

## Penataan Essential Marketing dan Digital Marketing Desa Wisata Sindang Kasih Cilawu-Garut

Dani Dagustani<sup>1\*</sup>, Heppy Agustiana Vidyastuti<sup>2</sup>,

<sup>1</sup>STIE Ekuitas, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>STIE Ekuitas, Bandung, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [dagustani23@gmail.com](mailto:dagustani23@gmail.com), [heppy.agustiana@ekuitas.ac.id](mailto:heppy.agustiana@ekuitas.ac.id),

### Abstract

*Sindang Kasih Tourism Village is located in Sukamaju Village, Cilawu District on the Garut-Tasik road KM 16, Garut district. Sindang Kasih tourist village as a tourist destination by carrying out the preservation of local culture. The target market of the Sindang Kasih tourist village is for all people, but the level of visits to tourist villages is still low, presumably due to the lack of marketing roles. The goal of this research to overcome this problem by providing essential marketing training, digital marketing training where by providing essential marketing and digital marketing structuring training aims to expand the market both conventionally and through social media such as facebook & instagram and youtube, so the level of visits will increase. After the community service program was carried out in the tourist village on Sindang Kasih Village, the compliance with essential marketing and the use of digital marketing will be better.*

**Keywords:** *essential marketing, digital marketing, whatsApps marketing*

### Abstrak

Desa Wisata Sindang Kasih bertempat di Desa Sukamaju berada di Kecamatan Cilawu di jalan Garut- Tasik km 16, kabupaten Garut. Desa wisata Sindang kasih sebagai salah satu destinasi wisata dengan mengusung pelestarian budaya lokal. Target pasar dari desa wisata Sindang kasih untuk semua kalangan, permasalahan yang ada yaitu tingkat kunjungan ke desa wisata masih belum rendah diduga karena peran pemasaran yang kurang. Tujuan kegiatan ini untuk mengatasi permasalahan ini dengan pemberian pelatihan essential marketing, pelatihan digital marketing dimana dengan pemberian pelatihan penataan essential marketing dan digital marketing bertujuan memperluas pasar baik secara konvensional maupun melalui media social seperti facebook & instagram dan youtube, sehingga tingkat kunjungan meningkat. Setelah dilaksanakan program pengabdian masyarakat pada desa wisata, Desa Sindang Kasih, penataan essential marketing dan penggunaan digital marketing menjadi lebih baik.

**Kata Kunci:** *pemasaran essensial, pemasaran digital, pemasaran whatsapps*

Accepted: 2022-11-07

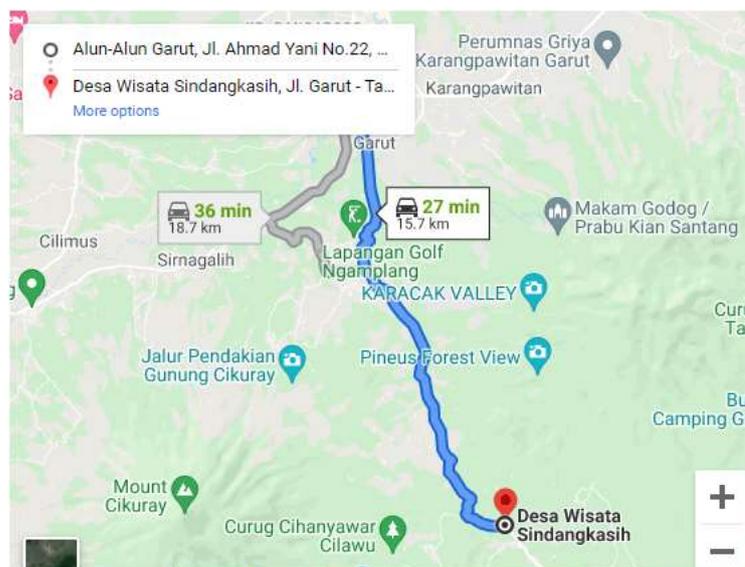
Published: 2023-04-30

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Desa Wisata Sindang Kasih bertempat di Desa Sukamaju berada di Kecamatan Cilawu di jalan Garut- Tasik km 16, kabupaten Garut. Berdasarkan jumlah penduduknya, desa Sukamaju ini memiliki jumlah penduduk 11943 orang, dengan batas administrasi sebagai berikut: sebelah utara: Desa Sukatani, sebelah selatan: Desa Tenjowaringin, sebelah timur : Desa Kerjamaju, sebelah barat ; Desa Sukamurni

