

PERAN POKDARWIS DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK LOKAL DESA WISATA PUNTUK REJO

Maya Sekar Wangi^{1*}, Fikriana Mahar Rizqi²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi Surakarta,

*e-mail: wangimayasekar@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penetapan desa Puntuk Rejo sebagai desa wisata dinilai strategis, terutama untuk mendorong keterlibatan masyarakat setempat dalam pembangunan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Tentunya untuk mewujudkan desa wisata dengan hasil yang optimal, harus didukung oleh fasilitas dan sumber daya manusia/SDM yang memadai, salah satunya dimulai dengan pembentukan lembaga yang aktif dalam kegiatan pariwisata. BUMDes memfasilitasi pembentukan kelompok masyarakat sadar wisata / POKDARWIS Puntuk Rejo agar masyarakat dapat membangun desa wisata. BUMDes bersama POKDARWIS saling melengkapi dalam mewujudkan desa wisata yang berkelanjutan. Pengembangan lebih lanjut BUMDes desa bersama dengan POKDARWIS mulai mendirikan desa wisata. Desa-desa wisata tersebut selanjutnya ditetapkan kegiatannya berdasarkan keunggulan desa-desa tersebut, sehingga dapat disebut desa dengan ciri khusus seperti desa ubi, desa karet, desa jambu, desa jamu, desa aglonema dan lain- lain. Untuk mempromosikan produk-produk lokal tersebut, setiap POKDARWIS mengiklankan dan memasarkan baik secara offline maupun online. Dari Tim Pengabdian Kepada Masyarakat UNISRI memberikan kegiatan pendampingan kepada POKDARWIS mulai dari manajemen pemasaran hingga presentasi dan promosi produk lokal di Desa Wisata Puntuk Rejo baik secara offline maupun online. Solusi yang diajukan adalah Pengantar membuat paket wisata; memperkenalkan tempat wisata; Memperkenalkan peluang untuk mempromosikan produk lokal di media sosial; Outcome dari kegiatan ini diharapkan POKDARWIS memiliki keahlian dalam mempromosikan produk desa wisata lokal.

Kata kunci: Desa wisata, POKDARWIS, Pendampingan

ABSTRACT

Community service with the title: Assistance in Increasing the Role of Organizations in the Development of Tourism Villages in Pendem Village, Mojogedang District, Karanganyar Regency, was encouraged by the results of our research on the Role of Community Organizations in the development of Tourism Villages. In Pendem village. The tourism sector is also a catalyst for development because it has very bright and promising prospects and provides many benefits. Tourism is one of the regional potentials that can be developed independently (by the community), for the welfare of local village communities, which we know as tourist villages. Pendem village, Mojogedang sub-district, Karanganyar regency has been developed into a tourist village, after the Covid-19 pandemic several years ago, its superior potential is Gamelan art and the typical batik making of Pendem village with the "empon-empon" motif. Through "Culture Educative" these two superior cultures are offered to tourists. The assistance provided by the community service team provides training, workshops, such as accompaniment with marketing, conducting electronic (online) promotions and assisting in English language training for the younger generation, improving the work system of the POKDARWIS organization.

Keywords: POKDARWIS, Promotion, Local product

1. PENDAHULUAN

Desa Puntuk Rejo termasuk wilayah kabupaten Karanganyar letaknya merupakan pintu masuk ketika wisatawan akan mengunjungi menuju daerah wisata lainnya. Ketika wisatawan akan berkunjung ke situs-situs peninggalan sejarah seperti Candi Suku, Candi Cetho, dan wisata alam ke telaga Madirda, Air Terjun Jumog serta menikmati sejuknya kebun teh Kemuning, wisatawan pasti akan melewati Desa Puntuk Rejo ini. Desa ini tak kalah bagusnya dan memiliki banyak destinasi wisata yang berupa sumber daya alam yang indah diantaranya banyak mata air yang melimpah ruah, tanah yang subur dan pemandangan view yang bagus dikaki gunung lawu yang selalu tampak menarik bila dilihat dari berbagai sudut pandang wilayah desa. Desa inipun sudah ramai banyak dikunjungi warga masyarakat yang hanya sekedar ingin menikmati indahnya alam,

