Desa Catur terletak di segitiga strategis yang menghubungkan Kabupaten dengan selogan 3B (Bangli, Badung dan Buleleng). Desa Catur yang secara Administratif dipimpin oleh Seorang Perbekel (Kepala Desa) yang dipilih secara Demokrasi dan menaungi tiga Banjar yakni Catur, Lampu dan Mungsengan.

Adapun batas - batas Desa Catur yaitu:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Tambakan, Kabupaten Buleleng
3. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Pengejaran, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli

4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Belok Sidan, Kabupaten Badung.

Struktur perekonomian Desa Catur Kintamani masih bercorak agraris yang menitik beratkan pada sektor pertanian, hal ini didukung oleh penggunaan lahan pertanian masih mempunyai porsi yang tersebar sebanyak 85% dari total penggunaan lahan Desa, juga sekitar 80% mata pencaharian Penduduk menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Pada sektor pertanian ini komoditi yang menonjol sebagai primadona atau andalan adalah komoditas Kopi dan Jeruk. Beberapa sektor ekonomi yang tergolong Economic Base disamping sektor pertanian adalah: 1) Wisata Agro, 2) Wisata Alam, 3) Wisata Budaya/Religi, 4) Wisata Herbal dan, 5) Pasar Agro Multikultural. Pada sektor jasa yang menonjol adalah timbulnya lembaga keuangan mikro berupaya koperasi dan LPD sebagai pendukung ekonomi Desa. Hal ini diharapkan akan membawa dampak positif dalam perkembangan ekonomi Desa secara keseluruhan.

Desa Catur Kintamani saat ini sedang dipromosikan sebagai desa wisata, dan telah berkembang beberapa bisnis pendukung pariwisata, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Perkebunan Agropolitan

- a. Tanaman Kopi merupakan salah satu hasil pertanian yang berada didesa catur kintamani. Tanaman kopi di desa catur mencapai 470 hektar dan kopi kintamani sudah sering kita dengar khususnya masyarakat diluar bali sudah sering mendengar tentang enak nya kopi kintamani dari desa catur. Rasa kopi kintamani yang enak tidak lain hasil budidaya yang dilakukan secara tradisional dengan hanya menggunakan pupuk organik dan pemberantasan hamanya pun tidak menggunakan pestisida. Wisata perkebunan agropolitan ini bukan hanya hasil kopinya saja namun proses pengolahan kopi bisa disaksikan oleh pengunjung yang datang ke desa catur mulai dari kopi gelondongan sampai menjadi kopi bijian.

- b. Pohon Jeruk adalah tanaman buah-buahan yang dimanfaatkan dalam bentuk buah. Namun di desa kintamani bukan hanya hasilnya namun disediakan juga wisata petik buah jeruk.

- c. Tanaman bunga gumutir merupakan salah satu wisata yang biasa digunakan untuk berfoto selfi karena letaknya berada ditengah-tengah kebun jeruk maka keindahan pemandangan bunga gumutir semakin indah.

2) Desa Catur Kintamani bukan hanya memiliki wisata agropolitan namun juga memiliki wisata lainnya seperti yang disebutkan diatas, wisata tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Wisata alam

Wisata alam yang berada di desa kintamani adalah berupa jalur tracking di kawasan perbukitan melalui kebun kopi, kebun jeruk, kebun bunga gumutir, air terjun Tiyingseni yang masih asri, wisata melukan di kayuan belau dan komplek meditasi/ yoga di Asram Padma Indah Lestari.

- b. Wisata Budaya/Religi

Wisata yang tersedia di desa Catur Kintamani adalah perpaduan antara budaya Hindu Dharma dan Budha Tionghoa yang sangat unik di Banjar Lampu. Wisatawan akan merasakan budaya tersebut jika berda di Pura Pengyagjagan karena didalamnya terdapat Konco. Selain pura Pengyagjagan juga terdapat Pura Pebini yang terkenal dengan adanya Mitos yang terkait dengan cerita sejarah pada zaman kerajaan pemerintahan Sri Ida Jaya Pangus yaitu dengan mengadakan upacara Piodalan di Pura Pebini dengan menampilkan tarian Rejang. Setiap selesai Upacara piodalan para penari Rejang pada akhir upacara sering menghilang satu persatu. Hilangnya penari rejang maka lahirlah cerita di masyarakat mitos yang kemudian diantisipasi oleh masyarakat sekitar dengan mengalungkan gabah ke leher penari Rejang terakhir agar tidak hilang. Pengalungan gabah fugsinya adalah untuk mengetahui penari yang hilang karena dengan adanya gabah maka masyarakat bisa mengikuti jatuhnya gabah hingga ke gua raksasa. Menjadi mitos karena adanya sisa

tulang hewan dan manusia yang berada di gua raksasa tersebut.

c. Wisata Herbal

Wisata herbal ini dikembangkan oleh kelompok tani Kejung Wanasari yang berbentuk minyak Catur wangi. Selain hasil tersebut di desa Catur Kintamani disediakan Message (Pijat) akupesur yang sebelumnya disediakan untuk wisatawan yang sudah melakukan tracking. Di Bali belum ada yang mengembangkan wisata herbal ini maka di wilayah Catur ini menjadi potensi pengembangan wisata.

d. Pasar Agro Hultikultural

Selain tanaman unggulan yang disebutkan diatas di desa Catur Kintamani juga terdapat hasil pertanian lainnya. Untuk memfasilitasi banyaknya hasil pertanian tersebut maka pemerintahan desa setempat menyediakan tempat berkumpul untuk warga sekitar dalam menjual hasil pertaniannya. Hasil pertanian lainnya adalah sayuran dan buah-buahan wisatawan bisa memanfaatkan lokasi pasar Agro Hultikultural ini untuk mendapatkan sayur dan buah-buahan segar dengan harga petani.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Berdasarkan keberlanjutan desa wisata dapat ditentukan oleh kemampuan masyarakat desa wisata untuk tetap mempertahankan sistem keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, dan kemampuan masyarakat untuk merespon potensi daya tarik wisata Desa Catur Kintamani untuk mengembangkan dan melestarikannya. Untuk melestarikan sebuah desa wisata maka salah satu caranya adalah dengan cara menambah kunjungan wisatawan. Dengan banyaknya wisatawan yang datang berkunjung ke wilayah tersebut maka warga akan memiliki kesadaran akan lingkungan dan budayanya.

