



## **PENGENALAN *IMMERSIVE MARKETING* DAN PENYESUAIAN *PRICING* DENGAN PELAKU USAHA BUMDES KESARI AMERTHA SARI**

**Sukmasari Triana Gita Putri<sup>1\*</sup>, A.A Ngr Gde Punia Artawan Putra<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa

<sup>1</sup> E-mail address [sukmasari.triana@warmadewa.ac.id](mailto:sukmasari.triana@warmadewa.ac.id)

### **Abstract**

This community service was carried out to introduce the concept of marketing and financing calculations at the Kesari Amertha Sari Village-Owned Enterprise which was carried out with the collaboration of Warmadewa University lecturers and students. The implementation of the service was carried out in Singapadu Tengah Village, Sukawati District, Gianyar Regency, Bali Province. Service activities are carried out using observation and interview methods conducted to BumDes managers and Pokdarwis groups in Singapadu Tengah. The results of observations and interviews became the basis for implementing the service program by action research group methods. It is known that BumDes and Pokdarwis Singapadu Tengah are currently experiencing obstacles to revive through tourist villages. As a result, representatives of Bumdes and Sadar Wisata groups understand the importance of marketing that is done digitally but still provides real time services and opportunities for managing tourist village pricing to be carried out, after socialization related to immersive marketing and pricing strategy guidelines, especially in tax adjustments. The evaluation of the service program shows positive results in supporting the marketing and management of tourist villages in Singapadu Tengah. This service activity has successfully achieved its goal of introducing the knowledge and skills of Bumdes and Pokdarwis in the management of tourist villages

**Keywords:** *Immersive Marketing, Pricing Strategy, Tourist Village*

### **Abstrak**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk mengenalkan konsep pemasaran dan perhitungan pembiayaan di Badan Usaha Milik Desa Kesari Amertha Sari yang dilakukan dengan kolaborasi dosen dan mahasiswa Universitas Warmadewa. Pelaksanaan pengabdian dilakukan di Desa Singapadu Tengah, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan menggunakan metode observasi dan wawancara yang dilakukan kepada pengelola Bumdes dan kelompok Sadar Wisata di Singapadu Tengah. Hasil observasi dan wawancara menjadi landasan untuk melaksanakan program pengabdian secara forum action research. Diketahui bahwa BumDes dan Pokdarwis Singapadu Tengah saat

ini sedang mengalami kendala untuk bangkit kembali melalui desa wisata. Hasilnya perwakilan BumDes dan kelompok Sadar Wisata memahami pentingnya pemasaran yang dilakukan secara digital namun tetap memberikan pelayanan yang real time serta peluang pengelolaan pembiayaan desa wisata yang akan dilakukan, setelah dilakukan sosialisasi terkait pemasaran yang imersif dan panduan pengelolaan pembiayaan terutama dalam penyesuaian pajak. Evaluasi program pengabdian menunjukkan hasil yang positif dalam mendukung pemasaran dan pengelolaan desa wisata di Singapadu Tengah. Kegiatan pengabdian ini telah berhasil mencapai tujuannya untuk mengenalkan pengetahuan dan keterampilan Bumdes serta Pokdarwis dalam pengelolaan desa wisata.

**Kata Kunci:** Pemasaran Imersif, Pengelolaan Pembiayaan, Desa Wisata

## PENDAHULUAN

Desa Singapadu Tengah merupakan salah satu desa yang menjadi daerah penyangga kawasan destinasi wisata Ubud. Meskipun menjadi desa penyangga kawasan destinasi unggulan, Desa Singapadu Tengah memiliki berbagai keunggulan dalam kesenian, atraksi pariwisata, dan religi. Pada tahun 2017, adanya inisiasi pengelolaan desa wisata di Singapadu Tengah berdasarkan Peraturan Bupati Gianyar, No. 429/E-02/2017 Tentang Penetapan Desa Wisata di kabupaten Gianyar. Hal ini, membuat pihak desa harus melibatkan BumDes dan membentuk kelompok Sadar Wisata yang beranggotakan para pengusaha dan praktisi pariwisata di Singapadu Tengah.

