

Strategi Pengembangan Pemasaran dan Manajemen Usaha Wisata Towilfiets - Authentic Jawanese Village Cycling Tour di Kulonprogo Yogyakarta

Widarta¹, Agus Slamet², Diw Lesno Panglipursari³

¹Program Studi Manajemen, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

²Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

³Program Studi Manajemen, Universitas Wijaya Putra

Abstrak

Towilfiets - Authentic Jawanese Village Cycling Tour merupakan konsep wisata bersepeda onthel antik khas dengan perjalanan mengelilingi perkampungan dan persawahan di Desa Bantar Kulon, Sentolo, Kulon Progo. Wisatawan bisa merasakan serta terlibat langsung dengan kehidupan warga. Towilfiets menawarkan kepada pengunjung selain untuk melihat lingkungan pedesaan, diantaranya adalah Jembatan bersejarah buatan Ir Soekarno yaitu jembatan Bantar, yang menghubungkan Kabupaten Sleman dan Kabupaten Kulon Progo yang dibangun pada masa agresi Belanda. PKM bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial. Dengan menyadari potensi besar sebagai media pemasaran, mereka menciptakan konten-konten menarik dan informatif yang dapat menarik perhatian calon wisatawan. Salah satu jumlah pengikut dan tayangan yang meningkat di akun TikTok Towilfiets mencerminkan efektivitas langkah ini. Strategi pemasaran yang kami lakukan berupa digitalisasi pemasaran, branding, manajemen, dan pengembangan web Towilfiets diharapkan dapat menjadi destinasi wisata unggulan yang dapat menarik wisatawan. Salah satu langkah strategis pengembangan situs web khusus untuk Towilfiets. Dengan menciptakan platform digital www.towilfiets.com, mereka memberikan akses informasi kepada calon wisatawan mengenai paket wisata tour sepeda onthel, serta detail lainnya yang mendukung daya tarik Towilfiets. Pemanfaatan teknologi ini menjadi indikator keberhasilan dalam mencapai kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata tersebut.

Kata Kunci: Digital, Manajemen, Pemasaran, Usaha

Abstract

Towilfiets - Authentic Jawanese Village Cycling Tour is a typical antique cycling tour concept with a trip around villages and rice fields in Bantar Kulon Village, Sentolo, Kulon Progo. Tourists can feel and be directly involved with the lives of residents. Towilfiets offers visitors in addition to seeing the rural environment, including the historic bridge made by Ir Soekarno, namely the Bantar bridge, which connects Sleman Regency and Kulon Progo Regency which was built during the Dutch aggression. PKM aims to optimize marketing through social media. By realizing the great potential as a marketing medium, they create interesting and informative content that can attract the attention of potential tourists. One of the increasing number of followers and impressions on Towilfiets' TikTok account reflects the effectiveness of this move. The marketing strategy that we carry out in the form of marketing digitalization, branding, management, and web development is expected to become a leading tourist destination that can attract tourists. One of the strategic steps of website development specifically for Towilfiets. By creating a digital platform www.towilfiets.com, they provide access to information to prospective tourists about onthel bicycle tour packages, as well as other details that support the attraction of Towilfiets. The use of this technology is an indicator of success in achieving public awareness of these tourist destinations.

Keyword: Digital, Management, Marketing, Business

Article Info

Received date: 19 November 2024

Revised date: 25 November 2024

Accepted date: 30 November 2024

PENDAHULUAN

Towilfiets yang berada di Dusun Bantar, yang terletak di Kecamatan Sentolo, Kulon Progo, memiliki potensi wisata yang signifikan melalui Towilfiets - Authentic Jawanese Village Cycling Tour. Didirikan oleh Bapak Muntowil, Towilfiets menawarkan pengalaman bersepeda onthel keliling desa, memperkenalkan kekayaan UMKM lokal, serta keindahan alam pedesaan. Desa ini menjadi destinasi menarik bagi wisatawan asing, khususnya dari Eropa, yang mencari pengalaman autentik Jawa. Keunikan konsep wisata yang ditawarkan oleh Towilfiets belum banyak diketahui oleh pengunjung lokal. Adapun pengunjung yang datang di Towilfiets adalah dari kalangan pengunjung asing. Berdasarkan data statistik Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, dan tampak lebih rendah

dibandingkan dengan 4 (empat) kabupaten lain di Yogyakarta. Juga pengunjung mancanegara sangat kecil dibandingkan dengan pengunjung lokal yang datang ke Kulon Progo.



