

## Peningkatan Kapasitas Dalam Pemasaran Dan Promosi Pokdarwis Srikandi Kelurahan Tinjomoyo Semarang Melalui Bimbingan Teknis Manajemen Tata Kelola

### *Building Capacity for Pokdarwis Srikandi Kelurahan Tinjomoyo Semarang Marketing and Promotion Through Technical Guidance of Governance Management*

Nungki Pradita<sup>1</sup>, R Basiya<sup>2</sup>, Artin Bayu Mukti<sup>3</sup>

Universitas Stikubank, Semarang

[bayu\\_fpar@edu.unisbank.ac.id](mailto:bayu_fpar@edu.unisbank.ac.id)

---

#### Article History:

Received: 20 Agustus 2023,

Revised: 15 September 2023,

Accepted: 02 Oktober 2023

**Keywords:** empowerment, capacity, capability

**Abstract :** *The role of Pokdarwis in carrying out the development of an area is considered strategic in building equal distribution of welfare for local communities. Pokdarwis Srikandi, which is based in the Tinjomoyo sub-district area of Semarang, is expected to be able to develop the potential of its area into tourism business activities that can revive the economy of the people in the area. With the average management and members having different educational backgrounds, the Pokdarwis management must work hard to continue to equip and improve the abilities of its members, especially in governance management. The form of Governance Management Technical Guidance activities includes lectures on Pokdarwis Governance, with material related to financial management, marketing and promotion of tourism products provided. Capacity and Capability Improvement Implementation of financial administration training is carried out by creating simple financial reports and directly practicing the process of recording the organization's income and expenditure transactions. Governance management capabilities are needed to realize sustainable tourism management in the Tinjomoyo Village area, especially in administrative and financial management*

---

#### Abstrak

Peran Pokdarwis dalam melaksanakan pengembangan suatu wilayah dianggap strategis dalam membangun pemerataan kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Pokdarwis Srikandi yang berkedudukan di Kawasan Kelurahan Tinjomoyo Semarang di diharapkan dapat mengembangkan potensi wilayahnya menjadi kegiatan usaha wisata yang dapat menghidupkan perekonomian masyarakat di wilayah tersebut. Dengan rata-rata pengurus dan anggota yang berlatar pendidikan pendidikan berbeda beda maka pihak pengurus pokdarwis harus bekerja keras untuk terus membekali dan meningkatkan kemampuan anggotanya khususnya pada manajemen tata kelola. Bentuk dari kegiatan kegiatan Bimbingan Teknis Manajemen Tata Kelola meliputi ceramah mengenai Tata Kelola Pokdarwis, dengan diberikan materi yang berkaitan dengan manajemen keuangan, pemasaran dan promosi produk wisata. Pelaksanaan Peningkatan Kapasitas dan Kapabilitas pelaksanaan pelatihan administrasi keuangan dilakukan dengan pembuatan laporan keuangan secara sederhana dan melakukan praktek secara langsung proses pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran organisasi. Kemampuan manajemen tata kelola dibutuhkan untuk mewujudkan keberlanjutan pengelolaan wisata di wilayah Kelurahan Tinjomoyo terutama dalam pengelolaan administrasi dan keuangan.

**Kata Kunci:** pemberdayaan, kapasitas, kapabilitas

## **PENDAHULUAN**

Peran Pokdarwis dalam melaksanakan pengembangan suatu wilayah dianggap strategis dalam membangun pemerataan kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Pokdarwis Srikandi yang berkedudukan di diharapkan dapat mengembangkan potensi wilayahnya menjadi kegiatan usaha wisata yang dapat menghidupkan perekonomian masyarakat di wilayah tersebut. Pokdarwis Srikandi berdiri tahun 2018 bulan september di kelurahan Tinjomoyo, berawal dari penunjukan kegiatan lomba Pokdarwis Srikandi tingkat Kota Semarang. Saat itu kami memilih nama Srikandi tidak hanya karena anggota kami perempuan semua tetapi Srikandi memiliki arti pemberani dan pandai dalam bidang memanah, dan menjadi harapan kami untuk dapat membidik peluang - peluang yang ada di sektor Pariwisata. Program kerja Pokdarwis Srikandi antara lain Pengelompokan klaster UMKM, Pembinaan Lingkungan melalui Sapta Pesona, Pelatihan ketrampilan, pelatihan tata kelola pariwisata dan sosialisasisadar wisata.

