

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA MELALUI IMPLEMENTASI
PERANCANGAN PETA WISATA DAN STRATEGI PEMASARAN DI
WISATA KEBUN PANDANSARI DESA WONOPLOSO KECAMATAN
GONDANG KABUPATEN MOJOKERTO**

Tasya Shakila

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : tasyashakila96@gmail.com

Christian Steve Jonathan Mundung

Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : christiansteve09@gmail.com

Tondo Wijoyo Ihsan

Program Studi Arsitektur, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : tondo2970@gmail.com

Angga Dutahatmaja

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email : anggadutahatmaja@untag-sby.ac.id

Abstrak

Wisata Kebun Pandansari ini merupakan destinasi wisata yang paling menarik di wilayah Mojokerto, Jawa Timur. Pemilik Wisata Kebun Pandansari sendiri merupakan Ibu Kepala Desa Wonoploso yaitu Ibu Naning Hartini. Dimana pada wisata ini menawarkan pemandangan alam yang indah serta berbagai macam wahana yang menyenangkan untuk dilakukan, seperti warung makan, kolam renang, taman kelinci, kandang sapi yang juga bisa digunakan sebagai wisata edukasi bagi anak-anak. Namun, di Wisata Kebun Pandansari ini terdapat beberapa permasalahan yaitu belum adanya peta wisata yang informatif dan kurangnya strategi dalam pemasaran. Oleh karena itu, melalui KKN ini mahasiswa akan mengidentifikasi permasalahan dan menggerakkan semua potensi yang ada demi kemajuan masyarakat. Berdasarkan hal ini, kami mengajukan usulan program kerja di Wisata Kebun Pandansari Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto dengan melakukan pembuatan karya desain berupa peta wisata (site plan) yang informatif dan menarik, serta membantu wisata tersebut untuk meningkatkan daya tarik wisatawan melalui strategi pemasaran, dengan melakukan pendampingan dan pembuatan Video Promosi. Tujuan program kerja ini adalah untuk mengembangkan daya tarik wisatawan melalui implementasi peta wisata dan meningkatkan strategi pemasaran, guna memastikan wisatawan dapat dengan mudah menemukan dan mengakses informasi tentang Wisata Kebun Pandansari. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan yang ada di Wisata Kebun Pandansari dengan target luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah tercapainya keberhasilan yang telah disusun sedemikian rupa sehingga menjadikan permasalahan yang ada dapat terselesaikan.

Kata Kunci: Desa Wonoploso; Wisata Kebun Pandansari; Peta Wisata; Strategi Pemasaran

Abstract

Pandansari Garden Tourism is the most interesting tourist destination in the Mojokerto area, East Java. The owner of Pandansari Garden Tourism herself is the Head of Wonoploso Village, namely Mrs. Naning Hartini. Where this tour offers beautiful natural views and various kinds of fun rides to do, such as food stalls, swimming pools, rabbit parks, cow pens which can also be used as educational tours for children. However, in the Pandansari Gardens Tourism there are several problems, namely the absence of an informative tourist map and a lack of marketing strategy. Therefore, through this KKN students will identify problems and mobilize all existing potential for the betterment of society. Based on this, we proposed a work program for the Pandansari Garden Tourism in Wonoploso Village, Gondang District, Mojokerto Regency by creating design work in the form of an informative and attractive tourist map (site plan), as well as helping the tourism to increase tourist attraction through marketing strategies. , by providing assistance and making Promotional Videos. The aim of this work program is to develop tourist attraction through implementing tourist maps and improving marketing strategies, to ensure tourists can easily find and access information about Pandansari Garden Tourism. It is hoped that this activity can help overcome the problems that exist in the Pandansari Garden Tourism with the expected output target of this activity being the achievement of success which has been structured in such a way that the existing problems can be resolved.

Keywords : Wonoploso Village; Pandansari Garden Tour; Tourist Map; Marketing strategy

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peluang besar untuk menjual produk mereka secara online dan memperluas cakupan pasar. Secara esensial, UMKM merujuk pada usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. [1].

Prioritas utama harus diberikan pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), karena UMKM sendiri memiliki dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Pengembangan UMKM diharapkan dapat memperluas basis ekonomi dan memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yakni meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Selain itu, diharapkan mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat, di mana kesejahteraan mencerminkan keadaan baik dan kondisi manusia yang makmur, sehat, dan damai [2].