1. Pembuatan media promosi (*content*) sebagai bahan *digital marketing*.

- 1) Pelatihan pembuatan video yang menarik sebagai destinasi wisata.
- 2) Pelatihan fotografi yang melibatkan anak-anak muda yang berada di desa Kintamani.
- 3) Membuat *flyer*, *banner*, *insta story*, video testimoni, dan akses peta menuju

wisata Kintamani.

2. Belum ada pengelolaan *digital marketing* untuk desa wisata Catur Kintamani.

- 1) Pelatihan promosi menggunakan media sosial, menggunakan sistem *push promoted*, *sponsored*, *google ads*, dan juga penggunaan *hashtag* media sosial.
- 2) Menggunakan *influnecer* baik lokal *influencer*, selebgram, serta artis yang sudah terkenal sebagai bagian dari *endorment* wilayah.
- 3) Pelatihan media sosial dengan tag tokoh-tokoh penting atau posting video testimoni dari para pengunjung (wisatawan).

Target Luaran

1. Meningkatnya kemampuan mitra dalam pembuatan video, fotografi dan *flyer* sebagai media pemasaran.
2. Meningkatkan kemampuan mitra menggunakan media sosial dalam promosi, dengan mengupload video testimoni, foto dan *flyer* serta menggunakan selebgram sebagai endorsement.

METODE PELAKSANAAN

Metode Metode yang digunakan pada Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing ini adalah sosialisasi yang bertujuan meningkatkan aspek pengetahuan dan keterampilan para Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

1. Tahap sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan *digital marketing*

Tahap sosialisasi ini dilakukan dengan cara mengundang semua anggota kelompok yang ada di Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani yang diatur oleh aparat desa setempat. Dalam sosialisasi ini akan menghadirkan Kepala Desa, tokoh adat, pengurus gereja, tokoh agama, dan sebagian anggota masyarakat. Pihak Universitas Dhyana Pura dihadiri oleh Rektor, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) beserta staf, tenaga ahli, dan beberapa dosen serta mahasiswa. Kepala Desa Catur Kintamani membuka acara

sosialisasi ini untuk memberikan motivasi bagi masyarakatnya, sehingga program yang baik dari Kemendikbud-Ristek ini dapat dilaksanakan sebaik-baiknya. Kemudian Rektor yang didampingi oleh Ketua LP2M memberikan pengarahan kepada tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing agar memberikan pendampingan, pelatihan, dan bimbingan kepada anggota masyarakat.

2. Tahap pelatihan penggunaan digital marketing.

Tahap pelatihan merupakan tindak lanjut dari program sosialisasi. Program pelatihan ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada kelompok yang telah terbentuk di Desa Catur Kintamani. Program ini diharapkan meningkatkan kemampuan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani dalam menerapkan teknik promosi dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *WA*, *Line*, dan sejenisnya.
- b. Pelatihan Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM dibantu oleh mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran Digital Universitas Dhyana Pura, Menyelenggarakan pelatihan promosi pariwisata kepada anggota komite pariwisata Desa Catur Kintamani untuk mengatasi minimnya tingkat kunjungan ke Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *website*.

3. Tahap pendampingan PKM

Setelah selesai tahap pelatihan, maka para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola desa wisata secara mandiri. Tim pelaksana PKM dan pakar akan mendampingi setiap anggota kelompok selama beberapa hari, sehingga mereka dapat menanyakan apabila

mengalami kesulitan selama uji coba kegiatan tersebut.

4. Tahap monitoring PKM

Tahap monitoring dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM Universitas Dhyana Pura, dan tim dari kementerian. Pada tahap monitoring ini semua kegiatan harus bisa terlihat peningkatannya, mulai dari tahap pelatihan, pendampingan, dan hasil yang sudah diperoleh oleh pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Target yang ingin dicapai dari monitoring ini adalah untuk mengkonfirmasi seluruh tahapan serta proses dari seluruh kegiatan terkait dengan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut.

5. Tahap evaluasi PKM

Tahap evaluasi ini dilakukan setelah jangka waktu yang ditentukan hampir selesai. Tim pelaksana bersama pakar, Ketua LPPM, dan tim Kementerian mengevaluasi setiap kinerja para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani sesuai tugas pokoknya masing-masing. Evaluasi ini dilakukan dengan *Focus Group Discussion* (FGD) yang sekaligus mengecek hasil kegiatan di lokasi.

6. Tahap keberlanjutan PKM

Tahap keberlanjutan program merupakan tahap yang dilakukan berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan. Penilaian tahap ini dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM, dan Kementerian. Dalam rangka keberlanjutan program ini, maka setiap kelompok, harus meningkatkan produktivitasnya serta mengajar kelompok usaha yang sejenis maupun berbeda.

7. Partisipasi mitra dan Universitas Dhyana Pura

Partisipasi mitra dan partisipasi Universitas Dhyana Pura sangat diperlukan dalam memajukan PKM Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut. Mengingat sangat bermanfaatnya program ini bagi mitra maupun Universitas Dhyana Pura yang dimulai sejak tahap pengenalan sampai tahap keberlanjutan, maka mitra maupun Undhira berpartisipasi dalam hal:

8. Partisipasi mitra (Kepala Desa Catur Kintamani, dan Komite Pariwisata).

Sejak awal pengenalan program PKM – Desa Wisata Herbal ini, Kepala Desa Catur Kintamani, dan Ketua penguasaan digital marketing menyediakan waktu bertemu. Mereka sangat mengharapkan bantuan dosen Universitas Dhyana Pura untuk membina dan melatih anggota masyarakatnya dalam mengembangkan Desa Wisata. Bukti Kepala Desa Catur Kintamani, dan Ketua kelompok pariwisata mendukung program Kemendikbud-Ristek ini diwujudkan melalui penandatanganan surat pernyataan bermeterai 10.000 sebagaimana dilampirkan dalam proposal ini. Kepala Desa, Ketua dan Komite Pariwisata, mengumpulkan anggotanya di Kantor Kepala Desa untuk mendengarkan sosialisasi dan kemanfaatan dari program Kemendikbud-Ristek tersebut.