Peta wilayah Desa wisata Sindang kasih di kecamatan Cilawu dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Lokasi Desa Wisata Sindangkasih

Usaha desa wisata Sindang kasih ini dipilih karena inisiator dari Bapak Dedi Sopandi, yang kesehariannya bekerja di dinas pariwisata dimana beliau selalu dilibatkan dalam kunjungan kerja di tempat- tempat wisata, sehingga terinspirasi untuk menjadikan desanya menjadi Desa Wisata karena melihat potensi sumber daya alam yang mendukung dan warga yang siap membantu. Desa wisata sebagai salah satu destinasi wisata dengan mengusung pelestarian budaya lokal, saat ini sedang trend, dimana para wisatawan lokal ingin merasakan dan mengenang kembali kehidupan di pedesaan dengan suasana asri terbebas dari polusi dengan kehidupan yang tradisional penuh keramah tamahan. Desa wisata Sindang Kasih baru ditetapkan menjadi desa wisata pada 19 September 2019 kemudian diresmikan 19 Desember 2019, dengan penataan lokasi dari masyarakat setempat yang bahu membahu membangun wisata desa dengan modal dan lahan seadanya dan partisipasi yang tinggi.

Analisis terkait kondisi dan potensi wilayah dari segi fisik, ekonomi, dan sosial maupun lingkungan yang relevan dengan kegiatan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Segi Fisik

Desa Wisata terletak pada Kecamatan Cilawu, khususnya Desa Sukamaju. Akses menuju lokasi ini dapat dijangkau baik dengan kendaraan roda dua, maupun dengan kendaraan roda empat. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh usaha Desa wisata antara lain sebagai berikut: masjid, lapangan olahraga, madrasah, rumah- rumah, bak pembagian air, pemakaman umum

#### 2. Segi Sosial

Masyarakat Desa Wisata Sindang Kasih di Kecamatan Cilawu, khususnya Desa Sukamaju, sebagian besar bermata pencaharian bertani, beragama islam, kerukunan dan keramahtamahan serta kerjasama terjalin dengan baik.

#### 3. Segi Ekonomi

Desa Wisata Sindang kasih merupakan usaha bersama warga desa Sukamaju, sehingga secara ekonomi sisi permodalan, masih tergantung dari kolaborasi warga setempat yang memiliki modal ataupun keahlian lainnya, warga berbagi ruangan di rumahnya untuk dijadikan homestay dan untuk kulinernya bersumber keahlian masak warga, untuk kesenian dari warga yang memiliki keahlian menari sunda.

Kondisi permasalahan *essential marketing* dan *digital marketing* pada usaha Desa wisata Sindang kasih ini adalah sebagai berikut;

- a. **Produk**, jasa yang dijual belum jelas dan sesuai antara *content* produk dengan target wisatawan, sehingga perlu diselaraskan antara segmen, target dan *positioning* dari produk itu sendiri
- b. **Harga**, Permasalahan terkait harga, yaitu harga terpisah-pisah ketika masuk area, sehingga kesan /citra mahal tercipta.
- c. **Tempat**, Permasalahan terkait tempat/lokasi, jalan-jalan belum berbatu sehingga licin saat hujan dan akan menimbulkan kecelakaan.
- d. **Promosi**, Permasalahan promosi kurang gencar dilakukan sehingga terjadi ketidak stabilan jumlah pengunjung dari sebelumnya 700- 900 orang per pekan saat ini 300 orang per pekan, selain permasalahan covid 19.
- e. **Bukti Fisik**, sarana prasarana pendukung dari Desa wisata, masih perlu untuk di tambahkan wahana yang menarik dan dalam penataan masih kurang, misalnya sarana prasarana yang kurang diantaranya, sarana parkir sempit, jalan setapak menelusuri desa wisata belum bagus hanya beralaskan tanah sehingga licin saat musim hujan, tidak ada ruang informasi, penghijauan kurang, wahana outbond kurang, belum ada asuransi, belum ada sarana internet wifi, papan nama kurang besar sehingga kurang terlihat..
- f. **People**, SDM yang terlibat dalam proses penyampaian jasa dari penjual jasa sampai dengan jasa tersebut disampaikan masih perlu penanganan secara profesional karena background pendidikan dan pekerjaan yang bermacam-macam.
- g. **Proses**, proses penyampaian jasa dari penjual jasa sampai dengan jasa tersebut disampaikan kepada konsumen, masih terdapat banyak keluhan , diantaranya, track river kurang panjang, sarana parkir sempit, jalan kalau hujan licin, tidak ada ruang informasi, penghijauan kurang, wahana outbond kurang, belum ada asuransi, belum ada WiFi