Di Desa Wonoploso, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto terdapat wisata yaitu Wisata Kebun Pandansari. Wisata Kebun Pandansari ini merupakan destinasi wisata yang paling menarik di wilayah Mojokerto, Jawa Timur. Pemilik Wisata Kebun Pandansari sendiri merupakan Ibu Kepala Desa Wonoploso yaitu Ibu Naning Hartini. Dimana pada wisata ini menawarkan pemandangan alam yang indah serta berbagai macam kegiatan yang menyenangkan untuk dilakukan, seperti warung makan, kolam renang, terapi ikan, berbagai macam fasilitas foto, taman kelinci, kandang sapi yang juga bisa digunakan sebagai wisata edukasi bagi anak-anak. Untuk berwisata disini tidak membutuhkan budget yang mahal, hanya dengan membeli tiket masuk sebesar Rp 15.000/orang sudah bisa menikmati fasilitas fasilitas yang ada didalamnya. Selain itu, untuk jam operasional mulai pukul 08.00 – 17.00 WIB.

Pada saat pelaksanaan survey ditemukan beberapa permasalahan yang ada pada Wisata Kebun Pandansari yaitu yang pertama tidak adanya peta wisata yang informatif dalam mengenai letak lokasi fasilitas maupun wahana yang menarik, untuk

permasalahan yang kedua yaitu kurangnya strategi pemasaran dalam menarik wisatawan lebih banyak untuk berkunjung ke Wisata Kebun Pandansari.

Untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual wisata Kebun Pandansari, pemilik Kebun Pandansari memiliki program berupa menciptakan sebuah site plan yang berfungsi untuk mempermudah pengunjung untuk mengakses semua fasilitas yang tersedia wisata ini [3].

Untuk mengatasi hal tersebut program kerja yang akan kami fokuskan yaitu dalam pembuatan peta wisata. Dalam pembuatan peta sendiri harus yang interaktif dan mudah dipahami guna meningkatkan visibilitas dalam daya tarik wisatawan dan mengarahkan wisatawan ke letak lokasi wahana maupun fasilitas yang ada di Wisata Kebun Pandansari [4]. Selain pembuatan peta wisata, program yang akan dikerjakan yaitu pengembangan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan peraturan yang mengarahkan usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada berbagai tingkatan dan alokasi sumber daya. Ini merupakan respons perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan kondisi pesaing yang selalu berfluktuasi. [5]. Upaya ini akan melibatkan penggunaan media sosial dan penggunaan materi promosi yang menarik dan informatif dengan memperkenalkan Wisata Kebun Pandansari di platform online melalui pendampingan pembuatan Video Promosi guna menjangkau lebih banyak wisatawan. Video promosi dapat dijelaskan sebagai susunan gambar statis yang dibaca secara berurutan dalam suatu periode waktu tertentu. Gambar-gambar statis ini disebut sebagai frame, dan kecepatan pembacaan gabungan gambar tersebut disebut sebagai frame rate, diukur dalam satuan fps (*frame per second*) [6]. Dari program kerja yang kami lakukan itu bertujuan untuk pengembangan destinasi wisata agar memiliki produktifitas tinggi dalam pembangunan yang dapat meningkatkan kesejahteraan penduduk, lapangan kerja, pendapatan dan devisa [7].

Diharapkan, hasil dari program kerja pengabdian masyarakat ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kebun Pandansari serta diperlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti Pemerintah Daerah, bersama-sama dengan partisipasi aktif masyarakat setempat, sangat diperlukan untuk mempromosikan destinasi wisata [8]. Dengan adanya peta wisata yang komprehensif dan strategi pemasaran yang terencana dengan baik, diharapkan wisata kebun ini akan menjadi destinasi unggulan yang diminati oleh masyarakat luas serta memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal.

METODE PELAKSANAAN

Untuk menciptakan desain yang sesuai dengan kebutuhan pemilik usaha, metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui beberapa tahap, yang diuraikan sebagai berikut :

1. Pemilihan Mitra

Pemilihan mitra dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat kemajuan dan kesuksesan mitra. Dimana kami melakukan pemilihan mitra dengan memprioritaskan UMKM yang masih membutuhkan inovasi atau ide dari kami. Yang kemudian akan ditawarkan mengenai program pengabdian masyarakat mengenai luaran karya desain yang salah satunya yaitu melakukan pembuatan site plan dan pengembangan kualitas pemasaran melalui media online.