9. Partisipasi Universitas Dhyana Pura

Partisipasi Universitas Dhyana Pura diwujudkan melalui pembuatan MOU antara Rektor dengan Kepala Desa Catur Kintamani. Dengan demikian, partisipasi ini menunjukkan kepedulian Universitas Dhyana Pura Bali dalam melaksanakan program Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi dalam meningkatkan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Indonesia, secara khusus masyarakat Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

10. Pembagian Tugas Tim Pelaksana

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Komite Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani, maka kepakaran yang profesional di bidangnya sangat diperlukan untuk mewujudkan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Oleh sebab itu, tim pengusul kegiatan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani ini merupakan dosen tetap di Universitas Dhyana Pura Bali dari berbagai program studi dan keahlian di bidangnya masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan Hasil pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM)

Penggunaan *digital marketing* ini dijelaskan dibawah ini yang terdiri dari sosialisasi, pelatihan, pendampingan, monitoring, evaluasi dan keberlanjutan program yang bertujuan meningkatkan aspek pengetahuan dan keterampilan para Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani.

1. Tahap Sosialisasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing

Ketua tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Penggunaan digital marketing mensosialisasikan kepada semua anggota kelompok Pariwisata tentang kegiatan serta kemanfaatan program yang baik ini dari Kemendikbud-Ristek. Sosialisasi ini terkait dengan Manajemen penggunaan digital marketing desa wisata Catur, Pelatihan Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Dengan adanya acara sosialisasi ini, semua anggota kelompok yang tergabung dalam Desa Wisata agar mempersiapkan diri untuk mengikuti program pelatihan pada hari berikutnya sesuai kesepakatan bersama. Gambar 1. Dibawah ini adalah Sosialisasi Tim PKM di Banjar Lampu Desa Catur yang dihadiri oleh Rektor, Wakil Rektor 1, LPPM Universitas Dhyana Pura, Prebeker Desa Catur, perangkat desa, Tim dosen dan mahasiswa.

Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Sumber Daya Lokal Desa Catur Kintamani



Gambar 1. Dr. I Wayan Ruspindi (Ketua Tim PKM Paling kiri).

<https://channelbali.com/2021/05/23/peran-digital-marketing-dalam-meningkatkan-sumber-daya-lokal-desa-catur-kintamani/>

2. Tahap Pelatihan Penggunaan digital marketing

Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada kelompok yang telah

terbentuk di Desa Catur Kintamani. Program ini diharapkan meningkatkan kemampuan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani dalam menerapkan teknik promosi dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *WA*, *Line*, dan sejenisnya. Pelatihan ini diharapkan Pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola secara terintegrasi tata kelola kuliner, *homestay*, rekreasi, aktivitas wisata, pengelolaan keuangan koperasi desa. Program ini dilaksanakan oleh Tim PKM dan oleh mahasiswa manajemen dan D3 Manajemen Pemasaran Digital Undhira (Gambar 2.)



Gambar 2. Pelatihan *digital marketing*
<https://channelbali.com/2021/06/18/pkm-undhira-berikan-pelatihan-kelompok-pemuda-digital-marketing-desa-catur-kintamani/>

Pelatihan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital. Pelatihan ini dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM dibantu oleh mahasiswa D3 Manajemen Pemasaran Digital Universitas Dhyana Pura, Menyelenggarakan pelatihan promosi pariwisata kepada anggota komite pariwisata Desa Catur Kintamani untuk mengatasi minimnya tingkat kunjungan ke Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Menyelenggarakan pelatihan internet untuk para anggota komite pariwisata untuk mengatasi media promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk *website*. Program ini diharapkan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani memiliki profil yang lengkap tentang berbagai hal yang terkait dengan kepariwisataan dan aspek lain sebagai daya tarik wisata dan pengelola desa wisata mampu membuat paket wisata yang terintegrasi dengan bidang usaha yang telah

berkembang. Tim PKM menyerahkan bantuan alat berupa Laptop, Modem dan Mouse untuk Tim Digital Marketing Desa Catur Kintamani, Bangli (Gambar 3).



Gambar 3. Penyerahan bantuan alat (Laptop, Modem Smartfren, & Mouse)
<https://channelbali.com/2021/06/12/pkm-undhira-berikan-bantuan-alat-kepada-kelompok-pemuda-digital-marketing-desa-catur-kintamani/>

3. Tahap pendampingan PKM

Setelah selesai tahap pelatihan, maka para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani mampu mengelola desa wisata secara mandiri. Tim pelaksana PKM dan pakar akan mendampingi setiap anggota kelompok selama beberapa hari, sehingga mereka dapat menanyakan apabila mengalami kesulitan selama uji coba kegiatan tersebut. Pendampingan ini juga bertujuan untuk mengingatkan anggota kelompok jika melakukan kesalahan dalam uji coba, sehingga tidak berbeda dengan materi pelatihan sebelumnya. Target yang hendak dicapai dari pendampingan ini adalah agar semua anggota kelompok dapat bekerja mandiri serta mampu mengembangkan potensi desanya menjadi Desa Wisata khususnya Herbal yang menarik bagi wisatawan.

4. Tahap monitoring PKM – Desa Wisata Herbal

Tahap monitoring dilakukan oleh tim pelaksana, LPPM Universitas Dhyana Pura, dan tim dari kementerian. Pada tahap monitoring ini semua kegiatan harus bisa terlihat peningkatannya, mulai dari tahap pelatihan, pendampingan, dan hasil yang sudah diperoleh oleh pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani. Target yang ingin dicapai dari monitoring ini adalah untuk mengkonfirmasi seluruh tahapan serta proses dari seluruh kegiatan terkait dengan Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani tersebut. Apabila ada penemuan yang kurang memuaskan, maka tim pelaksana mendampingi bidang atau aspek yang kurang maksimal tersebut, sehingga tidak menjadi temuan lagi pada saat evaluasi.

5. Tahap evaluasi PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani

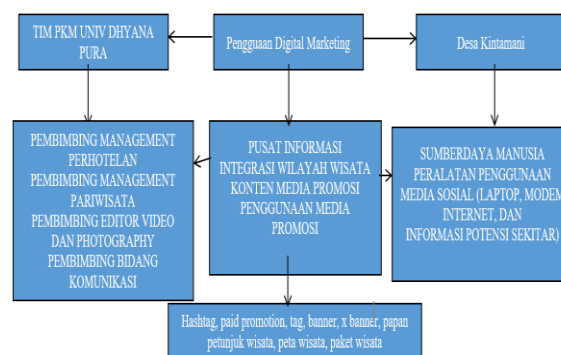
Tahap evaluasi ini dilakukan setelah jangka waktu yang ditentukan hampir selesai. Tim pelaksana bersama pakar, Ketua LP2M, dan tim Kementerian mengevaluasi setiap kinerja para pengelola Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani sesuai tugas pokoknya masing-masing. Evaluasi ini dilakukan dengan Focus Group Discussion (FGD) yang sekaligus mengecek hasil kegiatan di lokasi. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pelaksana diberitahukan kepada anggota kelompok dan ketuanya agar memperbaiki kekurangan serta memberikan pendampingan tambahan agar hasil yang didapatkan lebih maksimal. Pelaksana evaluasi ini adalah tim pengusul, tenaga ahli, serta Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat dari Universitas Dhyana Pura.

