



Terbit *online* pada laman web jurnal : <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

Pelatihan Pemasaran dan Penyusunan *Business Plan* pada Kelompok Sadar Wisata Danau Talang

Ahmad Hidayat^{1*}, Ahmad Adhitya¹, Evan Riyadi¹, Noura Rizki¹, Nurfaizah Yastri¹, dan Daffa Naufa Rizal²

¹Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

²Fakultas Teknik, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

*Corresponding author. E-mail address: ahmadhidayat@ph.unand.ac.id

Keywords:

eco-friendly, sustainable tourism, Talang Lake

ABSTRACT

The tourism industry can be a solution to moving the regional economy and overcoming the problems of poverty in Indonesia, especially the West Sumatra area with its various natural tourism potentials. It has become one of the most vital sectors in the last five years. It is necessary to develop and utilize tourism resources effectively and efficiently to support the tourism industry. This activity aims to develop a marketing strategy in Talang Lake based on sustainable and eco-friendly tourism destination management. The activity was carried out in the Talang Lake Tourism Area, Solok Regency, in collaboration with its local Tourism Awareness Group. This activity was carried out by providing marketing training and preparing a business plan design attended by the local management of Talang Lake. The various parties such as the government, the community, and the private sector are needed.

Kata Kunci:

Danau Talang, *eco-friendly*, pariwisata berkelanjutan

ABSTRAK

Industri pariwisata dapat menjadi solusi dalam menggerakkan perekonomian daerah serta mengatasi permasalahan kemiskinan yang ada di Indonesia khususnya daerah Sumatera Barat dengan beragam potensi wisata alam yang dimilikinya. Untuk menunjang industri pariwisata yang telah menjadi salah satu sektor terkuat dalam lima tahun terakhir dibutuhkan pengembangan dan pemanfaatan sumber daya pariwisata dengan efektif dan efisien. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemasaran pada destinasi wisata Danau Talang berbasis pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan dan ramah lingkungan (*eco-friendly*). Kegiatan dilakukan di kawasan Wisata Danau Talang, Kabupaten Solok bekerja sama dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Danau Talang. Metode kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pemasaran dan penyusunan rancangan *business plan* yang diikuti oleh pengurus Pokdarwis Danau Talang. Untuk mendukung pengembangan industri pariwisata di Danau Talang ini dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu solusi penting dalam menggerakkan perekonomian daerah serta dalam mengatasi kemiskinan yang ada di Indonesia, karena merupakan salah satu penghasil devisa tertinggi selain sektor minyak dan gas. Sebagai sumber perekonomian, pariwisata memiliki potensi yang sangat besar jika melihat tren perjalanan wisata dunia yang akan mencapai 1,6 miliar orang. Hal ini mendorong pemerintah khususnya pemerintah daerah untuk menggalakkan dan mendukung pembangunan di sektor pariwisata.

Kabupaten Solok merupakan wilayah di Sumatera Barat yang memiliki cukup banyak danau yang dapat dikembangkan menjadi salah satu objek pariwisata utama wisatawan jika berkunjung ke Sumatera Barat. Salah satu danau yang terletak di Kabupaten Solok adalah Danau Talang yang merupakan danau vulkanik akibat letusan gunung berapi yang membentuk sebuah kawah sehingga membentuk sebuah danau. Letusan Gunung Talang menyebabkan terbentuknya dua buah kawah besar yang salah satunya merupakan danau yang dikenal dengan Danau Talang.

Danau ini berada pada gunung berapi dengan status yang masih aktif hingga saat ini sehingga menambah kesan tersendiri pada danau ini. Dengan ketinggian 1.500 mdpl cuaca di sekitar danau talang cukup sejuk dan juga dipenuhi pemandangan lahan pertanian yang subur mulai dari perkebunan teh yang hijau hingga perkebunan sayur mayur yang membentuk keindahan lukisan alam. Danau yang memiliki luas sebesar 1,02 kilometer dan memiliki kedalaman hingga 90 meter merupakan destinasi yang akan memikat para wisatawan dikarenakan posisinya yang strategis dekat dengan tempat wisata lainnya seperti Danau Kembar, Gunung Talang, dan Kebun Teh Alahan Panjang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan daerah wisata Danau Talang dengan pendampingan dan pelatihan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Danau Talang, Nagari Kampung Batu Dalam, Kabupaten Solok. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan Pokdarwis perihal pemasaran yang baik agar meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dan juga pembukuan yang baik dan benar.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan salah satu bagian dari kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Membangun Desa yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi dengan judul "Pengembangan Wisata Alam Danau Talang Menuju Daerah Pariwisata Berkelanjutan dan *eco-friendly*". Kegiatan ini dilaksanakan pada Juli s.d Desember 2021 di Kawasan Wisata Danau Talang, Nagari Kampung Batu Dalam, Kabupaten Solok. Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan meliputi observasi cara pemasaran oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Danau Talang, pelatihan tentang *Social Media Marketing* dan pembukuan, *Focus Group Discussion* (FGD) penyusunan *business plan*, pemberian bantuan fasilitas berupa papan penunjuk arah, peta wisata, dan tata tertib di Kawasan Wisata Danau Talang.