Badan Usaha Milik Desa Singapadu Tengah merupakan induk usaha dari beberapa UMKM di Desa Singapadu Tengah. BumDes Kesari Amertha Sari sejak tahun 2018 melakukan pengelolaan

unit usaha pengelolaan sampah, sembako, angsuran kredit, serta desa wisata. Tiap dusun di Desa Singapadu Tengah memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Adapun dusun Belaluan dengan keunikan arsitektur khas Bali, lalu dusun Negari dengan atraksi wisata ATV serta air terjun buatan, dusun Kutri dengan kerajinan pahatan batu, dusun Griya Kutri yang didominasi oleh usaha UMKM, dan dusun Abasan yang memiliki banyak pengrajin perak. Sehingga potensi masing-masing dusun di Desa Singapadu Tengah menjadi daya tarik yang ditawarkan desa wisata Singapadu Tengah. Namun karena adanya Pandemi COVID-19 dan dampak tersebut masih terasa hingga saat ini, banyak perjanjian kerjasama yang telah dilakukan oleh antar BumDes, Pokdarwis, dan pengusaha pribadi yang tidak dapat terlaksana dengan baik.

Walaupun pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Gianyar tahun 2023 ke 2024 menunjukkan tren positif, namun belum menunjukkan tingkat yang setara dengan pra-pandemi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika Kabupaten Gianyar, diketahui bahwa laju pertumbuhan PDRB tahun 2023 sebesar 5,06% masih lebih rendah dibanding pertumbuhan tahun 2019 yaitu 5,62%.

Tabel 1. Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali (persen), 2019–2023

Kabupaten/ Kota	2019	2020	2021	2022	2023
Jembrana	5,56	-4,98	-0,65	2,98	3,66
Tabanan	5,58	-6,17	-1,98	2,93	3,56
Badung	5,81	-16,55	-6,74	9,97	11,29
Gianyar	5,62	-8,39	-1,05	4,04	5,06
Klungkung	5,42	-6,38	-0,23	3,12	4,70
Bangli	5,45	-4,10	-0,33	2,80	3,50
Karangasem	5,50	-4,49	-0,56	2,58	3,10
Buleleng	5,51	-5,80	-1,27	3,11	3,64
Denpasar	5,82	-9,44	-0,92	5,02	5,69
<b>Bali</b>	<b>5,60</b>	<b>-9,34</b>	<b>-2,46</b>	<b>4,84</b>	<b>5,71</b>

Sumber: BPS Kabupaten Gianyar (2024)

Sehingga pengabdian ini dilakukan untuk membantu Pokdarwis dan BumDes memiliki pemahaman tambahan terkait pemasaran yang dapat dilakukan oleh mereka dalam upaya membangkitkan kembali desa wisata. Selain itu juga, pengabdian ini dilakukan agar BumDes dapat mempertimbangkan perhitungan modal, harga jual,

operasional, serta perpajakan dalam upaya-upaya yang dilakukan.

## METODE DAN PELAKSANAAN

Bagian ini berisi metode pengabdian dan pelaksanaan kegiatan.

### Metode

Pengabdian dilakukan menggunakan beberapa metode yaitu:

- (1) Forum *action research*, dimana tim pengabdian akan memberikan beberapa pertanyaan terkait pemasaran dan pengelolaan pembiayaan desa wisata di Singapadu Tengah.
- (2) Observasi dan wawancara, dimana tim melakukan observasi secara mandiri untuk mengidentifikasi potensi desa pada kunjungan pertama.

### Pelaksanaan Kegiatan

Desa Singapadu Tengah merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Gianyar. Pelaksanaan pengabdian yang bekerjasama dengan BumDes Kesari Amertha Sari Singapadu Tengah dilakukan di ruang rapat kantor desa Singapadu Tengah pada hari Jumat, 21 Juni 2024. Sebelum dilakukan pengabdian, telah dilakukan wawancara terbuka untuk perumusan masalah terlebih dahulu yang didampingi oleh Kepala Desa dan Direktur BumDes Kesari Amertha Sari. Selanjutnya

dilakukan pula observasi oleh tim pengabdian, guna untuk memetakan permasalahan dan potensi yang ada di sekitar desa.

Proses pelaksanaan forum dilakukan seperti sedang berdiskusi dan konsultasi terbuka dengan pihak perangkat desa, BumDes, serta Pokdarwis. Adapun pemaparan dilakukan oleh dosen-dosen Universitas Warmadewa yang merupakan bagian dari tim sesuai dengan bidang keahliannya. Pertanyaan yang dilontarkan akan mengarah terhadap jawaban yang dapat memaparkan sekaligus mengenalkan immersive marketing dan pengelolaan biaya yang dapat dilakukan ketika Pokdarwis dan Bumdes menceritakan permasalahan dan harapan yang diinginkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah dilakukan observasi dan wawancara, ditemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh BumDes Kesari Amertha Sari dalam pengelolaan desa wisata yaitu perlu adanya pemasaran yang dapat merambah pasar baru bagi desa wisata serta pembuatan skema pengelolaan dan pembiayaan yang tepat bagi kerjasama antar BumDes dengan Pokdarwis. Kolaborasi antara para pemangku kepentingan dengan platform yang mudah digunakan dapat menjadi