Solusi yang ditawarkan pemberian pelatihan mengenai penataan *essential marketing* yang baik. Marketing essential meliputi strategi 7P karena Desa Wisata merupakan jenis wisata jasa pariwisata. *Essentials of marketing management* (Geoff Lancaster and Lester Masiingham (2011), terdiri dari *product and innovation strategies, pricing strategies, channel of distribution and logistics, communication strategy, sales management, customer and relationship marketing, direct marketing*. Bauran pemasaran pariwisata terkait destinasi mengacu pada marketing Mix yang di gagas Morrison (2013) yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Packaging, Programming dan Partnership*.

Terkait Permasalahan mengenai Digital *Marketing*, desa wisata Sindang Kasih masih belum dikenal secara luas. Solusi yang ditawarkan terkait pemberian pelatihan mengenai digital marketing, fokus pada whatsApps yang baik. Sawicky (2016) mengartikan digital marketing sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. Jenis *digital marketing* dapat dikategorikan seperti pemasaran email, pemasaran mesin pencari, pemasaran media sosial, banyak jenis iklan display (termasuk iklan banner web), dan *mobile advertising* (Pawar 2014). Kotler & Keller (2016) mendefinisikan Pemasaran Online adalah suatu sistem kinerja perusahaan yang berfokus pada penjualan barang, jasa ataupun promosi yang menggunakan media internet sebagai pendukung sistem tersebut. *Digital marketing* dianggap efektif untuk diterapkan oleh UMKM dalam memasarkan produknya. *Digital marketing* dapat menjadi peluang bagi UMKM dalam mendapatkan perhatian konsumen. Purwana et al. (2017) menyatakan lebih lanjut bahwa digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. *Digital marketing* didefinisikan juga sebagai kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet (Wardhana, 2015). Heppy(2020), telah membuktikan bahwa implementasi digital marketing berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dan penguatan citra UMKM di masa pandemik Covid 19.

## METODE

Metode yang akan dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini terdiri dari tiga tahap, yaitu tahap awal, tahap pelaksanaan dan tahap akhir, dengan penjelasan sebagai berikut:

**Tabel 1 Metode Pelaksanaan Pengabdian**

Tahapan	Metode	Hasil
Tahap Awal	<p><b>Persiapan</b></p> <p><b>1. Diskusi</b> Pada tahapan ini ketua dan anggota melakukan diskusi terkait road map, tema dan subtema dari pengabdian yang akan dilaksanakan, yaitu khusus untuk bidang ilmu pemasaran, dengan tema seni dan budaya/industri kreatif (arts&amp;culture/creative industri) dengan sub tema pemasaran desa wisata melalui pelestarian budaya.</p> <p><b>2. Studi Literatur dan Kajian Data Sekunder (Desk Study).</b> Mahasiswa terlibat pencarian literatur yang sesuai dengan sub tema pemasaran, yaitu mengenai desa wisata.</p> <p><b>3. Survey Pendahuluan</b> Pada 19 Nov 2021, kami melakukan survey pendahuluan untuk mengungkap permasalahan yang ada di area sasaran sesuai dengan tema yaitu desa wisata. Pertemuan dengan pihak pengelola Desa Wisata Sindang Kasih, yang terdiri dari Pak Dedi Sopandi sebagai penggagas dari Desa Wisata, Ketua, sekretaris bendahara dan tim marketing di lokasi Desa Wisata dan rumah bapak Dedi Sopandi. Tim STIE Ekuitas, yang diwakili oleh Bapak Ketua Tim, Dr.Ir Dani Dagustani.,MM.,CMA menjelaskan tujuan kedatangannya dalam rangka Tri Dharma perguruan tinggi dimana salah satunya adalah pengabdian pada masyarakat, dan tim menjelaskan akan adanya bantuan pelatihan pada pengelola Desa Wisata, baik bantuan pelatihan essential marketing, pengelolaan keuangan (tim lainnya), maupun <i>digital marketing</i>. Tim STIE Ekuitas akan memberikan pemahaman mengenai manfaat penataan <i>essential marketing</i>, dan implementasi <i>digital marketing</i> dalam upaya mempromosikan dan memasarkan produk jasa pariwisata.</p>	<p>1. Adanya kesepakatan mengenai sub tema untuk melakukan pengabdian masyarakat</p> <p>2. Mendapatkan literatur-literatur yang sesuai dengan tema pengabdian masyarakat yang akan dilakukan.</p> <p>3. Pemahaman persamaan persepsi dari pihak pengelola Desa yang terletak di Cilawu Garut dengan tim dari STIE Ekuitas</p>
<b>Tahap Pelaksanaan</b>	<p>Pada tahapan ini Tim STIE Ekuitas berupaya memberikan penyelesaian masalah yang dihadapi masyarakat, yaitu Desa Sukamaju dalam hal ini Desa Wisata Sindang Kasih terkait dengan pembenahan dan penataan marketing dari desa wisata melalui pemberian pelatihan sesuai dengan keahlian yang</p>	<p>1. Modul Penataan <i>essensial marketing</i> untuk desa wisata Sindang kasih</p> <p>2. Modul <i>e-marketing, yaitu whatApps Busines</i></p>