6. Tahap keberlanjutan PKM – Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani

Tahap keberlanjutan program merupakan tahap yang dilakukan berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan. Penilaian tahap ini dilakukan oleh tim pelaksana, LP2M, dan Kementerian. Dalam rangka keberlanjutan program ini, maka setiap kelompok, harus meningkatkan produktivitasnya serta mengajar kelompok

usaha yang sejenis maupun berbeda. Tujuannya agar kelompok lain atau pemuda lain mendapatkan pengetahuan yang sama, sehingga PKM– Penggunaan *digital marketing* Desa Catur Kintamani dirasakan manfaatnya oleh semua anggota masyarakat Desa Catur Kintamani.

Rekayasa Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang diterapkan pada PKM– Penggunaan digital marketing Desa Catur Kintamani ini sebagaimana ditunjukkan pada Gambar berikut:



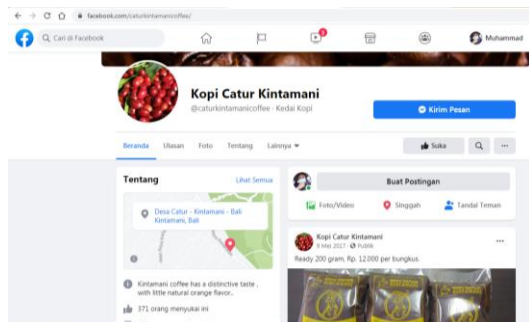
Gambar 4. Bagan. gambaran IPTEK PKM

Alat yang digunakan untuk Pelatihan Pemasaran Digital Mitra PKM

1. Laptop: Teknologi Terapan (Digital Marketing) yang akan diberikan kepada Mitra PKM
2. Modem Wifi Smartfren Connection: Teknologi Terapan (Digital Marketing) yang diberikan kepada Mitra PKM
3. Website resmi Desa Catur Kintamani.



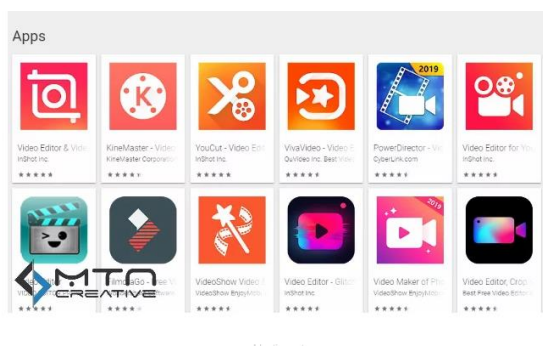
4. Akun media sosial Desa Kintamani



5. Logo



6. Aplikasi Editor video kinemaster



SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Simpulan yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan ini pelaksanaan digital marketing di Desa Catur memberikan dampak positif yang mendukung program desa wisata, memberikan promosi, akun resmi Desa Catur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada DRPM, LPPM Universitas Dhyana Pura, Kepala Desa dan masyarakat Desa Catur atas kerjasama dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga dapat menghasilkan luaran yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Hari Wibowo, Diah Kristina. 2018. Efektivitas Penggunaan Bahasa Inggris Dalam Media Promosi Pariwisata Solo Raya Menuju Pembangunan Sistem Online Tourism Promotion. *Journal Cakra Wisata* Vol 19 Jilid 2 2018.

Ari, K.A., Yudana, I.M., Pursika, I.N. 2015. Budaya Hindu Yang Masih Digunakan Setelah Terjadinya Proses Peralihan Agama Hindu Menjadi Kristen (Study Kasus Di Desa Blimbingsari, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli). *Jurnal Jurusan Pendidikan PKn*, 3(1).

Dermawan Waruwu, Et Al. Pengembangan Tanaman Herbal Sebagai Destinasi Wisata Di Desa Catur, Kintamani, Bali. Makassar: Universitas Hasanudin. *Jurnal PKM* Vol 4 No 1 2020.

Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* Vol 3 Nomor 1 Juni 2019.

Edwin Permana. 2009. Thesis Integrasi Pengembangan Wisata Pantai Dan Permukiman Nelayan Di Pesisir Barat Kabupaten Bengkulu Selatan Dalam Rangka Konservasi Alam. Surabaya: Institute Sepuluh November.

I Nyoman Sukra Adinatha, Et Al. Pura Panyajjagan Di Desa Pakraman Catur, Kintamani, Bangli, Bali (Latar Belakang Sejarah, Fungsi Pura Dan Potensinya Sebagai Media Pendidikan Multikultur Di Sekolah Menengah Pertama Dan Masyarakat). Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha. Vol 2 No 3.2014.

Mandal, P. and Vong, J., 2015. *Development of Tourism and the Hospitality Industry in Southeast Asia*. Singapore: Springer.

Putu Chris Susanto, Et Al. Pendampingan Kelompok Sadar Wisata Desa Catur Kintamani Menuju Desa Wisata Yang Kekinian. Prosiding SINAPTEK 2 November 2018. Bali: UDHIRA Bali.