berfoto-foto selfi maupun para warga yang memanfaatkan sumber daya alamnya. Desa Puntuk Rejo merupakan lokasi yang sangat strategis, sejak tahun 2018 sebagai desa wisata tempat ini dikelola dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas pendukung sarana dan prasarana wisata lainnya, sehingga tempat ini akan menjadi tempat transit atau singgah bahkan menjadi tempat tujuan wisata yang menyenangkan.

Dalam Undang-Undang Desa, desa memiliki kewenangan yang luas dalam mengurus urusan pemerintahannya dan memiliki kewenangan dalam mengelola potensi desa serta memberdayakan masyarakat desa. Permendes Nomor 1 Tahun 2015 tentang Pedoman Kewenangan Berdasarkan Hak Asal Usul dan kewenangan Lokal Berskala Desa menentukan bahwa pengembangan sektor wisata desa merupakan bagian dari kewenangan lokal berskala desa. Kewenangan lokal berskala desa adalah kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat desa yang telah dijalankan secara efektif dijalankan oleh pemerintah desa atau yang muncul karena perkembangan desa dan prakarsa masyarakat desa. Desa dapat mengelola sebesar-besarnya potensi wisata yang dimiliki. Pengelolaan yang dilakukan dapat berupa pengelolaan daya tarik wisata, mempersiapkan sarana dan prasarana wisata hingga menyediakan jasa pariwisata.

Untuk mewujudkan desa wisata dengan hasil yang optimal, sudah tentu harus didukung oleh fasilitas-fasilitas dan sumber daya manusia /SDM yang memadai, salah satunya mulai membentuk lembaga yang mewadahi aktifitas kepariwisataan. Dalam rangka pemberdayaan masyarakat mewujudkan desa wisata, BUMDes memfasilitasi terbentuknya kelompok masyarakat sadar wisata yang tergabung dalam POKDARWIS desa Puntuk Rejo. BUMDes bersama-sama dengan POKDARWIS saling mengisi dan melengkapi untuk terwujudnya desa wisata yang berkelanjutan. Proses pembentukan kelembagaan atau yang dikenal dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) ini didasari oleh proses rebug warga yang mempertimbangkan aspek kepemimpinan; fungsi POKDARWIS. Secara umum, lembaga ini adalah sebagai penggerak sadar wisata dan Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan) di wilayah desa Puntuk Rejo. Selain itu, POKDARWIS juga berfungsi sebagai mitra pemerintah dalam upaya perwujudan dan pengembangan sadar wisata di daerah. Kelembagaan yang sudah terbentuk ini dimaksimalkan peran dan fungsinya. Masyarakat yang ditunjuk sebagai pengurus memiliki komitmen dalam proses pengembangan desa wisata. Selain itu, lembaga yang telah dibentuk sesuai tugas pokok dan fungsinya melaporkan progres kerja, monitoring dan evaluasi, termasuk juga melaporkan keuangan secara akuntanbel melalui musyawarah rutin agar tidak terjadi konflik sosial antar anggota. Dengan demikian POKDARWIS harus didukung dengan sumberdaya manusia yang berkualitas, berkompeten, memahami dan mengerti prinsip-prinsip dan konsep desa wisata, bekerja dengan jujur, totalitas serta memiliki loyalitas yang tinggi terhadap kewajibannya dan memiliki kemampuan penguasaan berbagai unsur lokalitas desa sebagai kekuatan daya tarik utama.