relevan, misalnya pemberian

1. Pelatihan penataan *essensial marketing* ( Pemberi Materi Dr.Ir. Dani Dagustani.,MM.,CMA)
2. Pelatihan *digital marketing* yaitu WhatApps Business dan Tiktok marketing ( Pemberi materi Dr. Heppy Agustiana Vidyastuti.,MP.,CMA)

Mahasiswa membantu kegiatan operasional yang memperlancar kegiatan pelatihan

Tugasnya:

1. Mendata tamu undangan dengan menyiapkan daftar hadir
2. Menyiapkan alat dokumentasi
3. Menyiapkan infokus, laptop dan pembagian modul ke peserta/tamu undangan
4. Menyiapkan snack dan konsumsi

#### Tahap Akhir

*Monitoring* dan Evaluasi

Tim yg terdiri dari Ketua, anggota dan 2 orang mahasiswa akan membantu memonitor dan mengevaluasi apakah dampak kegiatan pelatihan ini berjalan dan dilaksanakan oleh para pengelola demi perubahan yang lebih baik.

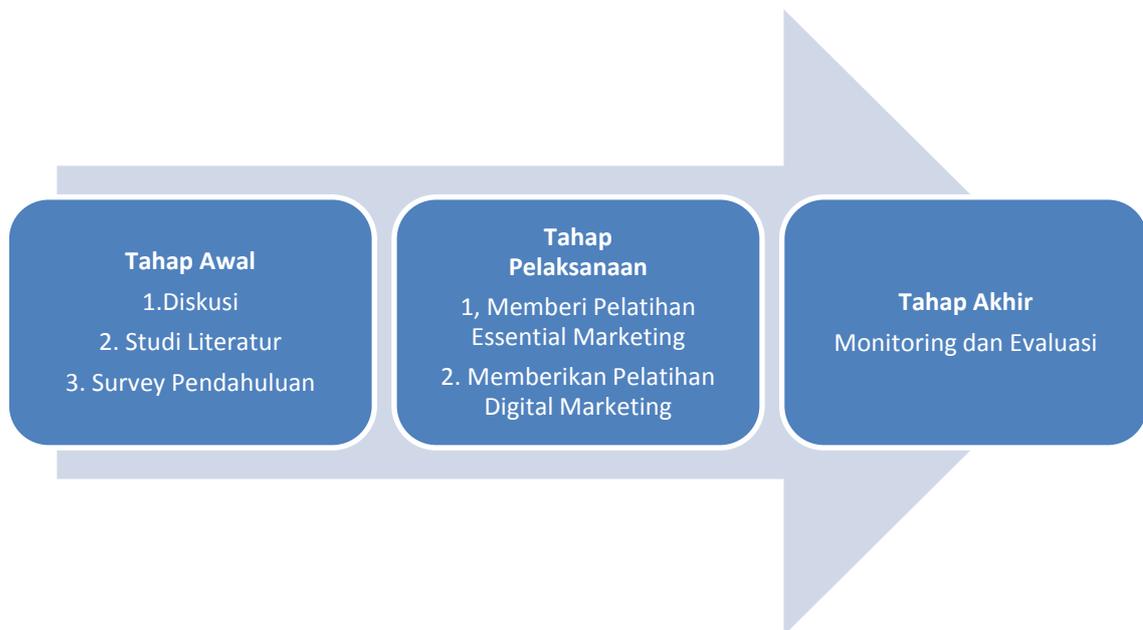
Ketua Tim dan anggota menyiapkan list penataan *essensial marketing* dan *digital marketing*.