Ruspenti, Junaedi I Wayan., Utama, I.G.B.R., 2017. Motivasi Wisatawan Mengunjungi Desa

- Utama, I.G.B.R., Ruspindi, Junaedi I Wayan., 2020. *Membangun Pariwisata dari Desa: Desa Wisata Warisan Budaya Jatiluwih*, Penebel, Tabanan, Bali. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, I.G.B.R., 2015. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utama, , I.G.B.R. 2007. Landscape as an Outdoor Recreation Form (Case Study the Netherlands and Bali, Indonesia). Available at SSRN 2553138.
- Utama, , I.G.B.R. 2007. Experience Marketing at Eka Karya Botanical Garden Bali. Available at SSRN 2628177.
- Utama, , I.G.B.R. 2014, October. Agrotourism as an Alternative Form of Tourism in Bali Indonesia. In *The International Conference on Sustainable Development March* (Vol. 6, p. 2012).
- Utama, , I.G.B.R. 2015. Leisure and Tourism on Quality of Life. Available at SSRN 2629774.
- Utama, I.G.B.R., 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Widiyanto, D., Purwo Handoyo, J. and Fajarwati, A., 2008. Pengembangan Pariwisata Perdesaan (Suatu Usulan Strategi bagi Desa Wisata Ketingan). *Bumi Lestari*, 8(2).
- Wuni, I.A.K.N., Sendratari, L.P., Hum, M., Margi, I.K. and Si, M., 2014. Gereja Pniel Di Desa Blimbingsari, Bangli, Bali (Sejarah Pendirian Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar Sejarah Di Sma). *Jurnal Widya Winayata*, 2(1).Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 16. 2007. *Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Guru*.
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
Usman, M. U., dan Setiawati, L. 2005. *Upaya Optimalisasi Kegiatan Belajar Mengajar*. Remaja Rosdakarya, Bandung



PENERAPAN PEMASARAN DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN PAKET WISATA DESA BLIMBINGSARI, JEMBRANA, BALI

Oleh

Ni Putu Dyah Krismawintari¹, I Gusti Bagus Rai Utama², Gerson Feoh³

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Pariwisata, Pendidikan, dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura

³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Informatika Universitas Dhyana Pura

E-mail: 1raiutama@undhirabali.ac.id

Article History:

Received: 14-08-2023

Revised: 12-09-2023

Accepted: 23-09-2023

Keywords:

Tourism Village,
Tourism Package,
Homestay, Tourist
Attraction, Tourism
Marketing, Digital
Marketing

Abstract: *The PKM Implementation Team has carried out training to solve partner problems in 3 fields: Field 1: Management and Marketing, Field 2: Tourism, and Field 3: Informatics. This activity has been carried out: (1) POKDARWIS has been able to make a tourist map in the form of narration and educational packages that have been integrated and which areas and products are suitable for inclusion in tourism potential. The products used are printing products made from organic colors, forest honey products, and pastry products made from local ingredients. (2) Villagers have collectively agreed on prices and products that can be linked between one tour and another. Currently, the agreement is on the distribution of group guests who spend the night in Blimbingsari Tourism Village. (3) POKDARWIS has been able to rebrand according to current tourism needs such as the entrance to the tourist village, the availability of exciting photo spots, and the creation of tour packages for Blimbingsari village. The rebranding that has been built is that Blimbingsari Tourism Village is The Promised Land. From the feedback that has been given, there are 2 indicators that are the weak points of Blimbingsari Tourism Village, namely the distance of the tourist village from the Denpasar City Center which must take quite a long time around 3 hours because the space is quite far, which is around 120 km. This problem has been overcome by creating a tour package to stay in the village and stringing it through a route that passes through the tourist attractions along the Denpasar-Gilimanuk route, or Denpasar-Singaraja-Gilimanuk. This tour package is designed to add value to the trip and add a more exciting tourist experience*

PENDAHULUAN

Desa wisata Blimbingsari dikelola oleh POKDARWIS yang disebut Komite Pariwisata. Dalam kegiatannya, Desa wisata ini menyediakan Homestay dengan pemberdayaan rumah



penduduk <https://www.blimbingsari.desa.id/homestay> dan menyediakan Paket Menginap dan Paket Kegiatan Wisata di Desa Blimbingsari <https://www.blimbingsari.desa.id/paket-wisata> (3)



Gambar 1. Kantor Desa Wisata Blimbingsari

Meskipun masih belum semua unsur stakeholders dalam pengelolaan desa wisata Blimbingsari dapat menangkap visi pimpinan desa terkait pengembangan pariwisata di desanya, namun memasuki tahun ketiga keberadaan desa wisata, sudah semakin banyak stakeholder's yang ikut terlibat dalam mengeksplorasi, merancang, mengembangkan, dan mempromosikan Desa Wisata Blimbingsari. Tidak hanya itu, unsur pentahelix pendukung pengembangan pariwisata pun semakin berkembang, dengan semakin banyaknya pihak CSR, perguruan tinggi, LSM, tour operator, pemerintah, dan pihak terkait lainnya yang tertarik untuk membantu Desa Wisata Blimbingsari agar semakin berkembang. Sampai saat ini sudah ada beberapa paket wisata yang ditawarkan dengan ragam kegiatan khas Desa Blimbingsari namun promosi belum dilakukan secara optimal (4); (5).

Desa ini menjadi sebuah desa wisata yang sejak 16 Desember 2011 ditetapkan sebagai desa wisata oleh Gubernur Bali dan diresmikan oleh Bupati Jembrana pada tanggal 25 Desember 2011 tentu saja tidak terjadi dengan begitu saja. Sebuah perjalanan yang sangat panjang telah dilalui oleh Desa Blimbingsari sehingga menjadi desa yang makmur. Desa Blimbingsari yang terletak sekitar 25 km ke arah barat pusat kota Negara, Jembrana yang merupakan desa Kristen pertama di Bali dengan mayoritas penduduknya yang beragama Kristen (7); (2).

Meskipun masih belum semua unsur stakeholders dalam pengelolaan desa wisata Blimbingsari dapat menangkap visi pimpinan desa terkait pengembangan pariwisata di desanya, namun memasuki tahun ketiga keberadaan desa wisata, sudah semakin banyak stakeholder's yang ikut terlibat dalam mengeksplorasi, merancang, mengembangkan, dan mempromosikan Desa Wisata Blimbingsari. Tidak hanya itu, unsur pentahelix pendukung pengembangan pariwisata pun semakin berkembang, dengan semakin banyaknya pihak CSR, perguruan tinggi, LSM, tour operator, pemerintah, dan pihak terkait lainnya yang tertarik untuk membantu Desa Wisata Blimbingsari agar semakin berkembang. Sampai saat ini sudah ada beberapa paket wisata yang ditawarkan dengan ragam kegiatan khas Desa Blimbingsari namun promosi belum dilakukan secara optimal (1); (2); (3).