Dalam konteks pengembangan desa wisata, terdapat beberapa konsep pemasaran dan promosi yang dapat diterapkan untuk menarik wisatawan. Konsep-konsep ini meliputi: Unsur dasar destinasi pariwisata, bauran pemasaran (, pendekatan dan analitik pemasaran pemasaran digital serta city branding (Yulita, 2017). Berdasarkan unsur dasar destinasi pariwisata, destinasi pariwisata harus memiliki konsep yang utuh yang mencakup potensi wisata alam dan budaya. Pemangku kepentingan seperti masyarakat setempat, pengelola, dan Pemerintah perlu mengembangkan dan memberdayakan potensinya (Novitaningtyas dkk, 2019).

Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Masyarakat perlu menentukan strategi pemasaran dengan memilih dari Analisis SWOT dengan TOWS sebagai produk wisata, harga, saluran distribusi, serta promosi pemasaran. Pemasaran digital penting untuk mempromosikan pariwisata di daerah tertentu. Masyarakat dalam hal ini para pelaku usaha masih membutuhkan informasi dan pengetahuan tentang upaya promosi digital marketing (Rohmatur dan Setiawan 2021). *City branding* adalah konsep untuk mempromosikan pariwisata perkotaan. Keterkaitan kerangka konseptual ini akan menjadi landasan teori untuk memahami implementasi *city branding* serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan kota melalui pemasaran pariwisata di masa mendatang. Diharapkan dengan menerapkan konsep tersebut, desa wisata dapat mengembangkan dan mempromosikan potensinya untuk menarik wisatawan. Para pemangku kepentingan perlu bersinergi untuk mengembangkan dan memberdayakan potensi desa wisata. Mereka juga perlu memperkuat pengetahuan dalam pemasaran dan hubungan masyarakat untuk mempromosikan produk wisata. Sehingga hal ini sesuai dengan tujuan dari kegiatan ini adalah

meningkatkan kapasitas Pokdarwis Srikandi dalam pemasaran dan promosi melalui bimbingan teknis manajemen tata kelola. Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota Pokdarwis dalam manajemen tata kelola dan strategi pemasaran, diharapkan kelompok ini dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam mempromosikan destinasi wisata lokal di Kelurahan Tinjomoyo, Semarang. Permasalahan umum yang dihadapi Pokdarwis Srikandi ini adalah kurangnya kapasitas Pokdarwis Srikandi dalam pemasaran dan promosi melalui bimbingan teknis manajemen tata kelola. Dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota Pokdarwis dalam manajemen tata kelola dan strategi pemasaran, diharapkan kelompok ini dapat mengoptimalkan upaya mereka dalam mempromosikan destinasi wisata lokal di Kelurahan Tinjomoyo, Semarang.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan Peningkatan Kapasitas Dalam Pemasaran Dan Promosi Pokdarwis Srikandi Kelurahan Tinjomoyo Semarang Melalui Bimbingan Teknis Manajemen Tata Kelola sebagai berikut :