Kegiatan observasi cara pemasaran oleh Pokdarwis dilakukan dengan mengamati secara langsung bagaimana Pokdarwis Danau Talang melakukan pemasaran Kawasan Wisata Danau Talang kepada masyarakat umum dan seberapa besar pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Hasil observasi ini digunakan sebagai bahan pelaksanaan pelatihan dan FGD yang kami lakukan. Kegiatan berikutnya yaitu pemberian pelatihan mengenai *Social Media Marketing* dan pembukuan dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada Pokdarwis mengenai *Social Media Marketing* dan

pembukuan. Sasaran kegiatan pelatihan adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Danau Talang dengan jumlah sekitar 30 orang. Pelatihan dilakukan selama 90 menit dilanjutkan dengan mengaplikasikannya secara langsung melalui akun *Instagram* Danau Talang dan buku laporan keuangan yang telah mereka miliki. Pelatihan dilakukan dengan memanfaatkan media *powerpoint* tentang *Social Media Marketing* dan Pembukuan.

Kegiatan ketiga yaitu *Focus Group Discussion* (FGD) untuk penyusunan *business plan* yang akan digunakan oleh Pokdarwis untuk mengembangkan potensi bisnis mereka. Peserta FGD ini diikuti oleh anggota Pokdarwis Danau Talang dengan ketua kelompok sebagai pemantik diskusi. Kemudian pemberian bantuan fasilitas berupa papan penunjuk arah, peta wisata, dan tata tertib kawasan wisata dilakukan selama satu minggu di Kawasan Wisata Danau Talang ini mulai dari pembuatan, perakitan hingga pemasangan pada lokasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Pembukuan dan Pemasaran Kawasan Wisata

Pembukuan dan pemasaran kawasan wisata perlu diperhatikan dan dengan strategi yang baik. Untuk memasarkan kawasan wisata bukan saja diperlukan koordinasi, tetapi diperlukan kerjasama dan strategi yang baik antara organisasi yang bertanggung jawab seperti Pokdarwis dalam pengembangan wisata dengan semua pihak yang terlibat dan berkaitan dengan kegiatan wisata. Pemasaran yang dilakukan Pokdarwis terhadap kawasan wisata Danau Talang belum memiliki strategi yang baik karena kawasan Danau Talang belum dikenal banyak orang sebagai kawasan yang ikonik di daerah Kabupaten Solok.

Pemasaran kawasan wisata Danau Talang dilakukan oleh Pokdarwis melalui media social yaitu, *Instagram*. Namun, postingan di *Instagram* pokdarwis tidak berupa konten yang berisi memasarkan kawasan wisata tetapi kebanyakan hanya merepost postingan pengunjung. Kemudian, suatu kawasan wisata diperlukan pembukuan yang jelas. Pembukuan kawasan wisata Danau Talang yang dilakukan Pokdarwis belum tersusun dengan rapi dan data pengunjung tidak jelas dibukukan.

Pelaksanaan Pelatihan Pemasaran dan Pembukuan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diawali dengan diskusi, seperti menanyakan tentang kegiatan pemasaran dan pembukuan seperti apa yang telah dilakukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) untuk mempromosikan Kawasan Wisata Danau Talang kepada khalayak. Diskusi ini bertujuan agar dapat merumuskan konsep dan teknis selanjutnya dalam proses pemasaran dan pembukuan yang akan dilakukan. Kegiatan pelatihan ini dilakukan pada 28 Agustus 2021. Diskusi ini berjalan dengan baik dan seluruh anggota tim dan Pokdarwis mampu menyamakan persepsi dan dapat diambil langkah strategis untuk pelaksanaan proses pemasaran dan pembukuan.

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler, 2009:5). Pada kegiatan pelatihan pemasaran, Tim kegiatan memberi saran dan mengajarkan Pokdarwis dalam memanfaatkan media sosial, seperti *Instagram* dalam sarana promosi Kawasan Wisata Danau Talang. Sedangkan pada bagian pembukuan, Tim memberikan arahan bagaimana melakukan pembukuan dengan baik dan membuat pembukuan versi *Microsoft Excel* sehingga dapat tertata dengan baik. Hal ini dikarenakan pihak Pokdarwis hanya menggunakan buku tulis biasa dan kurang tersusun rapi.