Perkembangan desa wisata saat ini sudah semakin meningkat dengan didukung adanya berbagai keanekaragaman wisata alam, buatan, budaya dan kreatifitas menciptakan makanan khas sebagai wujud dari pemanfaatan produk local desa sekitar menjadikan desa Puntuk Rejo memiliki potensi yang cukup besar untuk dijadikan desa wisata. Dengan adanya potensi yang ada, menjadikan pariwisata sebagai salah satu sector unggulan di daerah Kabupaten Karanganyar. Seiring dengan berjalannya waktu, promosi wisata dapat dilakukan oleh warga sekitar, dalam hal ini melalui BUMDes membentuk organisasi dengan nama kelompok sadar wisata (POKDARWIS). POKDARWIS ini merupakan motor penggerak dan memiliki peran penting dalam merencanakan dan menyelenggarakan kegiatan promosi dilihat dari potensi unggulan yang ada didaerah masing-masing.

2. METODE

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahap yakni:

1. Tahap Persiapan, mempersiapkan pelaksanaan dan menentukan kelompok sasaran atas rekomendasi dari Bapak Kepala Desa Puntuk Rejo dimana masalah yang diangkat masih seputar pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal dan dalam hal ini terkonsentrasi pada Kelompok Sadar Wisata /POKDARWIS di Desa Puntuk Rejo.
2. Tahap Pelaksanaan; Adapun Langkah-langkah yang dilaksanakan tim Pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut : Kegiatan penyuluhan dengan model ceramah dan diskusi untuk menggali personal-persoalan yang perlu dibantu pada POKDARWIS dalam mempromosikan desa wisata baik secara offline maupun online di media sosial
3. Tahap Evaluasi: Mengikuti perkembangan kegiatan POKDARWIS setelah mendapat penyuluhan dan hasilnya dilaporkan pada laporan kemajuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan penyuluhan dan ceramah serta diskusi diselenggarakan pada bulan Mei 2022 di bertempat di resto rempah, milik warga desa Puntuk Rejo yang berhasil mengembangkan usahanya dalam bidang kuliner. Materi yang diberikan oleh tim Pengabdian Pada Masyarakat UNISRI dalam penyuluhan berupa ceramah tentang Peran POKDARWIS Dalam Mempromosikan Produk Lokal Desa Wisata Puntuk Rejo. Isi materi tersebut antara lain :

1. Penguatan organisasi POKDARWIS sebagai organisasi berperan penting dalam mempromosikan produk lokal dengan cara :
 - a. Mengenalkan cara membuat paket wisata;
 - b. Mengenalkan cara memandu obyek wisata;
 - c. Mengenkancara mempromosikan produk lokal melalui media sosial.

Kegiatan tersebut dihadiri 11 anggota POKDARWIS dari masing-masing perwakilan dusun, desa Puntuk Rejo,sejumlah 11 orang ; Aparat Desa Puntuk Rejo sejumlah 2 orang dan ketua POKDARWIS. Anggota POKDARWIS Sebagian besar juga sebagai pelaku UMKM., sehingga juga sekaligus pengetahuan ini juga dapat tersalurkan keterwakilan dari UMKM. Acara ceramah dimulai jam 13.00 sampai selesai. Dengan acara tunggal penyuluhan dan diskusi. Acara dibuka oleh bapak suparno kepala Desa Puntuk Rejo dan dilanjutkan penyuluhan pemaparan materi ceramah dari tim pengabdian masyarakat dari UNISRI, dengan menggunakan media membuat slide dan dilanjutkan diskusi dengan peserta.

Setelah acara ceramah selesai dilakukan tanya jawab antara peserta dan dilanjutkan diskusi. Hasil diskusi disimpulkan sebagai berikut :

- a. Desa wisata pada kampung-kampung wisata desa Puntuk Rejo memiliki potensi yang cukup luar biasa dengan unggulan masing-masing desa, namun Lembaga POKDARWIS masih berjalan sendiri-sendiri dan belum terkoordinasi dengan baik.
- b. Dalam pengembangan desa wisata tingkat kalurahan hubungan antara BUMDes dan POKDARWIS kurang harmonis, sehingga terjadi persaingan yang cukup rawan konflik antara BUMDes dan POKDARWIS dalam melakukan kegiatan mempromosikan kepariwisataan.
- c. Dengan keadaan tersebut diatas, masyarakat terkendala dengan pemasaran produk-produk lokalnya, sehingga membutuhkan bantuan dari tim pengabdian masyarakat UNISRI guna membantu menyelesaikan masalah tersebut. Dari materi diskusi banyak memberi manfaat khususnya bagaimana cara mempromosikan produk local khususnya

melalui media sosial, mengingat anggota POKDARWIS juga sebagai pelaku UMKM, yang Sebagian besar rata-rata berusia sekitar usia 50 tahun keatas (lansia) yang tidak paham tentang seluk beluk media sosial