penghubung untuk memastikan peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat, memperkaya pengalaman wisatawan, meningkatkan pengusaha pariwisata, dan meningkatkan daya saing pemerintah dalam hal pengalaman pribadi, pekerjaan, dan bermanfaat bagi lingkungan (Lee et al.). Dalam kondisi ini, BumDes merasa sudah kehilangan daya saing dengan pasar yang sudah ada karena keterpurukan saat pandemi COVID-19. Hal ini menjadi pembatas BumDes dan Pokdarwis untuk mengelola pemasaran memanfaatkan kemajuan teknologi dengan efektif.

Permasalahan utama dalam pemasaran Desa Wisata di Singapadu Tengah merupakan kurang adanya infrastruktur yang memadai untuk menunjang upaya pemasaran. Pelaku Pokdarwis merasa bahwa sudah memiliki pengetahuan yang cukup dalam melakukan pemasaran, namun dalam kenyataannya masih belum dilakukan pemanfaatan perkembangan teknologi dalam upaya pemasarannya. Tim pengabdian menemukan bahwa kendala Desa Wisata di Singapadu Tengah tidak memiliki satu akun media sosial yang mempromosikan semua atraksi wisata yang ada di Singapadu Tengah. Terlebih lagi, tidak adanya titik lokasi yang tepat untuk menunjukkan atraksi pariwisata di

masing-masing dusun. (Fan et al.) menemukan bahwa pemasaran secara imersif dapat mempengaruhi perilaku dan intensi wisatawan. Dengan adanya pelibatan secara afeksi dengan penonton konten pemasaran dapat mempengaruhi minat dan intensi untuk mengunjungi atraksi wisata.

Di Desa Singapadu Tengah, terdapat pemandian suci yang berasal dari sumber mata air beji yang sering dikunjungi oleh Pemimpin Spiritual di desa karena memiliki suasana yang sakral dan hening. Hal ini dapat menjadi salah satu cerita yang dapat dipasarkan secara online dengan menampilkan kegiatan secara langsung (live) agar pengunjung memiliki pengetahuan tentang suasana tersebut serta menumbuhkan rasa penasaran akan keindahan destinasi tersebut. Berdasarkan hasil forum, diketahui bahwa permasalahan pemasaran serta pembiayaan muncul akibat adanya dualisme kelembagaan yang dialami oleh Pokdarwis. Sehingga untuk mengerahkan tenaga dalam melakukan pemasaran, pihak Pokdarwis dan BumDes kesulitan untuk membagi pembiayaan. Menurut (Cai et al.), pembagian kerja yang jelas harus ditetapkan dalam promosi secara live, di mana pembawa acara bertanggung jawab untuk merencanakan dan menjadi pembawa acara, sementara asisten

bertanggung jawab untuk memberikan informasi tambahan. Selain itu, dengan dilakukannya forum juga diketahui bahwa adanya beberapa hal-hal menarik terkait kebudayaan yang dapat digunakan sebagai sebuah identitas dalam menceritakan desa wisata.



Gambar 1. Beji Banjar Belaluan

Saat ini, destinasi wisata yang terkenal di Singapadu Tengah merupakan destinasi wisata petualangan ATV. Namun, untuk usaha ATV merupakan milik perseorangan walaupun orang tersebut bergabung dalam Pokdarwis. Sejauh ini, rute ATV melewati persawahan yang ada di sepanjang Banjar Negari. Perangkat desa berharap, suatu saat nanti jalur persawahan yang dilalui ATV dapat dimanfaatkan sebagai destinasi wisata lainnya yang dapat dikelola oleh BumDes dan Pokdarwis secara kelembagaan.



Gambar 2. Sawah Banjar Negari

Banjar Belaluan merupakan kawasan yang masih mempertahankan kearifan lokal arsitekturnya. Sepanjang kawasan ini, masih nampak ornamen-ornamen ukiran bali dengan gaya kuno menjadi pilihan style bangunan masyarakat sekitar. Harapan kedepannya, Banjar Belaluan dapat menjadi destinasi pariwisata seperti Desa Penglipuran yang memiliki ciri khas arsitektural. Walaupun akan dilakukan dengan kombinasi menggabungkan dengan paket wisata spiritual dan alam sesuai dengan potensi desa wisata di Singapadu Tengah. Dengan adanya harapan ini, tim pengabdian mengusulkan agar melakukan sistem penanaman saham oleh BumDes kepada pelaku usaha yang mau menjalankan harapan tersebut. Dan pihak Pokdarwis akan melakukan pendampingan kepada pelaku usaha tersebut baik dalam pemasaran maupun pembiayaan operasional.