Mahasiswa penceklis perubahan yang ada pada form monitoring dan evaluasi.

Pendampingan sampai

tercipta kemandirian pelaku usaha selalui perubahan-perubahan penataan baik penataan *essensial marketing* maupun penataan *digital marketing*

Tahapan di atas dapat dijelaskan dalam gambar di bawah ini



Gambar 2. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan pengabdian pada masyarakat ini, langkah pertama yang kami lakukan adalah pada tanggal 19 Nov 2021 melakukan pertemuan dengan pihak pengurus dari Desa Wisata

Sindang kasih, Tim menjelaskan tentang visi misi STIE Ekuitas dalam rangka Tri Dharma Perguruan Tinggi, dimana salah satunya adalah pengabdian kepada masyarakat, pada pertemuan ini tim STIE Ekuitas menggali kebutuhan dari Desa Wisata dan kaitannya dengan back ground kompetensi tim, dari hasil diskusi ini kami tim akhirnya mendapatkan permasalahan – permasalahan yang dialami oleh pengurus dari desa wisata Sindang kasih, diantaranya permasalahan mengenai tata kelola keuangan, permasalahan mengenai SDM dan permasalahan mengenai pemasaran.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ke-dua telah dilaksanakan pada hari Selasa 14 Juni 2022, di Desa Wisata Sindang Kasih kabupaten Garut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pemberian sosialisasi dan pelatihan kepada para warga Desa Wisata yang berperan sebagai pelaku bisnis di Desa wisata, diantaranya sebagai pengurus tim manajemen dari Desa Wisata, pengelola home stay, pengelola tempat bermain, pengelola bisnis tubing dan pengelola dari seni sunda dan pengelola kantin- kantin yang ada di tempat wisata Desa wisata Sindang Kasih. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilaksanakan di Madrasah. Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan berupa memberikan sosialisasi terkait dengan kompetensi yang kami miliki. Bapak Dr. Ir. Dani Dagustani.,MM memberikan sosialisasi terkait dengan *Essensial Marketing* dan Dr. Heppy Agustiana V.,MP memberikan sosialisasi terkait dengan *Digital Marketing* khususnya Whatsapp Marketing.

### **Sosialisasi dan Pelatihan Essential Marketing**

Tujuan dengan adanya sosialisasi dan pelatihan essentias marketing adalah memberikan informasi mengenai konsep dasar pemasaran yang merupakan pondasi dalam menjalankan suatu bisnis. Tim STIE Ekuitas diwakili oleh Bapak Dr.Ir. Dani Dagustani.,MM memberikan sosialisasi dan pelatihan dengan cara menjelaskan mengenai pondasi dasar dalam pemasaran.. Pelatihan *essential marketing* ini juga dilakukan selama 60 menit dengan pendampingan. Peserta pelatihan Desa Wisata Sindang Kasih yang merupakan para pelaku bisnis diminta mengisi form kuesioner terkait dengan implementasi dari *essential marketing* pada bisnisnya. Hal ini berguna bagi para pelaku bisnis agar dapat menjalankan bisnisnya dengan baik, terutama untuk memasarkan produknya, karena dengan mendapat ilmu mengenai *essential marketing* para pelaku bisnis dapat mengetahui kekurangan yang ada selama menjalankan bisnisnya terutama yang terkait dengan bisnis di Desa Wisata Sindang Kasih.. Sebagai dokumen diberikan **Modul Pengetahuan Terkait Essential Marketing.**

