



PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN DESA WISATA TAMANMARTANI

Tegar Satya Putra^{*1}, Yennie², Desideria Cempaka Wijaya Murt³,
Gilang Ahmad Fauzi⁴, Prihatno⁵

^{1,2,3}Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), Yogyakarta, Indonesia

^{4,5}Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Indonesia

Corresponding Author: tegar.satya@uajy.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 19 March 2024</p> <p>Revised : 20 March 2024</p> <p>Accepted : 28 March 2024</p> <p>Publication : 31 March 2024</p>	<p>Abstract: <i>The development of tourism villages has become one of the government's strategies to improve the welfare of local communities and encourage economic growth. Tamanmartani Tourism Village, one of the tourism villages in Indonesia, has great potential to develop. However, the village also faces several challenges, such as a low level of cooperation, ineffective communication, lack of clean production application, and lack of understanding of social media and digital marketing. To overcome these challenges, three types of training were organized for stakeholders in Tamanmartani Tourism Village. This training is divided into three groups, namely service improvement, digital marketing, and management. The results of the training show that the participants have a high level of engagement and a good understanding of the material taught. This training also provides tangible benefits for Tamanmartani Tourism Village. To improve all aspects that have been learned, consistent actions and involvement of all relevant stakeholders are required.</i></p>
<p>Keywords: <i>Tourism Village, Training, Service Excellence, Tourism Management</i></p> <p>Kata Kunci: Desa wisata, Pelatihan, Peningkatan Kualitas Layanan, Pemasaran Digital, Manajemen Pariwisata.</p>	<p>Abstrak: Pengembangan desa wisata telah menjadi salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Desa Wisata Tamanmartani, salah satu desa wisata di Indonesia, memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, desa tersebut juga menghadapi beberapa tantangan, seperti rendahnya tingkat kerjasama, komunikasi yang tidak efektif, kurangnya penerapan produksi bersih, dan kurangnya pemahaman tentang media sosial dan pemasaran digital. Guna mengatasi tantangan tersebut, tiga jenis pelatihan diselenggarakan bagi para pemangku kepentingan di Desa Wisata Tamanmartani. Pelatihan ini dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu peningkatan pelayanan, pemasaran digital, dan manajemen. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dan pemahaman yang baik terhadap materi yang diajarkan. Pelatihan ini juga memberikan manfaat nyata bagi Desa Wisata Tamanmartani. Untuk dapat meningkatkan seluruh aspek yang telah dipelajari, dibutuhkan tindakan yang konsisten dan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan yang bersangkutan.</p>
<p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	

INTRODUCTION

Perkembangan industri pariwisata telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, menciptakan perubahan mendasar dalam pola hidup secara global, termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata dan kreatif, dengan fokus pada pengembangan desa wisata. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif lebih dari 4600 desa wisata tersebar di seluruh Indonesia, menjadi sumber daya yang sangat potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Desa wisata bukan hanya sekadar destinasi pariwisata, melainkan juga merupakan langkah strategis pemerintah dalam meningkatkan pembangunan regional (Leonandri & Rosmadi, 2018; Purwani et al., 2023). Konsep ini didasarkan pada pemberdayaan kelompok atau masyarakat lokal, di mana pemerintah secara aktif terlibat dalam eksplorasi dan interaksi dengan desa-desa yang memiliki ciri khas dan keberagaman khusus. Pemerintah terlibat dalam berbagai sektor pariwisata, termasuk pariwisata pertanian, budaya, petualangan, hingga ekowisata, guna memaksimalkan potensi desa sebagai daya tarik wisata (Purwani et al., 2023b).

Pengembangan desa wisata diharapkan mampu berdampak luas bagi kesejahteraan masyarakat lokal dengan terciptanya lapangan pekerjaan untuk meningkatkan pendapatan dan keterampilan masyarakat. Selain itu, pengembangan desa wisata guna menarik para wisatawan, juga perlahan melahirkan infrastruktur yang memadai bagi masyarakat setempat. Kendati demikian, dengan keragaman dan kekayaan budaya, nilai, dan sumber daya yang dimiliki oleh setiap desa, menjadi tugas setiap pihak terlibat untuk memaksimalkan potensi yang ada. Masih banyak desa yang berpotensi untuk dikembangkan, namun terhalang dengan adanya tantangan, baik yang timbul dari sisi internal dan eksternal (Latif, 2018). Kurangnya kesadaran dan peran individu yang mampu mengembangkan pariwisata lokal dan kesenjangan pendapatan antara masyarakat menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan desa wisata.