1. Tahapan Pertama - Observasi Lapangan : survey awal untuk mendapatkan gambaran umum Pokdarwis Srikandi Tinjomoyo Semarang. Pada tahap ini, Mitra menunjukkan spot-spot wisata, menjelaskan program-program yang menjadi agenda dalam mewujudkan Desa Wisata, menjelaskan kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan, menjelaskan faktor-faktor pendukung dan faktor-faktor penghambat.
2. Tahapan Kedua - *Focus Group Discussion (FGD)* yang melibatkan *stakeholder* pariwisata di Pokdarwis Srikandi, Tinjomoyo. *FGD* dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan menetapkan dua permasalahan yang menjadi prioritas dalam kegiatan PKM. Sarana dan prasarana untuk mendukung kegiatan *FGD* dipersiapkan bersama antara Mitra dan Tim PKM. Pada saat kegiatan *FGD* peran serta Mitra dioptimalkan oleh Tim PKM, sehingga Mitra tidak hanya menyampaikan permasalahan, tetapi juga menyampaikan solusi yang diharapkan. Berdasarkan pada konsep yang demikian, maka permasalahan dan solusi menjadi milik Mitra. Hal yang demikian sesuai dengan konsep *Management By Objectives (MBO)* (Kyriakopoulos, 2012).
3. Tahapan Ketiga - Pendidikan dan Pelatihan (Diklat): meliputi penyiapan tempat beserta perlengkapannya, mengkoordinasikan calon peserta, penyusunan materi, pelaksanaan diklat, dan evaluasi kegiatan diklat. Persiapan tempat dan peralatan pendukung dilakukan bersama antara Mitra dengan Tim PKM. Untuk konsumsi dan uang transport sedapat mungkin ditanggung bersama dengan mitra, tetapi apabila tidak memungkinkan, maka biaya

ditanggung oleh Tim PKM. Peserta dituntut untuk benar-benar menyimak, bertanya, dan berdiskusi secara maksimal, sehingga pemahaman tentang tata kelola organisasi khususnya manajemen keuangan serta pemasaran dan promosi produk wisata dapat lebih maksimal. Dari hasil diklat ini, diharapkan masing-masing peserta bisa menerapkan dalam pengelolaan Pokdarwis.

4. Tahap Empat-Pendampingan: tindak lanjut dari kegiatan pendidikan dan pelatihan adalah dengan melaksanakan pendampingan secara terjadwal. Pendampingan dilaksanakan tiga kali kegiatan, yaitu: pendampingan 1, pendampingan 2, dan pendampingan 3. Setelah diklat penyajian materi klasikal selesai dan masing-masing peserta diklat diberi kesempatan untuk belajar dan berlatih secara mandiri atau berkelompok,
5. Tahap Lima Evaluasi Pendampingan: masing-masing pendampingan dievaluasi untuk perbaikan dan penyempurnaan. Dengan demikian, maka diharapkan masing-masing peserta pemandu wisata benar-benar mempunyai pengetahuan dan ketrampilan yang mumpuni sebagai pemandu wisata yang profesional. Pada akhirnya, dari para pemandu wisata inilah Desa Wisata Tinjomoyo menjadi objek wisata yang layak untuk dikunjungi oleh wisatawan. Penguasaan ketrampilan pembuatan media promosi pariwisata secara digital menjadi capaian akhir yang diharapkan dari pendampingan.

## **HASIL**

Pada kegiatan Pemberdayaan Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata ini dipandu oleh dosen dengan bidang manajemen 2 (orang) orang dan manajemen pariwisata 1(orang) orang. Untuk mengidentifikasi permasalahan, kemudian menyusun skala prioritas, dan akhirnya menetapkan permasalahan prioritas untuk dicarikan solusinya, Tim PKM Unisbank Semarang menggunakan Metode *Focus Group Discussion (FGD)*. Dengan metode ini, maka semua pihak secara spesifik terlibat aktif konstruktif untuk kepentingan bersama. Mitra yang terlibat dalam *FGD* adalah para *stakeholder* dari Pokdarwis Srikandi dan beberapa dari pihak desa wisata Tinjomoyo.

Berdasarkan dari kegiatan *FGD* permasalahan yang dihadapi Desa Wisata Tinjomoyo antara lain:

1. Tata Kelola Kepariwisataan.
2. Kesiapan manajemen keuangan
3. Pemasaran dan promosi produk wisata belum maksimal terutama promosi produk wisata secara digital.