Gambar. Pengunjung Kulonprogo

Data Dinas Pariwisata tersebut tentunya sangat berkaitan dengan Towilfiets yang berada di Kulon Progo, pemilik Towilfiets menjelaskan pengunjung yang sebagian besar berasal dari pengunjung mancanegara. Tentu hal ini berbanding terbalik dengan data yang diberikan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta data pengunjung lokal yang datang ke Kulon Progo lebih banyak. Tentu hal ini sangat berkaitan dengan strategi pengembangan manajemen pemasaran khususnya digital yang ada pada Towilfiets yang mengangkat tema budaya dan kearifan lokal, pemasaran budaya lokal ini tidak ditujukan kepada pengunjung mancanegara saja tetapi juga harus ke pengunjung lokal, supaya pemahaman arti pentingnya menjaga kearifan lokal bisa lebih luas

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka dalam pengabdian di identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Penerapan strategi pemasaran digital yang kurang maksimal.
2. Pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan kepada masyarakat lokal bersama Towilfiets. Kerjasama dengan UMKM sekitar, termasuk pengrajin, pembuat tempe, dan dengan memanfaatkan potensi yang ada.

Pemberian pelatihan pemasaran digital serta pendampingan untuk Towilfiets ini, akan memberikan keuntungan antara lain:

1. Meningkatkan brand usaha Towilfiets
2. Memperluas jangkauan usaha dan pemasaran
3. Perbaiki sistem manajemen termasuk sistem pembukuan dan pelaporan bisnis Towilfiets

Dengan memberikan pendampingan dan pelatihan pada pengelolaan Towilfiets diharapkan:

1. Meningkatkan pemasaran Towilfiets melalui strategi branding dan pemasaran digital.
2. Mengoptimalkan kerjasama dengan UMKM lokal untuk meningkatkan dampak ekonomi di Dusun Bantar.
3. Memberikan pelatihan manajemen usaha dan keuangan untuk meningkatkan kapasitas SDM Towilfiets.

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan “*Marketing is a social process in which people and groups get what they want and need by creating, offering, and freely exchanging valuable items and services with others*”. Yang artinya pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa dengan orang lain.

Menurut Suryati (2015:142), pemasaran merupakan kriteria sukses dari suatu perusahaan, bahkan manajemen pemasaran merupakan benefit generating process bagi perusahaan, sedangkan fungsi manajerial yang lainnya adalah cost generating process. Pemasaran juga merupakan solusi baik bagi perusahaan agar kelanjutan bisnisnya terus berkembang maupun masyarakat konsumen yang terpenuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Sedangkan arti manajemen pemasaran adalah proses

analisis, perencanaan, pengorganisasian, dan pengelolaan program yang mencakup konsep, penetapan harga, dan distribusi produk atau jasa, serta ide-ide yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar untuk mencapai tujuan perusahaan (Suparyanto dan Rosad, 2015:1).

Menurut Sudarsono (2020:2), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Tentu saja dalam fungsi manajemen pemasaran terdapat kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi. PKM akan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan desa wisata. Fokusnya tidak hanya pada aspek pariwisata, tetapi juga melibatkan manajemen pemasaran untuk meningkatkan daya tarik Towilfiets, yang terletak di dusun Bantar Kulon, Kelurahan Banguncipto, Kecamatan Sentolo, Kulon Progo.

Pertama-tama, dipahami bahwa manajemen pemasaran memiliki peran sentral dalam kesuksesan suatu bisnis atau destinasi wisata. PKM membantu Towilfiets dalam menerapkan konsep dan strategi manajemen pemasaran yang efektif. Arti pemasaran sebagai proses sosial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta manajemen pemasaran sebagai proses analisis dan perencanaan, menjadi pedoman dalam merumuskan langkah-langkah konkrit. Salah satu langkah strategis yang diambil adalah pengembangan situs web khusus untuk Towilfiets. Dengan menciptakan platform digital www.towilfiets.com, mereka memberikan akses informasi kepada calon wisatawan mengenai paket wisata tour sepeda onthel, serta detail lainnya yang mendukung daya tarik Towilfiets. Pemanfaatan teknologi ini menjadi indikator keberhasilan dalam mencapai kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata tersebut.

PKM bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial. Dengan menyadari potensi besar sebagai media pemasaran, mereka menciptakan konten-konten menarik dan informatif yang dapat menarik perhatian calon wisatawan. Salah satu jumlah pengikut dan tayangan yang meningkat di akun TikTok Towilfiets mencerminkan efektivitas langkah ini.

Aspek manajemen keuangan juga menjadi fokus, membantu dalam pembukuan keuangan Towilfiets. Pemahaman akan pentingnya pembukuan keuangan yang akurat dan teratur tidak hanya memberikan dampak positif pada pengelolaan bisnis, tetapi juga meningkatkan kredibilitas Towilfiets di mata investor dan mitra bisnis potensial. Pencapaian keberhasilan dalam pembukuan keuangan menjadi indikator penting dalam kolaborasi ini.

Towilfiets diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung, meningkatkan pendapatan, dan membangun citra merek yang positif di mata masyarakat. PKM ini dan Towilfiets menjadi contoh nyata bagaimana pendekatan holistik, melibatkan edukasi, strategi pemasaran digital, manajemen, dan keuangan, dapat membawa dampak positif pada pengembangan desa wisata. Program ini bukan hanya memberikan manfaat bagi Towilfiets, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dan pembelajaran bagi mahasiswa yang terlibat dalam kolaborasi ini.

