

## **PELATIHAN TEKNIK PEMANDUAN DAN PEMASARAN EKOWISATA BUMI PERKEMAHAN PASIRBATANG, KABUPATEN KUNINGAN**

**Iing Nasihin, Dede Kosasih, dan Ai Nurlaila**

Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Kuningan, Indonesia

E-mail: iing.nasihin@uniku.ac.id

### **Abstract**

*Activities to increase the capacity of managers in managing visitors can be done by guiding visitors. So that visitors get optimal service in enjoying ecotourism objects. Meanwhile, to increase interest in the visit can be done by promoting or marketing ecotourism. The method used is through counseling, training, and assistance, namely regular meetings between the mentor and the target group. The approach model taken includes: (1) Participatory Rural Appraisal (PRA), (2) Entrepreneurship Capacity Building (ECB), and (3) Technology transfer (TT). The result of this PkM activity was the increase in the capacity of Kompepar members in guiding and marketing Sandbatang ecotourism, which included language style, interpretation flow, body language, and engagement with visitors. Meanwhile in the promotion of ecotourism it is done offline using conventional media such as brochures, and offline with social media Facebook.*

**Keywords:** Training; scouting; marketing; ecotourism

### **Abstrak**

Kegiatan peningkatan kapasitas pengelola dalam melakukan pengelolaan pengunjung dapat dilakukan dengan pemanduan terhadap pengunjung. Sehingga pengunjung mendapatkan pelayanan yang optimal dalam menikmati objek ekowisata. Sementara itu, untuk meningkatkan minat kunjungan dapat dilakukan dengan melakukan promosi atau pemasaran ekowisata. Metode yang digunakan yaitu melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yaitu pertemuan secara berkala antara pendamping dengan kelompok sasaran. Model pendekatan yang dilakukan meliputi: (1) *Participatory Rural Appraisal* (PRA), (2) *Entrepreneurship Capacity Building* (ECB), dan (3) Teknologi transfer (TT). Hasil kegiatan PkM ini adalah meningkatnya kapasitas anggota Kompepar dalam melakukan pemanduan dan pemasaran ekowisata Pasirbatang, yang meliputi gaya Bahasa, alur interpretasi, Bahasa tubuh, dan pelibatan pengunjung. Sementara itu dalam promosi ekowisata dilakukan secara offline dengan menggunakan media konvensional seperti brosur, dan offline dengan media social facebook.

**Kata Kunci :** Pelatihan; pemanduan; pemasaran; ekowisata

## **PENDAHULUAN**

Bumi Perkemahan (Buper) Pasir Batang yang terletak di Desa Karangsari, Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan dan merupakan wilayah Taman Nasional Gunung Ciremai merupakan tempat wisata alam yang baru diresmikan pada Bulan Nopember 2017. Buper Pasir Batang memiliki keindahan alam yang bervariasi dengan suasana pegunungan yang khas. Buper Pasir Batang dikelola oleh Kompepar Karangsari dengan jumlah anggota sebanyak 26 (dua puluh enam) orang.

Buper Pasir Batang merupakan objek wisata alam baru dengan berbagai macam daya tarik yang unik. Keragaman potensi objek dan daya tarik wisata alam di Buper Pasir batang antara lain *camping ground*, flora, fauna, bentang alam, dan kondisi sosial budaya masyarakat. Keragaman potensi wisata tersebut berpotensi menarik minat pengunjung untuk melakukan aktivitas wisata alam di Buper Pasir Batang.

Buper Pasir Batang termasuk dalam pengelolaan kawasan konservasi Taman Nasional Gunung Ciremai. Aktivitas wisata di Buper Pasir Batang sudah seharusnya menjadi

bagian strategi konservasi untuk meningkatkan keberlanjutan ekologi, ekonomi, dan sosial budaya. Sehingga wisata yang dapat dikembangkan adalah berbentuk ekowisata. Salah satu upaya untuk mencapai tujuan ekowisata dan peningkatan kunjungan wisata adalah kegiatan pemanduan dan promosi ekowisata.

Kompepar Karang Sari merupakan pengelola teknis Buper Pasir Batang. Salah satu permasalahan yang dihadapi pengelola buper tersebut adalah kurangnya kapasitas anggota kelompok dalam pengelolaan Buper Pasir Batang. Peningkatan kapasitas kompepar dalam usaha pengelolaan untuk mewujudkan manfaat ekologi, ekonomi, dan sosial budaya adalah dengan kegiatan pemanduan dan pemasaran. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi mitra dalam pengelolaan Buper Pasir Batang, yaitu :