Desa Blimbingsari terletak di kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana, Bali, dengan



penduduk mayoritas beragama Kristen Protestan di tengah-tengah masyarakat Bali yang sebagian besar menganut agama Hindu. Warga desa yang merupakan orang-orang Bali asli ini walau telah berpindah agama namun tidak meninggalkan kebudayaan asli mereka. Keunikan desa ini dapat dilihat dari arsitektur gereja yang jika dilihat dari depan tampak seperti sebuah pura. Tata ruang dalam membangun desa pun masih memegang kebudayaan Bali yang kuat (4); (5). Desa ini menjadi sebuah desa wisata yang sejak 16 Desember 2011 ditetapkan sebagai desa wisata oleh Gubernur Bali dan diresmikan oleh Bupati Jembrana pada tanggal 25 Desember 2011 tentu saja tidak terjadi dengan begitu saja. Sebuah perjalanan yang sangat panjang telah dilalui oleh Desa Blimbingsari sehingga menjadi desa yang makmur. Desa Blimbingsari yang terletak sekitar 25 km ke arah barat pusat kota Negara, Jembrana yang merupakan desa Kristen pertama di Bali dengan mayoritas penduduknya yang beragama Kristen (6); (7).

Kegiatan PKM Pemberdayaan Pokdarwis dengan Penerapan Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari telah berdampak positif. Dampak positif adalah Tim PKM telah berhasil menginisiasi untuk membuat paket wisata yang memanfaatkan potensi lokal berupa kekayaan alam, pengetahuan, dan sumberdaya manusia local Desa Wisata Blimbingsari yang tergabung dalam kelompok POKDARWIS/Komite Desa Wisata.

METODE

Penerapan Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari, Jembrana, Bali dilaksanakan melalui tiga bidang pendampingan. Tim Pelaksanaan PKM telah melaksanakan pelatihan untuk memecahkan permasalahan Mitra dalam 3 Bidang: Bidang 1: Manajemen, dan Pemasaran, Bidang 2: Pariwisata, dan Bidang 3: Informatika.

Tabel 1. Kegiatan PKM Pemberdayaan Pokdarwis dengan Penerapan Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari

Masalah Mitra	Solusi	Target Capaian
Belum tersedianya pusat informasi tempat wisata yang terintegrasi	Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada POKDARWIS. Kegiatan ini dilakukan oleh Putu Dyah Krismawintari, SE., MM. sebagai dosen Manajemen.	Desa Wisata Blimbingsari menjadi lebih informative dengan penilaian kinerja > 80%
Belum terintegrasinya seluruh potensi desa dalam satu program desa wisata.	Pelatihan manajemen organisasi desa wisata yang dilakukan oleh anggota Dr. I Gusti Bagus Rai Utama dengan kepakaran Manajemen Kepariwisata	POKDARWIS Blimbingsari mampu mengelola secara terintegrasi tata kelola kuliner, homestay, rekreasi, dan aktivitas wisata dengan penilaian kinerja > 80%
Belum tersedianya konten promosi pariwisata terkait paket wisata dan aktivitas wisata.	Melatih dan Merancang konten Pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dr. I Gusti Bagus Rai Utama dengan kepakaran Manajemen Pemasaran Pariwisata	Menambah spot/daya tarik wisata yang ada, paket/kegiatan wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan dengan penilaian kinerja > 80%



Masalah Mitra	Solusi	Target Capaian
Belum ada pengelolaan Konten Pemasaran Digital untuk desa wisata Blimbingsari.	Melatih dan Merancang Paket Tour Desa Wisata Catur, dan menyelenggarakan pelatihan pemasaran digital oleh Gerson Feoh, S.Kom., MT. dengan kepakaran Teknologi Informatika	Pengelola Desa Wisata mampu membuat paket wisata yang terintegrasi dengan bidang usaha yang telah berkembang dengan penerapan Pemasaran digital dengan penilaian kinerja > 80%

Sumber Masalah dari hasil penelitian sebelumnya tentang Desa Wisata Blimbingsari (2); (8); (9).

HASIL

Tim Pelaksanaan PKM telah melaksanakan pelatihan untuk memecahkan permasalahan Mitra dalam 3 Bidang: Bidang 1: Manajemen, dan Pemasaran, Bidang 2: Pariwisata, dan Bidang 3: Informatika. Setelah pelatihan, uraian pemecahan masalah dalam dijelaskan sebagai berikut:

- Tim PKM telah menyelenggarakan sosialisasi tentang pentingnya visitor center sebagai pelayanan informasi kepada wisatawan maupun calon wisatawan. Kemudian dengan menambahkan pemberi informasi menggunakan bilingual karena sejauh ini Bali selalu dikunjungi oleh wisatawan asing.
- Tim PKM telah menyelenggarakan sosialisasi Media center juga bekerjasama dengan pihak yang lebih berwenang dalam pariwisata untuk memberikan informasi seperti dinas pariwisata, Universitas Dhyana Pura kemudian juga informasi-informasi akses menuju wilayah Blimbingsari.
- Homestay yang ada di Desa Wisata blimbingsari telah tersedia papan nama sehingga wisatawan dapat membedakan antara rumah tinggal biasa dan rumah tinggal yang menyediakan jasa penginapan berupa homestay. Penyediaan Papan Nama Homestay ini diadakan melalui Hibah PKM ini.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Desa Wisata Blimbingsari. Galeri Foto Homestay di Desa Wisata Blimbingsari yang telah dihibahkan Papan Nama

<https://raiutama.wordpress.com/2023/09/07/papan-nama-homestay-desa-wisata-blimbingsari-melaya-jembrana/>



Tim PKM telah berhasil menginisiasi untuk membuat paket wisata yang memanfaatkan potensi lokal berupa kekayaan alam, pengetahuan, dan sumberdaya manusia local Desa Wisata Blimbingsari yang tergabung dalam kelompok POKDARWIS/Komite Desa Wisata. Bentuk terintegrasinya seluruh komponen potensi desa dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) POKDARWIS telah mampu membuat Peta wisata dalam bentuk narasi dan paket edukasi yang sudah terintegrasi dan wilayah serta produk mana saja yang sudah layak untuk di masukan kedalam potensi wisata. Produk yang dimanfaatkan adalah produk printing berbahan warna organic, produk madu hutan, dan produk kue kering berbahan local.
- 2) Warga Desa telah membuat kesepakatan bersama mengenai harga dan produk yang bisa dikaitkan antara satu wisata dengan wisata lainnya. Saat ini kesepakatan pembagian dan distribusi tamu group yang bermalam di Desa Wisata Blimbingsari.
- 3) POKDARWIS telah mampu membuat Rebranding ulang sesuai kebutuhan wisata sekarang seperti pintu masuk ke desa wisata, tersedia spot photo yang menarik dan pembuatan paket wisata untuk desa Blimbingsari. Rebranding yang telah dibangun adalah Desa Wisata Blimbingsari Adalah the Promised Land.