### **Sosialisasi Digital Marketing, melalui Whats App Business**

Tujuan dengan adanya sosialisasi dan pelatihan Digital marketing ini adalah memberikan gambaran pentingnya penggunaan e-marketing melalui aplikasi whatsapp business. Tim STIE Ekuitas memberikan pelatihan *e-marketing* dengan cara menjelaskan tahap-tahap yang dilakukan dalam proses pembuatan Whatapps Business. Pelatihan *e-marketing* ini juga dilakukan selama 60 menit dengan pendampingan. Kemudian peserta pelatihan Desa Wisata Sindang Kasih diminta praktek langsung dalam proses pembuatan WhatApps Business dan Aplikasinya dengan menggunakan handphone yang dimiliki. Hal ini berguna untuk memasarkan produk yang nantinya akan dipasarkan lewat media social tersebut. Hal ini tentunya harus dibarengi dengan motivasi para pelaku bisnis di desa wisata untuk meningkatkan pasarnya melalui online sehingga terjadi peningkatan omzet penjualan. Sebagai dokumen diberikan **Modul Pembuatan WhatApps Business.**

## DOKUMEN TERKAIT PENGADIAN PADA MASYARAKAT

### 1. Pertemuan Pertama 19 Nov 2021



Gambar 3. Kondisi Existing Desa Wisata Sindang Kasih



Gambar 4. Identifikasi Masalah pada Desa Wisata Sindang Kasih

### 2. Pertemuan Kedua, Selasa 14 Juni 2022





Gambar 5. Pemberian Pelatihan



Gambar 6. Homestay yang disewakan

Hasil dari pengabdian pada masyarakat ini, bertambahnya Pengetahuan dan keterampilan baru dari para peserta pelatihan ,yaitu para pelaku bisnis yang ada di Desa Wisata Sindang Kasih mengenai implementasi *essential marketing* yang baik dan cara membuat dan menggunakan *WhatsApp Marketing* untuk memperluas pangsa pasar.

Berikut hasil perbandingan antara sebelum dilakukan pendampingan kepada mitra yaitu pihak pengurus dan pelaku bisnis di Desa Wisata, yaitu ibu-ibu dan setelah dilakukan pendampingan

**Tabel 2. Sebelum dan Sesudah PKM**

No	Perlakuan Selama Pendampingan	Sebelum PKM	Setelah PKM
1	Pelatihan Essential Marketing	Belum memiliki pengetahuan terkait essential marketing yang benar	Sudah menyadari kekeliruan yang ada dan memiliki keahlian dalam membuat implementasi dari <i>essential marketing</i> .
2	Pelatihan Pemberian ilmu mengenai digital marketing, khususnya WhatsApp marketing	Belum mengetahui adanya WA Business	Sudah bisa mengaplikasikan di Handphone

## KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dari tim STIE Ekuitas, pelaku bisnis wisata Sindang Kasih serta pelaku bisnis lainnya merasakan manfaatnya dimana terdapat penambahan pengetahuan dan keterampilan baru mengenai tata kelola bisnis yang baik diantaranya, pentingnya pengetahuan pondasi dasar dalam pemasaran (*essential marketing*) dan memiliki keterampilan mengenai *digital marketing* khususnya *whatApps marketing* dalam proses memperluas jejaring sosial Desa Wisata Sindang Kasih – Garut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alastair, M, Morrison. (2013). Marketing and Managing Tourism Destinations. USA:Roudledge.
- Heppy Agustiana Vidyastuti (2020). Implementasi Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Volume Penjualan dan Penguatan Citra UMKM pada Masa Pandemi Covid 19 (Survey UMKM di Kota Bandung).  
<http://senima.conference.unesa.ac.id/ocs/index.php/senima2018/senima7/schedConf/presentations>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. 15 th Edition. New York. Prentice Hall. Pearson International edition.
- Geoff, lancaster and Lester Massingham. (2011).Essentials of Marketing Management.Roudledge .London and Newyork
- Pawar-Manohar. (2014). Social and Community Development Practice. Sage Publications
- Purwana BSD, Rahmi, Aditya S.(2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) di kelurahan Malaka Sari Duren Sawit,JPMM1(1).doi:doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01
- Sawicky. (2016). Digital Marketing. Word Scientific New 48.pp 82-88.EISSN:2392-2192
- Wardhana Aditya.(2015) Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada keunggulan bersaing UMKM di Indonesia.Prosiding Seminar Nasional, ISBN:978-602-17225-4-1