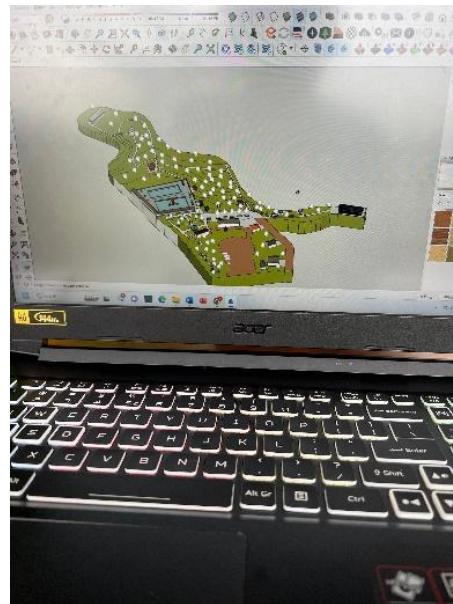


Gambar 1 Pemilihan Mitra Sub Kelompok

2. Pelaksanaan Program

a) Pembuatan *Site Plan*

Site plan adalah rencana tata letak bangunan yang memiliki hubungan dengan denah pengaturan ruang pada lantai dasar bangunan [9]. Penyusunan *site plan* diawali dengan mengidentifikasi fasilitas yang ada disekitar wilayah dan kondisi terbaru yang ada [10]. Setelah mengidentifikasi selanjutnya ialah survey kondisi eksisting, penetapan permasalahan utama, dan pembuatan site plan melalui software sketchup.



Gambar 2 Proses Pembuatan Site Plan Menggunakan Software Sketchup

b) Pemasangan *Site Plan*

Untuk proses pemasangan *site plan*, file *hard copy* ditaruh pada *frame* akrilik dan kemudian dipasang pada kebun wisata pandansari dengan mempertimbangkan tempat yang mudah dilihat oleh para wisatawan.



Gambar 3 Proses Pemasangan Site Plan

c) Pendampingan Video Promosi

Untuk pendampingan video promosi dilakukan dengan para pekerja mitra terutama yang mengelola akun media sosial. Pendampingan sendiri meliputi beberapa tahap pelatihan yaitu cara pengambilan video yang cinematic, memberi referensi aplikasi guna mengedit video tersebut, dan cara membuat kata yang persuasi baik dari bicara maupun caption.



Gambar 4 Pendampingan Pembuatan Video Promosi

d) Pembuatan Video Promosi

Pembuatan video promosi dengan tahapan-tahapan yang sudah dipelajari mulai dari cara pengambilan video yang cinematic, memberi referensi aplikasi guna mengedit video tersebut, membuat kata yang persuasi baik dari bicara maupun caption, hingga terpublikasi di media online tersebut.



Gambar 5 Proses Pengambilan Video Cinematic

3. Penggerjaan Laporan

Laporan merupakan hasil data yang telah dikumpulkan oleh kelompok kami selama proses pengabdian masyarakat, yang kemudian disusun menjadi laporan akhir, artikel untuk media massa, dan artikel ilmiah.



Gambar 6 Proses Penggerjaan Laporan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan selama 12 hari mulai tanggal 13 Januari – 24 Januari 2024. Selama 12 hari banyak kegiatan yang kami lakukan mulai dari penggerjaan kelompok besar dan kecil. Untuk kelompok kecil sendiri, kami telah membuat site plan guna membuat wisata memahami fasilitas yang ada pada wisata kebun pandansari dengan melalui berbagai tahap mulai dari identifikasi permasalahan pada mitra, survey kondisi eksisting, penetapan permasalahan utama, dan pembuatan site plan melalui software sketchup pro 2021, hingga pemasangan site plan pada wisata kebun pandansari. Selain pembuatan site plan, kami juga melakukan pendampingan serta pembuatan video promosi untuk dapat wisatawan tertarik pada wisata kebun pandansari dengan melalui berbagai tahap mulai dari cara pengambilan video yang cinematic, memberi referensi aplikasi guna mengedit video tersebut, membuat kata yang persuasi baik dari bicara maupun caption, hingga terpublikasi di media online tersebut.

Kami harap dengan adanya site plan yang sudah terpasang pada wisata kebun pandansari tersebut dapat membantu wisatawan dalam memahami fasilitas yang ada pada wisata tanpa membuat kebingungan kembali para wisatawan dalam mencari fasilitas wisata tersebut. kemudian untuk pendampingan video promosi kami harap

nantinya pekerja kebun pandansari khususnya yang mengelola akun media sosial tersebut dapat membuat video promosi yang cinematic dan dapat membuat kata serta caption yang persuasi guna mengikat viewers yang menonton dan kebun pandansari semakin terkenal melalui promosi media sosial tersebut.