Desa Wisata Tamanmartani, salah satu objek pariwisata Indonesia yang kini sedang berkembang pesat. Terletak di kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Tamanmartani memiliki warisan budaya yang kaya, pemandangan yang memukau, dan komunitas yang ramah, menjadikannya calon desa wisata yang sukses. Dalam perkembangannya, adapun kendala inti yang masih dihadapi oleh desa wisata Tamanmartani, seperti rendahnya tingkat kerjasama, komunikasi yang tidak efektif, kurangnya penerapan kaizen, dan kurangnya pemahaman tentang media sosial dan pemasaran digital. Kendala -

kendala ini tentu tidak hanya dialami oleh Tamanmartani, namun juga beberapa desa lainnya, sehingga diperlukan solusi yang tepat bagi setiap desa.

Dalam mengatasi rendahnya tingkat kerjasama antar anggota tim, Tamanmartani perlu memahami pentingnya kerjasama dalam suatu tim. Dengan adanya kerjasama antar anggota tim, juga dapat membantu suatu tim atau lembaga dalam mencapai tujuannya. Permasalahan yang timbul dapat segera ditangani, beban pekerjaan dapat menjadi lebih ringan, meningkatkan produktivitas, dan memiliki perspektif yang lebih luas dalam memutuskan suatu hal (Rahmawati & Supriyanto, 2020).

Selanjutnya, menanggapi komunikasi yang tidak efektif, Tamanmartani dapat memahami bagaimana antar anggota dalam memanfaatkan media komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan. Komunikasi yang tidak efektif berpotensi menimbulkan berbagai tantangan dan masalah baru bagi tim, seperti kinerja yang buruk, kesalahpahaman, *misinformation*, hingga kegagalan. Maka dari itu, pihak Tamanmartani perlu mengatasi hal tersebut sekaligus dengan komunikasi yang efektif mampu meningkatkan produktivitas dan kolaborasi di antara anggota tim (Gamil & Abd Rahman, 2023).

Kemudian, Tamanmartani juga mengalami kendala pada penerapan Kaizen, filosofi asal Jepang yang memiliki arti perbaikan berkelanjutan guna meningkatkan efisiensi dan kualitas. Pada Tamanmartani, kurangnya penerapan Kaizen tampak pada kondisi ruang kerja mereka. Para anggota pada departemen tertentu memiliki ruang kerja yang digabungkan dengan departemen lain. Adapun ruang kerja yang kurang tertata rapi, sehingga mereka membutuhkan waktu yang lebih lama dalam menemukan suatu barang. Berbeda dengan ruang kerja yang telah tertata rapi dari awal, sehingga pencarian barang-barang jauh lebih mudah. Kondisi ini juga terkadang menimbulkan kondisi yang kurang nyaman di kantor kerja.

Tantangan lain yang memegang peran krusial, ada pada pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital. Saat ini, keduanya menjadi alat yang kuat untuk mengkomunikasikan suatu hal kepada audiens (Nurleli et al., 2023). Dengan adanya media sosial dan strategi pemasaran secara digital, juga mempermudah para pelaku pasar untuk memperkenalkan, menjelaskan, dan memasarkan produknya. Hal ini juga berlaku untuk desa wisata Tamanmartani. Saat ini para anggota Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) masih memiliki pengetahuan yang minim terkait pengelolaan sosial media untuk memasarkan produk ataupun citra mereka secara digital. Mereka harus mampu memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran untuk menarik perhatian para wisatawan terhadap keragaman budaya dan keindahan alam yang dimiliki. Selain itu, Tamanmartani juga dapat membangun interaksi

dengan para wisatawan, baik dari domestik maupun mancanegara (Viera Valencia & Garcia Giraldo, 2019).

Dengan mempertimbangkan tantangan-tantangan yang dihadapi, tentunya dibutuhkan pelatihan yang sesuai dengan kondisi dari desa Tamanmartani. Rancangan pelatihan juga dikembangkan secara bersama dengan para pemangku kepentingan lokal, agar tepat sasaran dan mampu menyelesaikan permasalahan yang ada. Kombinasi antara pengetahuan teoritis dan praktis, akan memberikan peserta keterampilan dan keyakinan yang diperlukan untuk memimpin perubahan dan mentransformasi Tamanmartani menjadi desa wisata yang sukses.