Dalam melakukan promosi ada strategi tersendiri sesuai dengan produk unggulan yang dimiliki masing-masing desa. Ada yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai produk unggulannya seperti membudidayakan hasil tanaman yang tumbuh seperti menanam jambu dan setelah berbuah ada program wisatawan dapat mengunjungi kebun jambu dengan petik sendiri, ada unggulan produk jamur yang dikreasikan menjadi makan khas seperti kripik jamur; ketela dijadikan makanan khas seperti brownis ketela dan lain sebagainya. Untuk menarik para wisatawan tersebut untuk melakukan promosi tersebut perlu dicoba dengan melakukan promosi yang cukup berbeda yaitu promosi dengan strategi hard selling. Strategi hard selling yaitu promosi secara langsung dan diharapkan mendapatkan omset dari target pasar yang ditentukan. menggunakan startegi hard selling merupakan strategi ini memiliki cara promosi yang dilakukan lebih mudah, lebih cepat serta efektif untuk memperkenalkan produk dan menarik wisatawan untuk berkunjung dan membeli produk-produk wisata, baik berupa barang maupun jasa. Hard selling atau yang biasa dikenal teknik promosi secara langsung yang terdiri dari :

A. Mengenalkan cara membuat paket wisata dengan cara :

1. Tentukan jenis paket wisata, Dalam membuat paket wisata terlebih dahulu mampu menentukan jenis paket yang akan dibuat, misalnya wisata alam: kampung jambu, kampung karet, bukit-bukit, laguna. Mengunjungi destinasi untuk view foto selfi
2. Membuat draft alur perjalanan, secara garis besar draf alur perjalanan memudahkan untuk membuat itinerary dengan Menyusun secara urut dari titik pertemuan perjalanan, destinasi wisata, mungkin sampai ada penginapan, hingga perjalanan pulang.
3. Menyusun jadwal perjalanan, Sebuah paket wisata seharusnya sudah memiliki jadwal pelaksanaan yang jelas karena akan menjadi panduan bagi wisatawan sebagai pembeli. Jadwal perjalanan ini akan mengorganisir pelaksanaan perjalanan dari paket wisata menjadi tersusun rapi dan terencana. Hal ini juga menjadi langkah preventif jikalau ada wisatawan yang melenceng dari jadwwal yang telah disepakati
4. Menghitung harga paket wisata, hitung secara teliti semua item yang ada pada paket wisata seperti tiket masuk destinasi wisata, penginapan, transportasi, hingga konsumsi. Hitung semuanya secara teliti agar tidak merugikan diri sendiri. Dalam penentuan harga ini pertimbangkan target pasar yang dituju. sesuaikan harga dengan segementasi pasar agar produk banyak diminati.

B. Mengenalkan cara memandu obyek wisata

Sebagai anggota POKDARWIS dapat sekaligus sebagai pemandu wisata untuk menawarkan produk-produk local, dimana tugas dari seorang pemandu wisata adalah bertanggung jawab pada perjalanan wisata dan membawa suasana yang menyenangkan, karena memiliki peran penting, maka pemandu wisata harus profesional dalam bekerja karena baik buruknya perjalanan akan dinilai wisatawan dan juga tergantung pada performa pemandu wisata supaya wisatawan akan balik berkunjung ketempat ini lagi. Berikut panduan untuk menjadi seorang pemandu wisata yang profesional :