Gambar 1. Pelatihan Pemasaran dan Pembukuan

Pengetahuan Pokdarwis tentang *Business Plan*

Keberadaan kelompok sadar wisata di kawasan wisata Danau Talang Nagari Kampung Batu Dalam, Kabupaten Solok sebagai kelompok yang ruang lingkup usaha dan anggota pada umumnya para pemuda sekitar dengan modal terbatas yang rentan mengalami masalah perekonomian. Salah satu permasalahan yang terdapat pada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Danau Talang adalah belum mengetahui dan tidak memahami tentang rencana bisnis (*business plan*). Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pada mayoritas anggota Pokdarwis menyebabkan keefektifan pemasaran destinasi wisata Danau Talang. Selain itu, tidak adanya *business plan* di kawasan wisata Danau Talang menyebabkan ketidaktahuan wisatawan mengenai daya tarik dari kawasan wisata serta minimnya sarana dan prasarana yang seharusnya diprioritaskan di tempat wisata. Hal ini terlihat dari masih minimnya pengunjung wisata Danau Talang.

Penyusunan *Business Plan* Kawasan Wisata

Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari ringkasan, statemen misi, faktor-faktor kunci, analisis pasar, produksi, manajemen dan analisis finansial seperti analisis *Break Event* dan lain-lainnya. Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis. Dengan sebuah perencanaan kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan *cash flow*. Sementara dengan perencanaan bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita semakin tinggi. Perencanaan bisnis yang baik sendiri adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan bisnis yang baik indikatornya antara lain: Sederhana (mengandung kemudahan dan kepraktisan) untuk dilaksanakan; Spesifik (konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya); Realistik (realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya) dan Komplit atau lengkap semua elemennya.

Pengertian lain Perencanaan usaha/bisnis (*Business Plan*) adalah rencanarencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Tim kegiatan saat ini telah merancang strategi jangka panjang dan jangka pendek dari perencanaan bisnis. Beberapa strategi saat ini yang sudah diterapkan di kawasan wisatanya seperti membuat tata tertib, toilet, pemetaan wilayah, penerangan,

plang penunjuk dan peta wisata. Perencanaan bisnis tadi sudah terlaksana di lokasi danau talang serta memanfaatkan media sosial, seperti Instagram dalam sarana promosi Kawasan Wisata Danau Talang.

Kondisi Sarana dan Prasarana Kawasan Wisata

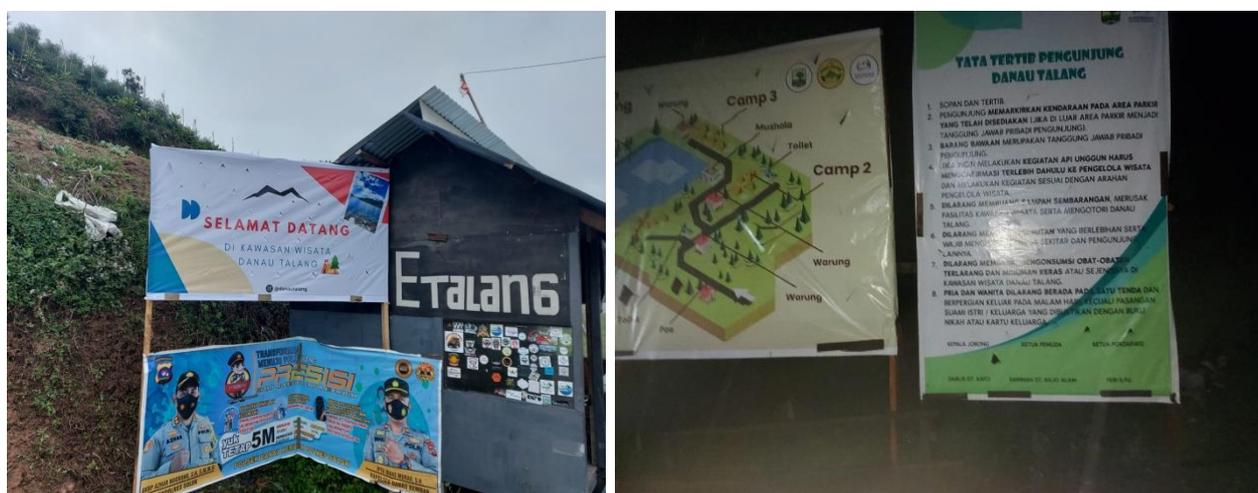
Objek wisata Danau Talang berada di Kanagarian Kampung Batu Dalam, Kecamatan Danau Kembar, Kabupaten Solok, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi kawasan wisata Danau Talang masih belum terdaftar dengan tepat dalam aplikasi penunjuk arah seperti *Google Maps* dan belum memiliki penunjuk arah serta peta wisata yang jelas sehingga wisatawan kesulitan untuk mengakses kawasan wisata ini. Selain itu, kurangnya pengetahuan pengunjung mengenai adat dan kebudayaan masyarakat sekitar berdampak pada timbulnya ketidaknyamanan antara kedua pihak sehingga diperlukan adanya tata tertib di kawasan wisata Danau Talang.