METHOD

Menanggapi tantangan yang dihadapi oleh Desa Wisata Tamanmartani, para peserta akan dibagi menjadi tiga kelompok khusus sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Kelompok pertama akan mengikuti pelatihan terkait peningkatan pelayanan kepada para pengunjung. Kemudian, kelompok kedua akan berfokus pada pelatihan pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital. Selanjutnya, kelompok ketiga akan berfokus pada penerapan Kaizen dan penetapan tujuan SMART. Program pelatihan Desa Wisata Tamanmartani akan menggunakan metode yang interaktif dan terarah untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan penerapan praktik yang efektif.

Kelompok pertama yang berfokus pada peningkatan pelayanan akan mengikuti pelatihan dengan tujuan Desa Wisata Tamanmartani mampu menciptakan impresi yang baik dan berkesan bagi pengunjungnya. Dengan adanya kesan dan pengalaman yang positif di benak pengunjung, berpotensi menciptakan kunjungan berulang. Selain itu, pelatihan ini juga membahas terkait pentingnya keterampilan komunikasi dan standar layanan yang tepat agar dapat memuaskan hati pelanggan. Dengan memahami keterampilan berkomunikasi, maka secara tidak langsung kendala komunikasi internal yang kurang efektif dapat teratasi.

Pada kelompok kedua, yang berfokus pada pelatihan penggunaan media sosial untuk melakukan pemasaran digital. Kelompok ini akan berfokus pada strategi untuk menarik pengunjung ke desa wisata melalui konten, promosi, dan iklan melalui media sosial, seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook. Peserta kelompok ini akan belajar cara membangun *awareness* mengenai Desa Wisata Tamanmartani, menjangkau audiens yang lebih luas, melibatkan calon pengunjung, dan akhirnya menciptakan pembelian dari pengunjung.

Kelompok selanjutnya, yakni kelompok yang berfokus pada pelatihan manajemen melalui penerapan Kaizen dan tujuan SMART. Kelompok ini dilatih untuk melakukan peningkatan berkelanjutan dan cara menetapkan tujuan yang lebih spesifik, terukur, realistis,

relevan, dan memiliki batas waktu. Dengan memahami konsep Kaizen dengan tepat, mampu meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan. Tidak hanya untuk memenuhi kepuasan pelanggan, Tamanmartani juga dapat membentuk ruang kerja yang lebih rapi untuk meningkatkan efisiensi dalam proses bisnisnya. Penetapan tujuan SMART juga memudahkan pihak Tamanmartani untuk mengukur bagaimana tujuan dicapai.

Dengan membentuk kelompok yang mengikuti tiga pelatihan utama, diharapkan peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga dapat menerapkannya dengan tepat dalam lingkungan kerja mereka. Dengan pendekatan yang komprehensif dan interaktif, pelatihan ini akan memberikan manfaat yang nyata bagi Desa Wisata Tamanmartani..

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil dari program pelatihan ini menunjukkan kesuksesan dengan tingkat keterlibatan yang tinggi dari setiap kelompok Desa Wisata Tamanmartani. Setiap kelompok diberikan penjelasan secara teoritis terlebih dahulu, kemudian diberikan waktu untuk berdiskusi terkait permasalahan yang dihadapi. Para peserta juga mendapatkan kesempatan untuk menggali berbagai hal yang dapat mereka lakukan untuk mengatasi tantangan yang dialami. Setelah menemukan beberapa solusi, mereka secara perlahan mengaplikasikan solusi tersebut. Pada kelompok pertama, para peserta mempraktikkan cara melayani pengunjung yang datang. Kemudian, kelompok kedua yang berfokus pada pemasaran digital, mencoba untuk membuat konten, mulai dari cara mengambil *footage*, merangkai kalimat persuasif untuk promosi.