1. Tentukan wilayah kerja, biasanya pada geografis atau lokasi tertentu sehingga

- penting untuk memahami dan mempelajari wilayah tersebut, seperti mengerti sejarah lokasi destinasi dan perkembangannya.
2. Memiliki kemauan tinggi untuk belajar, harus memiliki tekad dan keinginan yang kuat untuk belajar, memiliki pengalaman dan pemahaman mengenai lokasi atau pariwisata secara mendalam, agar tidak kebingungan ketika wisatawan mengajukan berbagai pertanyaan saat tugas nantinya.
 3. Memberikan pelayanan yang baik, membuat wisatawan nyaman dan jadikan perjalanan mereka kali ini lebih menarik juga berkesan. Dijemput tepat waktu, menjadi pemandu wisata yang ramah, membuat ininerry atau panduan perjalanan agar lebih efektif dan menjadi komunikator yang memberikan informasi yang baik, sehingga kepuasan wisatan bisa terjaga bahkan menjadi pelanggan seterusnya dan getok tular membawa wisatawan-wisatawan yang lain untuk berkunjung ke tempat desa wisata Puntuk Rejo.
 4. Pelajari destinasi favorit, kuasai penuh segala informasi yang berhubungan dengan destinasi wisata favorit, bahkan menambah informasi umum, karena wisatawan sering menanyakan hal-hal diluar dari destinasi tersebut, seperti menanyakan pendapatan masyarakat local, Batasan wilayah, nama-nama wilayah dan lain sebagainya.
 5. Meningkatkan kualitas, pemandu wisata yang handal tidak berhenti untuk belajar yang berhubungan dengan pekerjaan dan tidak kaku, meskipun destinasi wosatanya tidak berubah, namun materi yang disampaikan perlu mengalami variasi dalam menjelaskan dalam menyampaikan informasinya, bahkan dapat mengkombinasikan memberikan hiburan kepada wisatawan agar tidak bosan dengan penyampaian yang diberikan.

C. Mengenalkan cara mempromosikan produk lokal melalui media sosial

Di dalam perkembangan dunia digital yang cukup pesat ini, tentu saja tidak akan asing dengan sosial media. Saat ini sosial media digunakan untuk berbagai hal termasuk untuk promosi wisata. Dilansir dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), pengguna internet di Indonesia saat ini sekitar 63 juta jiwa. Kemudian untuk 95% dari data tersebut mengakses internet untuk bermain di jejaring sosial. Dari data tersebut sudah terlihat bagaimana potensi yang bisa didapatkan dari promosi di sosial media. Semakin banyak orang yang mengakses media sosial, maka semakin besar pula peluang untuk mempromosikan produk atau jasa agar dilirik penggunanya. Sebenarnya penggunaan media sosial untuk promosi sudah lama digunakan oleh pelaku bisnis. Namun masih banyak pelaku usaha yang belum memaksimalkan medsos untuk promosi produk maupun jasa yang ditawarkannya. Ada beberapa hal yang perlu dilakukan untuk memanfaatkan sosial media dengan tepat. Apalagi dimasa pandemi seperti saat ini, yang melemahkan perekonomian dari berbagai aspek termasuk pariwisata. Bahkan sejak masuknya covid-19 ke Indonesia, sudah banyak destinasi wisata yang ditutup untuk menurunkan penyebaran virus corona. Hal ini tentu saja menyebabkan banyak orang harus kehilangan pekerjaannya. Selain itu pendapatan negara dari sektor pariwisata juga ikut menurun, karena menurunnya jumlah wisatawan yang datang berkunjung. Tetapi bukan berarti pelaku usaha yang ada di dunia pariwisata menyerah akan masalah ini. Banyak pelaku usaha yang terus berusaha agar tempat usahanya tetap hidup. Salah satunya dengan memanfaatkan sosial media untuk tetap berinteraksi dengan wisatawan. Walaupun tempat wisata ditutup sementara jangan sampai promosi terhenti. Pemilik usaha tetap bisa mempromosikan tempat wisata saat pandemi (Andy,