Pemasangan Spanduk dan Penunjuk Arah Kawasan Wisata

Salah satu indikator yang ingin dicapai dari program ini sendiri adalah untuk memperbaiki dan melengkapi sarana dan prasarana kawasan wisata danau talang yang kurang layak dan kurang lengkap, yang mana dalam hal ini salah satunya adalah melengkapi spanduk dan penunjuk arah. Pemasangan spanduk dan penunjuk arah kawasan wisata danau talang telah dilaksanakan, bekerjasama dengan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) setempat.



Gambar 2. Pemasangan Penunjuk Arah Menuju Kawasan Wisata Danau Talang



Gambar 3. Pemasangan Spanduk Selamat Datang dan Tata Tertib Pengunjung

Salah satu permasalahan yang ada di kawasan wisata Danau Talang adalah belum tersedianya papan penunjuk arah sehingga tidak sedikit para pengunjung kawasan wisata ini tersesat serta tidak tersedianya spanduk selamat datang untuk menyambut kedatangan para pengunjung, denah peta wisata untuk membantu pengunjung selama berada di kawasan wisata, dan juga tata tertib untuk memberikan informasi tentang apa yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan selama berada di kawasan wisata. Tim pengabdian sudah melengkapi hal-hal krusial tersebut, sehingga diharapkan bisa mengatasi masalah dasar yang ada saat ini.



Gambar 4. Pemasangan Tanda Penunjuk Arah di Kawasan Camping Ground

KESIMPULAN

Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat melakukan pemberdayaan dengan memberikan pelatihan dan melengkapi sarana prasarana yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing tempat wisata Danau Talang. Pembukuan dan pemasaran kawasan wisata perlu diperhatikan dan dengan strategi yang baik. Pembukuan kawasan wisata Danau Talang yang dilakukan Pokdarwis belum tersusun dengan rapi sehingga data pengunjung tidak terdata dengan baik. Pelaksanaan kegiatan pelatihan diawali dengan diskusi, seperti menanyakan tentang kegiatan pemasaran dan pembukuan seperti apa yang telah dilakukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) untuk mempromosikan Kawasan Wisata Danau Talang kepada khalayak umum. Diskusi ini bertujuan agar dapat merumuskan konsep dan teknis selanjutnya dalam proses pemasaran dan pembukuan yang akan dilakukan. Kemudian permasalahan berikutnya yang terdapat pada kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Danau Talang adalah belum mengetahui dan tidak memahami tentang bagaimana penyusunan rencana bisnis (*business plan*) yang tepat. Akibatnya kawasan wisata Danau Talang ini tidak dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman yang maksimal. Kondisi minimnya sarana dan prasarana yang seharusnya diprioritaskan di tempat wisata menambah pengalaman kurang baik bagi wisatawan yang datang. Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arida, I. N. S. and Pujani, L. K. 2017. Kajian Penyusunan Kriteria-Kriteria Desa Wisata Sebagai Instrumen Dasar Pengembangan Desawisata. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(1), pp. 1-9.
- Darmansyah, A., Sutardi, A., Afgani, K. F., Susanto, E., Syaputri, A. R., & Khaerani, F. R. (2021, October). Strategi Peningkatan Kinerja UMKM Wisata Pantai Berbasis Digital (Kasus Wisata Pantai Desa Sawarna, Kec. Bayah, Lebak, Banten). In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung* (Vol. 1, pp. 40-54).
- Dwiridhotjahjono, J., Wibowo, P. and Nuryananda, P. F. 2019 'Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat', *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, pp. 241-266.
- Fajriah, S. D. (2014). Pengembangan Sarana dan Prasarana untuk Mendukung Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan (Studi Kasus : Kawasan Pesisir Pantai Wonokerto Kabupaten Pekalongan), 10(2), 218- 233.
- Ghani, Y. A. (2017). Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 4(1), 22-31.
- Kotler, Philip. 1996," Marketing". Jilid I (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials). Diterjemahkan oleh: Hurujati Purwoto. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniadi, R. (2018). Analisis Bisnis Plan Dan Jaringan Kerja Dalam Peningkatan Operasional Bisnis. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 2(2), 123-126.
- Manafe, J. D., Setyorini, T., & Alang, Y. A. (2016). Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya (Studi Kasus di Pulau Rote NTT). *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4(1), 101-123.
- Rusdi M. 2019. "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD". Berkah Jaya. *J Stud Manaj dan Bisnis*. 6(2):83-8. Melalui <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb> diakses pada 14 November 2021 pukul 11.20.
- Suprianto. 2009,"Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha". *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/view/590> diakses pada 16 November 2021 pukul 11.20