Gambar 7 Penyerahan Site Plan ke Pemilik



Gambar 8 Perspektif Kebun Pandansari

Setelah melihat perspektif keseluruhan Kebun Pandansari pada Gambar 8. Berikut fasilitas-fasilitas yang ada di Kebun Pandansari sebagai berikut :



Gambar 9 Perspektif Taman



Gambar 10 Parkir



Gambar 11 Gazebo



Gambar 12 Spot Foto



Gambar 13 Kandang Sapi



Gambar 14 Kebun Buah



Gambar 15 Kolam Renang



Gambar 16 Gudang

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang dilakukan selama 12 hari dari tanggal 13 Januari - 24 Januari 2024 dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya Site Plan yang sudah terpasang untuk wisatawan dapat memahami area fasilitas wisata
2. Dengan adanya pendampingan hingga pembuatan video promosi kami harap dapat memberikan dampak positif bagi pengelola akun media sosial kebun pandansari.
3. Hasil dari pembuatan video promosi yang sudah terpublikasi di media sosial kami harap dapat meningkatkan minat wisatawan dalam mengunjungi kebun pandansari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur dan terima kasih selalu kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat karunianya kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan dengan baik. Ucapan syukur dan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak terkait yang telah membantu dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, diantaranya :

1. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai lembaga naungan
2. Bapak Angga Dutahatmaja, S.Kom., MM. selaku dosen pembimbing lapangan selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung
3. Kebun Wisata Pandansari selaku mitra selama kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. A. Azis, A. Syailendra, and M. Fredy, "Implementasi Strategi Pemasaran Secara Daring Produk UMKM Kopi di Desa Bening," *Pros. Patriot Mengabdi*, vol. 2, no. 01, pp. 154-166, 2023.
- [2] S. Juprianto, "Pengembangan Produk Kerupuk Tujuh Bunga Dengan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Profitabilitas," *Pros. Patriot Mengabdi*, 2022, [Online]. Available: <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/spm/article/download/114/85>
- [3] T. W. S Panjaitan *et al.*, "Perencanaan Masterplan Desa Wisata Simoketawang-

- Sidoarjo," *Semin. Nas. Pengabdi. Kpd. Masy.* 2022, pp. 420–429, 2022, [Online]. Available: <https://snpm.unusa.ac.id>
- [4] A. Suprayogi, "Pembuatan Peta Wisata Digital 3 Dimensi Obyek Wisata Brown Canyon Secara Interaktif Dengan Menggunakan Wahana Unmanned Aerial Vehicle (Uav)," *J. Geod. Undip*, vol. 6, pp. 238–248, 2017, [Online]. Available: <http://www.jurnaltunasagraria.stpn.ac.id/JTA/article/download/114/109>
- [5] Tjiptono and Fandy, "Strategi Pemasaran," *Yogyakarta: Andi.*, 2015.
- [6] S. S. Kusuma, D. Hamdani, D. Nugraha, Y. Nurhayati, and R. F. Ramdhan, "Pendampingan Dan Pembuatan Video Profile Untuk Promosi Wisata Desa Cisantana Kabupaten Kuningan," *Empower. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 02, p. 81, 2020, doi: 10.25134/empowerment.v3i02.3035.
- [7] I. Tohar and D. T. Prakasa, "Studi Pengembangan Kawasan Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik Berbasis Kearifan Lokal," *Langkau Betang J. Arsit.*, vol. 10, no. 1, p. 58, 2023, doi: 10.26418/lantang.v10i1.57056.
- [8] A. Dutahatmaja *et al.*, "Pendampingan Branding Desain dan Kemasan Produk Di Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo," *SENRIABDI*, pp. 63–80, 2022.
- [9] B. Maringka, Debby, and G. Sukowiyono, "Bantuan Teknis Perencanaan Site Plan – Rest Area Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang," *Pawon J. Arsit.*, vol. 5, no. 2, pp. 213–222, 2021, doi: 10.36040/pawon.v5i2.3690.
- [10] C. D. Journal *et al.*, "PENDAMPINGAN PEMBUATAN SITE PLAN DAN PENATAAN," vol. 4, no. 4, pp. 9465–9469, 2023.