2020) melalui jalur online. Salah satunya dengan menggunakan sosial media, bisa melalui facebook, instagram, twitter, tiktok, dan jejaring sosial lainnya. Sehingga pada saat wisatawan sudah diperbolehkan melakukan perjalanan wisata, destinasi wisata tersebut bisa menjadi tujuan bagi para pengunjung. Ada beberapa cara untuk memaksimalkan penggunaan sosmed sebagai wadah promosi pariwisata. Sehingga walaupun dunia pariwisata sedang mengalami penurunan di masa pandemi, pelaku usaha tetap berusaha agar usahanya bisa bertahan. Berikut beberapa tips yang bisa diikuti oleh pemilik usaha untuk pengembangan pariwisata (PT Eticon Rekayasa Teknik, 2021)

1. Rutin Membuat Konten

Gunakan tren terkini untuk memperkaya konten pada sosial media sebuah tempat wisata. Dengan rutinnya konten yang dihasilkan, dapat membuat konsumen semakin penasaran. Buatlah konten yang berhubungan dengan tempat wisata, misalnya saja membahas satu per satu mengenai spot yang ada di destinasi wisata tersebut. Selain itu juga bisa memperlihatkan keindahan pemandangan di lingkungan sekitar. Berikan berbagai informasi yang bermanfaat untuk konsumen, dengan begitu akan menumbuhkan kepercayaan di dalam diri konsumen terhadap tempat wisata tersebut. Cara ini dapat membantu untuk meningkatkan jumlah pengikut atau followers pada sosial media yang digunakan sebagai tempat promosi. Dalam membuat konten juga tidak boleh asal-asalan, untuk menarik perhatian pengunjung dibutuhkan visual konten yang menarik. Bisa juga disisipi dengan promo atau diskon yang diadakan secara berkala. Informasi tersebut dapat menarik perhatian pengunjung untuk datang mengunjungi destinasi wisata tersebut. Dampak positif sosial media (Training, 2022) tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan pengunjung.

2. Menggunakan Influencer

Bukan hal baru di dalam dunia sosial media menggunakan influencer untuk mempromosikan sebuah jasa atau produk. Banyaknya pengikut atau followers dari si influencer ini bisa berdampak pada kenaikan pengunjung di tempat wisata yang direkomendasikan oleh influencer. Ada banyak influencer dari berbagai bidang dan usia, sehingga pelaku usaha dapat menyesuaikan sendiri mana yang cocok untuk mempromosikan usahanya. Untuk menentukan menggunakan jasa influencer juga tidak boleh sembarangan, diperlukan riset terlebih dahulu. Riset tersebut bisa dilakukan dengan cara melihat rentang usia pengikut si influencer, kemudian jumlah followersnya, serta cara komunikasi si influencer itu sendiri. Sehingga barulah dipilih mana yang sesuai dengan brand image tempat wisata tersebut.

3. Sering Melakukan Interaksi dengan Pengikut

Ada berbagai cara yang bisa dilakukan untuk melakukan interaksi kepada pengikut di sosial media. Salah satunya bisa dengan membuat konten yang berisi permainan semacam kuis atau pertanyaan yang seru dan menarik. Dengan adanya interaksi tersebut dapat menumbuhkan rasa kedekatan diantara pelaku usaha dengan konsumennya. Seringnya melakukan interaksi dengan pengikut di sosial media juga akan berdampak pada kemudahan saat akan riset market. Pemilik usaha bisa dengan mudah mengumpulkan data-data dari konsumen, misalnya saja tren apa yang sedang disukai oleh banyak orang saat ini. Sehingga dapat digunakan untuk memperbaiki pelayanan serta fasilitas yang disediakan di tempat wisata tersebut.