Tabel 1. Daftar 27 nam homestay desa wisata blimbingsari *the promised land* yang terintegrasi dengan pengelolaan desa wisata

No	Nama Homestay	Nama Pemilik	Type
1	Puri Eling Villa	Ibu Cahya Erani Ayub	DLX-SUITE
2	Setyabudi Homestay	Ibu Rai Rawati	DLX-AC
3	Mai Nginep Homestay	Made Yudi Hariastawa	DLX-AC
4	Marthadi Homestay	Ketut Merthadi	DLX-AC
5	Vidi Homestay	Gede Stepanus	DLX-AC
6	Merta Kusuma Homestay	Putu Kusuma	STD-FAN
7	Taman Puri Siarma	Ibu Boen Lili / Wyn M.	DLX-AC
8	Bingsari Homestay Pool & Villa	I Nyoman Suparta Wijaya	SUITE
9	Mercapada Homestay	Ngurah Susan	DLX-AC
10	Shalom Homestay	Wayan Kornilius	DLX-A
11	Orchid Homestay	Bu W Priyasthi	STD-FAN
12	Tari Taman Homestay	Bu Karmel Elia	DLX-AC
13	Natan Homestay	Nyoman Natanael	DLX-AC
14	Yunus Homestay	Nyoman Yunus	DLX-AC
15	Wira Homestay	Made Suwita	DLX-AC
16	Rai Miarthi Homestay	Bu Rai Miarthi	DLX-AC
17	Jaya Wardhana Homestay	Ketut Jaya Wardhana	DLX-AC
18	Wayan Homestay	Wayan Sukertia	DLX-AC
19	Endang Homestay	Bu Made Endang	STD-FAN
20	Meidikha Homestay	Putu Meidhika	DLX-AC
21	Sukarena Homestay	Bu Ludia	DLX-AC
22	Mazmur Villa	Gede Mazmur	DLX-AC
23	Sudirman Homestay	Nyoman Sudirman	STD-FAN
24	Wayan Wara Family Homestay	Made Matius	STD-FAN



No	Nama Homestay	Nama Pemilik	Type
25	Tribawa Homestay	Wayan Tribawa	DLX-AC
26	Pondok Wisata Tunas	Ketut Nordja Tunas	STD-FAN
27	Andreas Homestay	Taep Andreas	STD-FAN

Didata oleh Komite Pariwisata Blimbingsari (2023)

Pada saat yang bersamaan, Desa Wisata Blimbingsari menerima tamu Group Pendeta Gereja Kristen Sumba yang berjumlah 140 orang. Sebelum para tamu meninggalkan Desa Wisata, mereka diminta untuk memberikan feedback untuk pengembangan paket Wisata Desa Blimbingsari. Feedback ini diisi oleh 90 Responden.

Tabel 2. Feedback Untuk Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari, Jembrana, Bali

No	Kode	Indikator	Rating (90 RESP)	Remark
1.	A1.1	Kendaraan Menuju Desa Wisata Blimbingsari	3.47	Sangat Baik
2.	A1.2	Jarak Menuju Desa Wisata Blimbingsari	2.98	Cukup
3.	A1.3	Lama Waktu Perjalanan Menuju Desa Wisata Blimbingsari	2.86	Cukup
4.	A2.1	Pelayanan informasi kepada Pengunjung/wisatawan	3.21	Sangat Baik
5.	A2.2	Ketersediaan informasi tentang Desa Wisata Blimbingsari	3.12	Sangat Baik
6.	A2.3	Ketersediaan Tempat Menginap/Homestay	3.32	Sangat Baik
7.	A2.4	Ketersediaan Makanan dan Minuman	3.44	Sangat Baik
8.	A2.5	Ketersediaan Produk UMKM Desa Wisata Blimbingsari	3.18	Sangat Baik
9.	A2.6	Ketersediaan Produk Pertanian/Peternakan Desa Wisata Blimbingsari	3.02	Sangat Baik
10.	A3.1	Keunikan Budaya Desa Wisata Blimbingsari	3.66	Sangat Unik
11.	A3.2	Keindahan Alam Desa Wisata Blimbingsari	3.71	Sangat Indah
12.	A3.3	Sejarah Desa Wisata Blimbingsari	3.11	Sangat Menarik
13.	A4.1	Cerita Teman-teman tentang Desa Wisata Blimbingsari	3.27	Sangat Menarik
14.	A4.2	Posting/ hastag tentang Desa Wisata Blimbingsari di Medsos: FB, TikTok, Instagram, X/Twitter	3.11	Sangat Menarik
15.	A5	Apakah Tertarik untuk datang lagi Desa Wisata Blimbingsari pada waktu yang	3.57	Sangat Tertarik



No	Kode	Indikator	Rating (90 RESP)	Remark
		akan datang?		

Didata oleh Tim PKM, Sabtu dan Minggu, 5-6 Agustus 2023

Dari Feedback yang telah diberikan, terdapat 2 indikator yang menjadi poin lemah dari Desa Wisata Blimbingsari, yakni Jarak Desa wisata dari Pusat Kota Denpasar yang harus ditempuh cukup lama sekitar 3 jam karena jaraknya memang cukup jauh yakni sekitar 120 km. Permasalahan ini telah diatasi dengan membuat paket Wisata menginap di Desa, dan merangkai dengan melalui rute yang melewati daya tarik wisata yang ada di sepanjang rute Denpasar-Gilimanuk, atau Denpasar-Singaraja-Gilimanuk. Paket wisata ini dirancang untuk menambah nilai perjalanan, dan menambah pengalaman wisata yang lebih menarik