Gambar 3. Arsitektural Banjar Belaluan

Selain dikelilingi oleh keindahan alam, Desa Singapadu Tengah juga terkenal oleh karya seni dari pengrajin Perak dan Patung Batu. Sebagian besar, masyarakat sekitar pernah bekerja dalam bidang kerajinan tangan perak dan ukiran batu. Namun, semakin bergesernya perkembangan trend pariwisata menyebabkan banyak masyarakat menjadikan pekerjaan dalam bidang ini sebagai usaha sampingan. Dengan adanya potensi wisata ini, BumDes mengusulkan bahwa dalam keberjalanan desa wisata yang akan dilakukan perlu juga mengikutsertakan kegiatan atau rute wisata yang mengunjungi pengrajin perak serta ukiran batu. Selain dapat meningkatkan penjualan pelaku usaha, BumDes dapat berperan sebagai penghubung berupa koperasi bagi pengrajin yang ingin menitipkan karya seninya. Saat ini BumDes sudah memiliki koperasi namun masih sebatas pada kegiatan peminjaman dana usaha. Dengan adanya pembaharuan jenis



pelayanan yang dapat dilakukan oleh koperasi yang dikelola BumDes maka kemungkinan peningkatan pendapatan dapat diperoleh dari layanan usaha pemasaran ini.



Gambar 4. Kelas Pembuatan Aksesoris Perak di Suardita Silver

Setelah melakukan forum, tim pengabdian mengusulkan agar Kepala Desa beserta jajarannya mulai melakukan prioritas terhadap pengelolaan desa wisata dari segi kelembagaan, pemasaran, serta pembiayaan operasional. Sehingga BumDes dan Pokdarwis dapat mewujudkan desa wisata yang dapat memberi manfaat kepada masyarakat sekitar secara efektif.



Gambar 5. Forum dengan Perangkat Desa dan Pokdarwis

## PENUTUP

Penutup berisi simpulan dan saran yang masing-masing ditulis sebagai sub judul. Pada bagian ini kadang-kadang juga dimuat ucapan terimakasih.

### Simpulan

Melalui pengabdian dengan menerapkan forum action research, tim pengabdian memberikan manfaat dalam peningkatan pemahaman perangkat desa, BumDes, serta Pokdarwis terhadap peluang dan alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan. Serta perangkat desa, BumDes, dan Pokdarwis memahami skema apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan pengelolaan biaya operasional dalam mewujudkan desa wisata. Seluruh stakeholder yang terlibat memberikan respon positif dan berharap kegiatan ini dapat berlanjut sampai ke tahap pengembangan produk destinasi wisata.

### Saran

Adapun rekomendasi tim pengabdian kepada kegiatan selanjutnya yaitu membentuk tim satuan tugas yang beranggotakan perwakilan perangkat desa, BumDes, dan Pokdarwis untuk mengelola percepatan recovery desa wisata. Selain membentuk tim satgas, perlunya penambahan infrastruktur pendukung terkait kegiatan pemasaran dan pengelolaan operasional desa wisata.

**Ucapan Terima Kasih**

Pengabdian ini didukung dan didanai oleh Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Universitas Warmadewa. Terima kasih kami ucapkan kepada Bu Direktur DPPM (Dr. Partiw Dwi Astuti, S.E.,M.Si.,Ak.,CA) telah memberikan dukungan dana pengabdian melalui skema pemberdayaan berbasis masyarakat. Selain, pengabdian ini telah dilakukan oleh seizin dan persetujuan Kepala Desa Singapadu Tengah (Drs I Made Demontara). Kami menyadari bahwa artikel ini masih ada beberapa kekurangan. Semoga pengabdian ini dapat menjadi awalan dan landasan untuk melakukan pengembangan di Desa Singapadu Tengah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Cai, Y., Zhang, S. and Zhao, Y. (2022) 'The Study of Marketing Strategy of Live Streaming Studios', Proceedings of the 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021), 203(Icemci), pp. 1020–1026. doi: 10.2991/assehr.k.211209.166.
- Fan, X., Jiang, X. and Deng, N. (2022) 'Immersive technology: A meta-analysis of augmented/virtual reality applications and their impact on tourism experience', *Tourism Management*, 91. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104534>.

- Lee, P., Hunter, W. C. and Chung, N. (2020) 'Smart tourism city: Developments and transformations', *Sustainability (Switzerland)*, 12(10), pp. 1–15. doi: 10.3390/SU12103958.