4. Mengumpulkan testimoni pelanggan

Testimoni pelanggan merupakan sesuatu hal yang penting dalam memasarkan produk atau jasa, termasuk promosi wisata. Anda bisa mengumpulkan berbagai cerita mengenai kunjungan wisata oleh pengunjung tersebut, kemudian di upload ulang dengan menambahkan beberapa kata agar konten lebih menarik perhatian. Testimoni pelanggan tersebut dapat menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap calon pengunjung lainnya. Sehingga calon pengunjung akan semakin tertarik dan penasaran ingin segera mengunjungi destinasi wisata Anda. Selain itu, testimoni yang diupload kembali di sosial media juga dapat dijadikan sebagai bentuk apresiasi kepada pengunjung yang telah datang berwisata di destinasi tersebut.

5. Memanfaatkan Fitur Iklan di Sosial Media

Jika Anda menggunakan instagram sebagai wadah untuk promosi tempat wisata di sosial media, maka bisa memanfaatkan fitur instagram ads. Fitur ini bisa membantu Anda untuk menjangkau lebih luas lagi target pasar yang ingin Anda tuju. Semakin luas jangkauannya, maka peluang untuk naiknya pengunjung juga menjadi lebih besar.

4. KESIMPULAN

Desa Puntuk Rejo Memiliki desa wisata unggulan berupa : potensi wisata alam, potensi wisata buatan,; potensi wisata budaya,dan potensi wisata kuliner. Pemberdayaan masyarakat digerakan melalui dibentuk dan difungsikanya POKDARWIS dengan hasil dapat mewujudkan dukuh menjadi kampung yang memiliki spesialisasi dan keunikan untuk dijadikan obyek wisata. POKDARWIS desa Puntuk Rejo memiliki tanggung jawab didalam pengelolaan manajemen pemasaran didalam mempromosikan produk lokal desa setempat, sehingga dalam melaksanakan perannya perlu bekal yang harus dimiliki sebagai modal untuk penegembangan desa wisata tersebut. bekal pengetahuan yang dibutuhkan saat ini adalah kiat-kiat dalam melakukan strategi promosi yang berupa bagaimana mengenalkan cara membuat paket wisata; mengenalkan cara memandu obyek wisata; mengenalkan dan melatih cara mempromosikan produk lokal melalui media sosial; mengenalkan dan melatih cara membuat WEB dan membuat konten serta mengupload produk lokal yang disajikan dimedia sosial sebagai ajang promosi yang perlu ditularkan pada masyarakat sekitar dalam rangka memajukan usaha UMKM dan potensi sumberdaya alam untuk dikembangkan sebagai desa wisata. Dari Bab Rencana Tahapan selanjutnya yang direncanakan mengadakan kegiatan pengabdian pada mitra berupa kegiatan pendampingan dan pelatihan dapat diaplikasikan khususnya pada anggota POKDARWIS dan pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian berupa pendampingan dan pelatihan dalam memasarkan produk local yang berupa berbagai macam kegiatan promosi baik secara offline maupun online dapat menambah ketrampilan pada anggota POKDARWIS dan pelaku UMKM dalam memajukan usahanya sebagai wujud pengembangan desa wisata Puntuk Rejo dalam rangka mensejahterakan warga masyarakatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, H. (2020, May 13), *Mempromosikan Destinasi Wisata di Masa Pandemi COVID-19. Bagaimana Caranya?* Diambil kembali dari PT Eticon Rekayasa Teknik: <https://eticon.co.id/promosi-wisata-di-tengah-covid-19/>
- Arifin, A. (2017). Pendekatan Community Based Tourism Dalam Membina Hubungan Komunitas Di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 111-130.

- Budiarta, L. G. (2020). Pemberdayaan POKDARWIS Bersinergi Dengan BUMDes Dalam Mengembangkan Pariwisata di Desa Panji, *Proceeding Senadimas Undiksha*(hal. 683). Bali: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pendidikan Ganesha.
- Demartoto, A. (2009). Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. *Sebelas Maret University Press*.
- Saugi, W. &. (2015). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan pengolahan bahan pangan lokal. *JPPM (Jurnal pendidikan dan pemberdayaan masyarakat)*, 226-238.
- Vitalaya, A. (2016). *Pemberdayaan Perempuan Dari Masa ke Masa*. Bandung: Alfa Beta.

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