Kemudian, pelatihan kepada kelompok manajemen, mereka dikenalkan terlebih dahulu mengenai prinsip Kaizen, yang menunjukkan bagaimana kesuksesan suatu perusahaan atau bisnis melalui adanya peningkatan secara terus menerus atau berkelanjutan. Setelah ditelaah mengenai prinsip Kaizen ini, ternyata terdapat beberapa hal yang perlu untuk dikembangkan, salah satunya adalah ruang kerja. Mereka menyadari bahwa ruang kerja yang dimiliki masih berantakan, tidak terorganisir dengan baik, sehingga menimbulkan masalah dalam hal efisiensi waktu. Tidak jarang, mereka kesulitan dalam mencari beberapa perlengkapan karena kondisi ruangan yang tidak rapi. Kelompok ini juga diberikan pelatihan mengenai cara menetapkan sebuah tujuan dengan metode SMART goal. Metode ini menjelaskan bagaimana suatu tujuan seharusnya disusun, sehingga dapat tercapai. Para peserta mendapatkan waktu untuk membuat tujuan secara spesifik, dapat terukur, realistis, relevan, dan berada pada waktu tertentu. Para peserta di Tamanmartani memiliki antusiasme yang tinggi terhadap pelatihan yang diberikan. Mereka juga memahami segala materi dengan mudah.



Kegiatan Pendampingan Pengembangan Desa Wisata Tamanmartani

CONCLUSION

Pelatihan yang diadakan di Desa Wisata Tamanmartani berhasil mencapai sasarannya dengan meningkatkan kualitas layanan, pemasaran digital, dan manajemen. Ini terbukti dari tingkat partisipasi yang tinggi dan pemahaman yang dimiliki peserta terhadap materi yang diajarkan.

Kelompok pertama, para peserta dilatih untuk meningkatkan pelayanan dengan fokus pada keterampilan komunikasi dan standar layanan yang memuaskan pelanggan. Ini membantu mengatasi masalah komunikasi internal yang kurang efektif. Kelompok kedua memberikan pelatihan tentang penggunaan media sosial untuk pemasaran digital. Peserta belajar strategi untuk menarik pengunjung ke desa wisata melalui konten, promosi, dan iklan di media sosial.

Kelompok ketiga membahas manajemen dengan menerapkan konsep Kaizen dan tujuan SMART. Ini membantu meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi proses bisnis di Tamanmartani. Secara keseluruhan, pelatihan memberikan manfaat yang nyata dan membantu desa wisata menghadapi tantangan serta meningkatkan potensinya. Untuk dapat meningkatkan seluruh aspek yang telah dipelajari, dibutuhkan tindakan yang konsisten dan melibatkan seluruh pemangku kepentingan yang bersangkutan dengan tepat.

ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada Kepala Desa Tamanmartani, Kalasan, Sléman, kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang telah memberikan kesempatan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat, sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan lancar.

REFERENCES

- Gamil, Y., & Abd Rahman, I. (2023). Studying the relationship between causes and effects of poor communication in construction projects using PLS-SEM approach. *Journal of Facilities Management*, 21(1), 102–148. <https://doi.org/10.1108/JFM-04-2021-0039>
- Latif, A. N. K. (2018). Analysis of Tourism Villages Development in Indonesia: Case Studies : Three Tourism Villages. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 16(2), 99. <https://doi.org/10.5614/ajht.2018.16.2.4>
- Leonandri, D., & Rosmadi, M. L. N. (2018). The Role of Tourism Village to Increase Local Community Income. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 1(4), 188–193. <https://doi.org/10.33258/birci.v1i4.113>
- Nurleli, Sri Kuntorini, R., Fauzan, A., Halimatusadiah, E., Lestira Oktaroza, M., Suhandoyo, R., Utama, G., & Sri Wahyuni, A. (2023). Assistance and Empowerment of MSMEs: Application of Information Technology (E-Commerce) in Increasing MSME Income in Ciburial Tourism Village. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14346>
- Purwani, E. S., Fakhrurozi, M., & Warsiyah. (2023a). Rural Potential Analysis for the Development of Tourism Villages in Indonesia. *Scholar.Archive.Org*, 3, 22–35. <https://scholar.archive.org/work/v75sveqw7vhqnrtoadw3uktg7m/access/wayback/https://e-journal.uum.edu.my/index.php/jeth/article/download/15387/3777>
- Purwani, E. S., Fakhrurozi, Moh., & Warsiyah. (2023b). Rural Potential Analysis for the Development of Tourism Villages in Indonesia. *Scholar.Archive.Org*, 3, 22-35.
- Rahmawati, S. N. A., & Supriyanto, A. (2020). Pentingnya Kepemimpinan dan Kerjasama Tim Dalam Implemeentasi Manajemen Mutu Terpadu. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.26740/jdmp.v5n1.p1-9>
- Viera Valencia, L. F., & Garcia Giraldo, D. (2019). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.