Dari tiga permasalahan yang sudah diidentifikasi, ditetapkan dua permasalahan

prioritas, yaitu: *pertama*: Kesiapan Sumber daya manusia berkaitan dengan tata Kelola kepariwisataan terutama Kepemanduan Wisata dan *kedua*: Pemasaran Produk Wisata belum maksimal terutama promosi produk wisata secara digital.

1. Solusi Permasalahan Kesiapan Sumber daya manusia berkaitan dengan pelayanan wisata terutama Kepemanduan Wisata. Menurut penjelasan Ketua Pokdarwis Srikandi, kemampuan pemandu wisata masih perlu ditingkatkan. Dengan kemampuan pemandu wisata yang baik, maka akan mampu memberi pelayanan yang membuat para pengunjung menjadi nyaman dan kerasan [(Amanah, 2018) dan (Santoso, 2019)]. Berdasarkan pada fenomena tersebut, solusi yang ditawarkan adalah meningkatkan kualitas pelayanan petugas/pemandu wisata (Annisa, 2020) dengan cara meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pemandu wisata. Adapun wujud konkrit dari cara tersebut adalah dengan pendidikan dan pelatihan (diklat) serta pendampingan bagi pemandu wisata. Selanjutnya bagi pemandu wisata yang telah memiliki pengalaman memandu dan memiliki sertifikasi pelatihan dapat dilakukan uji kompetensi kepemanduan wisata dengan skema Pemandu Ekowisata.
2. Pemasaran Produk Wisata belum maksimal terutama promosi produk wisata secara digital (Santoso dkk, 2023). Ketua Pokdarwis Srikandi, menambahkan bahwa promosi produk wisata saat ini belum optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pasar wisata, belum memanfaatkan teknologi dan media sosial serta kurangnya kreativitas dan inovasi dalam melakukan promosi, yang berimbas pada promosi yang tidak tepat pada sasaran dan sebaran promosi yang tidak maksimal . Berdasarkan permasalahan ini, solusi yang ditawarkan adalah dengan melakukan pelatihan untuk menentukan target pasar dengan menggunakan Analisis Demografi, Analisis Psikografis, Analisis Geografis dan Analisis Perilaku. Setelah berhasil menentukan target pasar, dilanjutkan dengan pelatihan pemanfaatan media sosial dan website untuk sebagai sarana promosi digital (Ningsih, dkk, 2022) dengan materi dasar-dasar pemasaran digital melalui media sosial dan teknik kreatif promosi digital menggunakan *copywriting*. Dalam fase pendampingan, dilakukan evaluasi terhadap kemampuan anggota desa wisata yang ditunjuk oleh pengurus desa wisata untuk menangani pemasaran digital.

Partisipasi khalayak sasaran sangat antusias dan sesuai dengan target awal, ini terbukti dari jumlah peserta yaitu 30 orang, tidak hanya itu saja, peserta pun dalam menerima workshop sangat menikmati dan nyaman dengan suasana keceriaan. Secara keseluruhan dari kegiatan Pemberdayaan Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata yang telah dilaksanakan, dari partisipasi peserta (khalayak sasaran) menyatakan puas dan antusias. Peserta (khalayak sasaran) juga berharap di tahun berikutnya akan ada kegiatan berkelanjutan guna menambah pengetahuan, ketrampilan, dan sikap bagi Pokdarwis Srikandi

## **DISKUSI**

Pada akhir kegiatan Pemberdayaan Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata, dilakukan evaluasi terhadap kegiatan tersebut yang terdiri dari 2 (dua) jenis evaluasi yaitu:

a. **Tingkat Keberhasilan**

Pada evaluasi kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata, tingkat keberhasilan yang diharapkan adalah seluruh peserta dapat memahami pentingnya kompetensi dasar profesi pariwisata dengan materi memperbaharui pengetahuan tentang hospitality dan industri pariwisata, Teknik dasar kependuan wisata, kemampuan dasar dalam pemasaran digital dan manajemen pengelolaan keuangan serta selanjutnya menerapkannya di dalam tugas sehari-hari, sehingga pelayanan dan pemasaran serta kepedulian terhadap tamu meningkat dengan pengelolaan keuangan yang sesuai.