DISKUSI

Kegiatan PKM Pemberdayaan Pokdarwis dengan Penerapan Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Paket Wisata Desa Blimbingsari telah berdampak positif. Dampak positif tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Bidang 1: Manajemen, dan Pemasaran
 - a) Tim PKM telah menyelenggarakan sosialisasi tentang pentingnya visitor center sebagai pelayanan informasi kepada wisatawan maupun calon wisatawan. Kemudian dengan menambahkan pemberi informasi menggunakan bilingual karena sejauh ini Bali selalu dikunjungi oleh wisatawan asing.
 - b) Tim PKM telah menyelenggarakan sosialisasi Media center juga bekerjasama dengan pihak yang lebih berwenang dalam pariwisata untuk memberikan informasi seperti dinas pariwisata, Universitas Dhyana Pura kemudian juga informasi-informasi akses menuju wilayah Blimbingsari.
- 2) Bidang 2: Pariwisata
 - a) Homestay yang ada di Desa Wisata Blimbingsari telah tersedia papan nama sehingga wisatawan dapat membedakan antara rumah tinggal biasa dan rumah tinggal yang menyediakan jasa penginapan berupa homestay. Penyediaan Papan Nama Homestay ini diadakan melalui Hibah PKM ini.
 - b) POKDARWIS telah mampu membuat Peta wisata dalam bentuk narasi dan paket edukasi yang sudah terintegrasikan dan wilayah serta produk mana saja yang sudah layak untuk di masukan kedalam potensi wisata. Produk yang dimanfaatkan adalah produk printing berbahan warna organic, produk madu hutan, dan produk kue kering berbahan local.
 - c) Warga Desa telah membuat kesepakatan bersama mengenai harga dan produk yang bisa dikaitkan antara satu wisata dengan wisata lainnya. Saat ini kesepakatan pembagian dan distribusi tamu group yang bermalam di Desa Wisata Blimbingsari.
 - d) POKDARWIS telah mampu membuat Rebranding ulang sesuai kebutuhan wisata sekarang seperti pintu masuk ke desa wisata, tersedia spot photo yang menarik dan pembuatan paket wisata untuk desa Blimbingsari. Rebranding yang telah dibangun adalah Desa Wisata Blimbingsari Adalah the Promised Land.
- 3) Bidang 3: Informatika
 - a) Pelatihan pembuatan video yang menarik sebagai destinasi wisata Blimbingsari.
 - b) Pelatihan Photography yang melibatkan anak-anak muda yang berada di desa



Blimbingsari.

- c) Membuat Flyer, Banner, Insta story, video testimony, dan akses peta menuju wisata Blimbingsari.
- d) Pelatihan promosi menggunakan media sosial.
- e) Menggunakan Influencer baik lokal maupun nasional influencer.
- f) Pelatihan media sosial dengan tag video testimoni dari para pengunjung.

KESIMPULAN

Tim PKM telah berhasil menginisiasi untuk membuat paket wisata yang memanfaatkan potensi lokal berupa kekayaan alam, pengetahuan, dan sumberdaya manusia local Desa Wisata Blimbingsari yang tergabung dalam kelompok POKDARWIS/Komite Desa Wisata. Bentuk terintegrasinya seluruh komponen potensi desa dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) POKDARWIS telah mampu membuat Peta wisata dalam bentuk narasi dan paket edukasi yang sudah terintegrasikan dan wilayah serta produk mana saja yang sudah layak untuk di masukan kedalam potensi wisata. Produk yang dimanfaatkan adalah produk printing berbahan warna organic, produk madu hutan, dan produk kue kering berbahan local.
- b) Warga Desa telah membuat kesepakatan bersama mengenai harga dan produk yang bisa dikaitkan antara satu wisata dengan wisata lainnya. Saat ini kesepakatan pembagian dan distribusi tamu group yang bermalam di Desa Wisata Blimbingsari.
- c) POKDARWIS telah mampu membuat Rebranding ulang sesuai kebutuhan wisata sekarang seperti pintu masuk ke desa wisata, tersedia spot photo yang menarik dan pembuatan paket wisata untuk desa Blimbingsari. Rebranding yang telah dibangun adalah Desa Wisata Blimbingsari adalah *The Promised Land*.

Dari Feedback yang telah diberikan, terdapat dua indikator yang menjadi poin lemah dari Desa Wisata Blimbingsari, yakni Jarak Desa wisata dari Pusat Kota Denpasar yang harus ditempuh cukup lama sekitar 3 jam karena jaraknya memang cukup jauh yakni sekitar 120 km. Permasalahan ini telah diatasi dengan membuat paket Wisata menginap di Desa, dan merangkai dengan melalui rute yang melewati daya tarik wisata yang ada di sepanjang rute Denpasar-Gilimanuk, atau Denpasar-Singaraja-Gilimanuk. Paket wisata ini dirancang untuk menambah nilai perjalanan, dan menambah pengalaman wisata yang lebih menarik.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini didanai oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan Teknologi, Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (DRTPM) untuk tahun anggaran 2023, dan didukung oleh Universitas Dhyana Pura dalam bentuk peminjaman fasilitas dan dana inkind.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Irianingsih N. Yuk Membuat ECO PRINT motif kain dari daun dan bunga. Gramedia Pustaka Utama; 2018.
- [2] Utama IGBR, Junaedi IWR. Membangun pariwisata dari desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali usaha transformasi ekonomi. Deepublish; 2018.
- [3] Study on the Implementation of Community Based Tourism Principles in Jatiluwih, Tabanan, Bali. J Kaji Bali J Bali Stud. 2019 Oct 31;



-
- [4] Utama IGBR, Krismawintari NPD, Komalasari Y, Patni NLPSS. Exploring Policies and Strategies to Minimize Economic Leakages in the Tourism Sector Experiences in Many Countries. *Balt J Law Polit.* 2022;15(2):813–27.
- [5] Utama IGBR, Laba IN, Junaedi IWR, Krismawintari NPD, Turker SB, Juliana J. Exploring key indicators of community involvement in ecotourism management. *J Environ Manag Tour.* 2021;12(3).
- [6] Junaedi IWR, Utama IGBR. AGROTOURISM AS THE ECONOMICS TRANSFORMATION OF THE TOURISM VILLAGE IN BALI (CASE STUDY: BLIMBINGSARI VILLAGE, JEMBRANA, BALI). *J Bus Hosp Tour.* 2017 Jan 6;
- [7] Ruspendi Junaedi IW, Damayana IW, Waruwu D, Rai Utama IGB. Peran Lembaga Perkreditan Desa dalam Pengembangan Kewirausahaan Sosial Masyarakat Bali. *J Kaji Bali (Journal Bali Stud.* 2021;11(1):201.
- [8] Utama IGBR, Junaedi IWR. Program Kemitraan Masyarakat Desa Wisata Blimbingsari, Melaya, Jembrana, Bali. *Parad (Jurnal Apl IPTEK).* 2018;2(2).
- [9] Utama IGBR. *Agrotourism as an Alternative form of tourism in Bali Indonesia.* Publisher: Scholars' Press. ID; 2014.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN