

PELATIHAN *STORYNOMICS TOURISM* DI DESA WISATA LAKSANA SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA

Dien Rahmawati^{1*}, Achmad Rizal¹, Wahmisari Priharti¹, Fajra Octrina², dan Burhanuddin Aziz³

¹ Teknik Elektro, Fakultas Teknik Elektro, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

³ Digikara, Universitas Indonesia, Gedung ILRC Lantai 2, Depok, 16424, Indonesia

*E-mail: dienrahmawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Desa Wisata Laksana merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Bandung. Setelah sepuluh tahun ditetapkan menjadi desa wisata, pengembangan destinasi wisata di Desa Wisata Laksana masih kurang baik. Berdasarkan identifikasi awal tersebut, maka dilaksanakan pengabdian masyarakat skema *Community Service Engagement* oleh tim dari Universitas Telkom. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan *storynomics tourism* sebagai upaya pengembangan destinasi wisata. Pada pelatihan ini diterapkan metode *forum group discussion* bersama dengan warga masyarakat Desa Wisata Laksana yang memiliki fokus masing-masing terkait destinasi wisata di Desa Wisata Laksana. Dari kegiatan pelaksanaan pelatihan *storynomics tourism* didapatkan hasil masyarakat semakin memahami metode pengembangan destinasi wisata terutama dengan menggunakan metode *storynomics tourism*. Selain itu, didapatkan juga informasi terkait kondisi eksisting, daftar potensi wisata, dan juga kondisi ideal untuk pembuatan paket wisata berbasis *storynomics tourism*. Implikasi dari kegiatan ini, warga masyarakat meminta adanya kegiatan lanjutan terkait pembuatan konten, *pricing*, dan marketing sehingga harapannya pengembangan destinasi wisata berbasis *storynomics tourism* bisa benar-benar diimplementasi di Desa Wisata Laksana.

Kata Kunci: pelatihan, *storynomics tourism*, Desa Wisata Laksana, destinasi wisata

baik. Hal tersebut dapat dilihat dari kurangnya integrasi produk pariwisata, dan kurang maksimalnya pengembangan potensi wisata yang ada.

1. Pendahuluan

Desa Wisata Laksana merupakan salah satu Desa wisata yang berada di Kabupaten Bandung. Penetapan desa Laksana sebagai desa wisata disahkan pada Surat Keputusan Bupati Bandung No. 556.42/Kop.71Dispapar/2011. Desa Wisata Laksana memiliki banyak potensi pariwisata, namun sayangnya destinasi wisata di sana masih belum berkembang.

Pada bulan Maret 2021, tim pengabdian masyarakat skema *Community Service Engagement* dari Universitas Telkom sudah melaksanakan pelatihan tata kelola desa wisata (Rahmawati et al., 2021). Dari kegiatan tersebut diketahui bahwa saat ini pengembangan destinasi wisata di Desa Wisata Laksana masih belum berjalan dengan

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, maka dilakukan pengabdian masyarakat lanjutan yang berfokus kepada pengembangan destinasi wisata. Salah satu langkah pengembangan destinasi wisata yang berkembang saat ini adalah dengan *Storynomics Tourism* (Putu et al., 2021). *Storynomics* memiliki arti sebuah praktek bisnis yang berpusat pada cerita yang dapat mendorong hasil fiskal (McKee & Gerace, 2018). *Storynomics tourism* merupakan salah satu cara pendekatan pariwisata untuk mengenalkan destinasi wisata dengan menggunakan narasi, konten kreatif, dan kekuatan budaya (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021a). Dengan pembuatan narasi yang bagus, proses pemasaran menjadi berbeda.

Sebuah narasi yang memiliki nilai ekonomi dapat menarik orang untuk membuat

keputusan apakah akan membeli atau tidak. Dari segi destinasi pariwisata, narasi yang memiliki nilai ekonomi ini adalah cerita rakyat, yang dapat menarik wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung (Kartika & Riana, 2020).

Tujuan dari kegiatan pelaksanaan pelatihan *storynomics tourism* di Desa Wisata Laksana adalah untuk memberikan pengetahuan mengenai *storynomics tourism* kepada masyarakat Desa Wisata Laksana sebagai upaya untuk pengembangan destinasi wisata di Desa Wisata Laksana. Tujuan ini sejalan dengan rencana pemerintah yaitu menggunakan *storynomics tourism* sebagai cara untuk promosi serta pengembangan destinasi wisata (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021b).

2. Metodologi

Kegiatan pelatihan *storynomics tourism* di Desa Wisata Laksana dilaksanakan di Komplek UMKM Desa Wisata Laksana. Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 15 Desember 2021, pukul 10.00-13.00 WIB. Kegiatan dirancang dengan metode *forum group discussion* sehingga peserta yang diminta hadir tidak terlalu banyak namun merupakan perwakilan-perwakilan dari beberapa kelompok lini destinasi wisata di Desa Wisata Laksana (Gambar 33). Kegiatan ini diikuti oleh empat orang yang memiliki fokus yang berbeda-beda, seperti mitologi dan misteri di Desa Wisata Laksana, *adventure tourism* (naik gunung dan susur hutan), kuliner dan budaya, serta marketing. Narasumber pelatihan dan yang memandu proses diskusi merupakan peneliti yang fokus kepada pariwisata dan folklore.



Gambar 33. Peserta pelatihan *storynomics tourism*

Pelaksanaan pelatihan *storynomics tourism* dibagi dalam empat tahapan utama yang digambarkan pada Gambar 34. Tahapan pertama adalah pelatihan *storynomics tourism*. Pada tahap ini peserta diberikan penjelasan mengenai apa yang dimaksud dengan *storynomics tourism* dan bagaimana membuat narasi yang baik terkait dengan destinasi wisata di Desa Wisata Laksana. Selanjutnya, tahapan kedua adalah wawancara terkait kondisi eksisting yang ada di Desa Wisata Laksana. Tahapan ketiga adalah membuat daftar terkait potensi wisata yang ada di Desa Wisata Laksana. Dan yang terakhir, tahapan keempat adalah mendiskusikan kondisi ideal untuk membuat paket wisata yang tepat berbasis *storynomics tourism*. Setelah semua tahapan dilaksanakan, tim pengabdian masyarakat juga menggali informasi terkait kelanjutan program.



Gambar 34. Tahapan-tahapan pelatihan *Storynomics Tourism*

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan *storynomics tourism* dilaksanakan berdasarkan pada tahapan yang sudah dijelaskan pada Bab Metodologi. Tahapan pemberian materi terkait *storynomics tourism* ditampilkan pada Gambar 35. Pelaksanaan pelatihan berjalan dengan lancar. Masyarakat sangat tertarik dengan konsep *storynomics tourism* yang ditawarkan. Sehingga, mereka pun berminat untuk bisa mengimplementasikan metode tersebut di Desa Wisata Laksana. Selanjutnya, dari tahapan-tahapan pelaksanaan berikutnya, terdapat beberapa hasil yang didapatkan, antara lain kondisi eksisting yang ada di Desa Wisata Laksana, daftar potensi wisata, dan kondisi ideal untuk pembuatan paket wisata berbasis *storynomics tourism*.

Kondisi eksisting di Desa Wisata Laksana yaitu paket wisata yang ada belum terintegrasi dan pengetahuan masyarakat dan pengurus

desa wisata terkait pengembangan destinasi wisata seperti menggunakan metode

storynomics tourism masih sangat minim. Selanjutnya, terkait daftar potensi wisata di Desa Wisata Laksana ada banyak yang masih bisa dikembangkan seperti kuliner (keripik jamur, keripik peuyeum, keripik terong, dan barondong), kopi Kamojang, curug, kawah, tempat penangkaran elang, serta *track* sepeda. Terakhir, mengenai kondisi ideal untuk pembuatan paket wisata berbasis *storynomics tourism* bisa didapatkan apabila produk wisata yang ada di Desa Wisata Laksana sudah *sustain*, dapat menghasilkan program kreatif turunan lain, dan bisa membuat narasi secara mandiri untuk keperluan marketing destinasi wisata di Desa Wisata Laksana.

Tujuan dari pelaksanaan pelatihan *storynomics tourism* tercapai dengan hasil memuaskan. Hasilnya bahkan lebih dari yang diekspektasikan dari tujuan awal. Masyarakat sangat antusias terhadap konsep *storynomics tourism* dan ingin mendapatkan pendampingan lanjutan untuk tindak lanjut pelatihan. Beberapa saran dari masyarakat untuk tindak lanjut pelatihan antara lain pendampingan pembuatan konten, *pricing*, dan juga *marketing*. Berdasarkan masukan tersebut maka pendampingan ketiga hal tersebut yang akan menjadi prioritas kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya.



Gambar 35. Narasumber memberikan materi terkait *storynomics tourism*

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat skema *Community Service Engagement* dari Universitas Telkom yang telah dilaksanakan adalah pemberian pelatihan *storynomics tourism* terlaksana dengan baik. Masyarakat Desa Wisata Laksana sangat antusias terhadap materi yang diberikan. Bahkan lebih dari itu, dari hasil diskusi didapatkan gambaran terkait

kondisi eksisting terkait Desa Wisata Laksana, potensi-potensi wisata di Desa Wisata Laksana yang dapat diangkat ceritanya, serta kondisi ideal yang diperlukan untuk membuat paket wisata berbasis *storynomics tourism*. Rencana keberlanjutan dari program pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan pembuatan konten, *pricing*, dan *marketing* sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh Desa

Wisata Laksana saat ini.

5. Referensi

- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(1), 33–40. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i1.8>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021a, May 20). *Storynomics Tourism dari 5 Destinasi Super Prioritas*. <https://kemenparekraf.go.id/ragampariwisata/Storynomics-Tourism-dari-5Destinasi-Super-Prioritas>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021b, May 24). *Mengembangkan Potensi Wisata dengan Storynomics Tourism di Indonesia*. https://kemenparekraf.go.id/ragampariwisata/Mengembangkan-Potensi-Wisatadengan-Storynomics-Tourism-diIndonesia?utm_source=Facebook%2C%20Instagram&utm_medium=Ads&utm_campaign=TrafficGSF&fbclid=IwAR2CIXJkD_k7d2HC_xErwwv_i7MtC50oQjrUYQv9v7YzF4DcRJuF8mLzA
- McKee, R., & Gerace, T. (2018). Storynomics, Story-Driven Marketing in The PostAdvertising World. In *Twelve, New York Boston* (Issue 9).
- Putu, N., Sukmadewi, R., Mpu, S. N., & Singaraja, K. (2021). STORYNOMICS TOURISM: KUALITAS WISATA DESA TENGANAN PEGRINGSINGAN. *Cultoure*, 2(2), 194–203.

Rahmawati, D., Wahmisari, P., & Rizal, A.
(2021). Pendampingan Tata Kelola
Desa Wisata Laksana Menuju Desa
Wisata Mandiri. In N. Rina (Ed.),
*Prosiding Seminar Nasional Hasil
Pengabdian masyarakat "Literasi
untuk
Semua : Mencapai Kehidupan Lebih
Baik"* (pp. 29–30). Telkom University
Press.