b. **Indikator Keberhasilan**

Pada proses indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari keseluruhan aktivitas peserta selama mengikuti kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata yaitu antusiasme menyampaikan pendapat dan pengalaman, dapat menerapkan metode pelayanan dengan cara tersenyum, dapat mempraktekan cara memperbarui pengetahuan di bidang hospitality dan pariwisata, dapat menguasai dan mempraktekkan teknik pemanduan wisata utamanya wisata lokal, terdapat peningkatan kemampuan pengelolaan website dan peningkatan kemampuan pengelolaan media sosial.

## **KESIMPULAN**

Dari kegiatan Pemberdayaan Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata dapat disimpulkan bahwa:

1. Peserta (khalayak sasaran) semakin tahu arti pentingnya kompetensi dasar profesi pariwisata dengan materi memperbaharui pengetahuan tentang hospitality dan industri pariwisata, Teknik dasar kependuan wisata, Pemasaran digital Pariwisata.
2. Peserta (khalayak sasaran) semakin paham tentang pengelolaan keuangan dalam industri pariwisata
3. Peserta (khalayak sasaran) semakin paham tentang pentingnya memperbaharui pengetahuan di bidang kependuan wisata dan pemasaran digital.
4. Peserta (khalayak sasaran) mengetahui cara mengidentifikasi aspek produk, aspek pelayanan prima dan aspek pengelolaan destinasi wisata.
5. Peserta (khalayak sasaran) semakin menguasai teknik kependuan wisata dan dapat mempraktekkannya di tempat kerja.
6. Peserta (khalayak sasaran) semakin menguasai teknik pemasaran digital melalui pengelolaan website dan media sosial.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terimakasih kepada Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo yang telah memberikan waktu kepada team pengabdian untuk memberikan kegiatan diklat Pemberdayaan Pokdarwis Srikandi Desa Wisata Tinjomoyo Melalui Bimtek Manajemen Tata Kelola Pariwisata. Selain itu tidak lupa kami ucapkan terimakasih berbagai pihak yang juga telah mensupport dan mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat ini.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Ningsih DH, Santoso DB, Mariana N, Saefurrohman S. Model Serach Engine Optimization (SEO) Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas Dan Pengunjung Website. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*. 2022 Dec 14;11(3):415-22
- Amanah, Dita dkk. 2018. Kepuasan Pengunjung Tempat Wisata Pemandian Hairos *Waterpark* Medan. *JURNAL PLANS Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis*. ISSN: 1978-7057. E-ISSN: 2527-306X. Volume 13 No. 1 Mei 2018
- Annisa, Siti Yumma dan Rudiansyah. 2020. Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Event Indonesia Building Technology Expo 2019 PT. Debindo Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, Volume 12, Nomor 1, April 2020 ISSN Cetak: 1411 – 9862
- Kyriakopoulos, G. (2012). Half a century of management by objectives (MBO): A review. *African Journal of Business Management*, 5(6), 1772-1786.
- Novitaningtyas, I., Achsa, A., & Rahardjo, B. (2019). Analysis of the Basic Elements of Tourism Destination and Marketing Potential in Brajan Tourism Village. *JELAJAH: Journal of Tourism and Hospitality*, 1(1), 27-35.
- Santoso DB, Razaq JA, Amin F. Optimasi Konten Website SEO Friendly Bagi Persatuan Penyandang Difabel Indonesia (PPDI) Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*. 2023 Feb 27;3(1):30-6.
- Santoso, I. (2019). *Hubungan Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata di PT Perkebunan Tambi, Kabupaten Wonosobo* (Doctoral dissertation, Program Studi Agribisnis FPB-UKSW).
- Villa Rohmatur, R., & Setiawan, M. D. (2021). Eksistensi Nongkrong di Masa Pandemi. *Potret Ppkm Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*, 239.
- Yulita, H. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 2(2).