Metode Pengabdian kepada Masyarakat

Tahap pelaksanaan, secara garis besar, proses pelaksanaan program meliputi:

1. Memberikan sosialisasi terkait penerapan strategi Branding Usaha dari desa wisata tersebut.
2. Melakukan pengenalan digital marketing melalui platform media sosial seperti web atau Instagram dan sosial media yang lain untuk membantu promosi desa wisata tersebut.
3. Melakukan Pengenalan Manajemen Usaha dan Keuangan untuk UMKM terkait SDM yang terbatas dan pencatatan keuangan yang masih sederhana.
4. Membantu mengontrol perkembangan umkm dan melakukan branding untuk produk UMKM lokal.
5. Membantu mengontrol sosial media Desa Wisata & memberikan improvement untuk tampilan sosial media tersebut (Instagram, Website, Facebook, dll) untuk meningkatkan branding desa wisata Towilfiets - Authentic Jawanese Village Cycling Tour.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertaman PKM dengan memberikan sosialisasi manajemen pemasaran, yang sangat penting bagi usaha desa wisata. Dengan melakukan manajemen pemasaran yang baik, wisata Towilfiets dapat menarik lebih banyak pengunjung, meningkatkan pendapatan, membangun citra

merek yang positif, serta meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka. Selanjutnya dengan pelatihan pemasaran Towilfiets dengan efektif, kami melakukan beberapa strategi pemasaran yang dapat membantu meningkatkan awareness tentang wisata Towilfiets yaitu sebagai berikut:

1. Mengembangkan situs web khusus untuk Towilfiets
Kelompok kami mengembangkan situs web yaitu www.towilfiets.com yang merupakan platform digital sebagai sarana untuk menarik para calon wisatawan yang ingin berwisata di Towilfiets. Dimana pada website ini, memberikan informasi kepada calon wisatawan tentang Towilfiets berupa paket wisata tour sepeda onthel, dan informasi penting yang lainnya.
2. Mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial TikTok
TikTok saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan di seluruh penjuru dunia. TikTok merupakan media yang paling efektif untuk memasarkan wisata Towilfiets, karena dengan membuat konten yang menarik dan informatif seperti foto dan video dapat menarik minat calon wisatawan.
3. Membantu dalam pembukuan keuangan
Pembukuan keuangan sangat penting dalam wisata Towilfiets karena dapat memungkinkan pelacakan pendapatan dan pengeluaran secara akurat, memudahkan perencanaan dan pengambilan keputusan, memperlihatkan keberhasilan atau kegagalan usaha wisata desa, menunjukkan potensi risiko dan memungkinkan tindakan pencegahan, meningkatkan transparansi dan profesionalisme dalam bisnis, membuat catatan keuangan yang akurat dan teratur juga dapat membantu dalam pengajuan pinjaman atau pendanaan dari lembaga keuangan. Selain itu, pembukuan keuangan yang baik juga dapat memperlihatkan kredibilitas usaha wisata desa kepada calon investor atau mitra bisnis potensial. Dengan demikian, penting bagi Towilfiets untuk memahami pentingnya pembukuan keuangan dan melaksanakannya secara teratur dan akurat.

Strategi pemasaran yang kami lakukan berupa digitalisasi pemasaran, branding, manajemen, dan pengembangan web Towilfiets diharapkan dapat menjadi destinasi wisata unggulan yang dapat menarik wisatawan

SIMPULAN

Manajemen pemasaran memiliki peran sentral dalam kesuksesan suatu bisnis atau destinasi wisata. PKM ini membantu Towilfiets dalam menerapkan konsep dan strategi manajemen pemasaran yang efektif. Arti pemasaran sebagai proses sosial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta manajemen pemasaran sebagai proses analisis dan perencanaan, menjadi pedoman dalam merumuskan langkah-langkah konkrit. Salah satu langkah strategis pengembangan situs web khusus untuk Towilfiets. Dengan menciptakan platform digital www.towilfiets.com, mereka memberikan akses informasi kepada calon wisatawan mengenai paket wisata tour sepeda onthel, serta detail lainnya yang mendukung daya tarik Towilfiets. Pemanfaatan teknologi ini menjadi indikator keberhasilan dalam mencapai kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata tersebut. Saran lanjutan adalah perlunya tambahan SDM pengelola Towilts, karena selama ini manajemen masih terpusat pada pengelola sekaligus yang punya yaitu Pak Towilts dengan hanya dibantu keluarga beberapa orang.

REFERENSI

- David, Fred R. 2016, *Manajemen Strategis*, Edisi 15. Jakarta: Salemba Empat.
- Henny Andayani, Ni Luh. 2014, *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Pusat Penelitian, P. M. (2022). *Buku Panduan PPM Mandiri*. Yogyakarta: Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Rai Utama, I Gusti Bagus M.A. 2017, *Pemasaran Pariwisata*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit ANDI. Universitas Udayana, Bali.