1. Minimnya kapasitas pengelola dalam pengelolaan pengunjung
2. Pengunjung yang datang ke lokasi Buper Pasir batang masih terbatas jumlahnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Memperhatikan luaran/hasil kegiatan, maka metode yang akan digunakan untuk mengatasi permasalahan dilakukan dengan metode melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan yaitu pertemuan secara berkala antara pendamping dengan kelompok sasaran. Model pendekatan yang dilakukan meliputi: (1) *Participatory Rural Appraisal* (PRA), (2) *Entrepreneurship Capacity Building* (ECB), dan (3) Teknologi transfer (TT). Adapun langkah – langkah operasional yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini diantaranya :

- 1) Pelatihan manajerial bagi pengelola ekowisata;
- 2) Pelatihan mengemas paket ekowisata bagi kelompok ekowisata;
- 3) Melatih kelompok sasaran tentang cara memasarkan yang efektif dan efisien tentang paket ekowisata.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Pelatihan Teknik Pemanduan Ekowisata**

Pelatihan ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan *local guide* di Desa Karang Sari sehingga mempunyai pengetahuan dan kemampuan teknik pemanduan pengunjung. Kegiatan pelatihan ini berupa pengajaran dengan memberi bimbingan, penjelasan, dan petunjuk bagaimana tata cara komunikasi, sikap, pengetahuan dan keterampilan dalam berhubungan yang baik dengan pengunjung. Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini lebih menekankan pada teknik dasar interpretasi. Karena dalam proses pengelolaan pengunjung, pemandu wisata dituntut memerlukan sikap-sikap yang baik dalam penyampaian atau menjelaskan (intepretasi) suatu materi/informasi kepada pengunjung. Ada 6 Teknik dasar intepretasi yang diperlukan oleh pemandu wisata meliputi gaya bahasa, alur interpretasi, Bahasa tubuh, keterlibatan, alat bantu dan humor.



Gambar. Pelatihan Teknik Pemanduan dan Strategi Pemasaran Ekowisata

#### a. Gaya Bahasa

Spesifik : Jangan sampai kata-kata kita memiliki beberapa arti sehingga pengunjung bingung akan maknanya. Kata-kata yang spesifik akan memberi gambaran yang tajam

Aktif : Hindari sebanyak mungkin kata-kata pasif. Kata-kata aktif akan “menarik” fantasi peserta ke arah topik kita

Kongkrit : kata-kata kita harus menunjukkan suatu benda atau kejadian yang nyata. Kata-kata yang kongkrit membuat peserta lebih yakin akan apa yang kita bawa

Akrab : Anda bukan sedang berpidato, gunakan bahasa informal seperti berbicara dengan teman-teman anda, Situasi yang akrab membuat suasana yang nyaman dan menghibur.

#### b. Alur Interpretasi

Interpretasi yang baik adalah perpaduan antara spontanitas dan keteraturan . Anda harus tampak spontan agar pengunjung merasakan suasana yang rileks. Alur interpretasi yang paling mudah digunakan dan manjur adalah pendahuluan, isi dan penutup.

#### c. Bahasa Tubuh

Ekspresi Wajah : Para ahli menyatakan 50% pemahaman muncul dari komunikasi melalui ekspresi wajah bukan kata-kata.

Postur dan Gerakan Tubuh : Postur yang rileks tapi tegap menunjukkan kepercayaan diri. Setiap gerakan kita harus menimbulkan makna bagi pengunjung. Bila kita gugup secara tidak sengaja muncul gerakan-gerakan yang akan merusak konsentrasi misal mengoyang-goyang tubuh, bersandar di meja, menyembunyikan tangan, memegang baju dll.

#### **d. Pelibatan Pengunjung**

Pengunjung datang atas kemauan sendiri. Jelas mereka tidak ingin dikuliahi seperti di sekolah. Mereka ingin mendapatkan pengalaman bukan pengetahuan. Untuk itu melibatkan pengunjung dalam kegiatan adalah hal yang sangat mendasar.

#### **e. Alat Bantu**

Kita dapat menggunakan berbagai alat bantu sebagai sarana komunikasi nonverbal. Alat bantu ini dapat meningkatkan keingintahuan kalau digunakan dengan tepat. Dan dapat menimbulkan kesan profesional.

#### **f. Humor**

Humor adalah pemanis dalam interpretasi dapat meningkatkan komunikasi dan daya tarik. Humor harus berhubungan dengan tema pembicaraan. Bukan hanya sekedar untuk membuat pengunjung tertawa. Jangan menggunakan humor yang menyinggung, humor harus dimunculkan secara halus, ia harus dirasakan menjadi bagian integral dari uraian

## **2. Strategi Pemasaran Ekowisata**

Upaya meningkatkan pemasaran akan keberadaan ekowisata Pasirbatang juga tidak terlepas dari media promosi yang telah dilakukan oleh pengelola. Adapun media-media yang diperkenalkan untuk meningkatkan promosi ekowisata Pasirbatang dalam pengabdian masyarakat yaitu seperti melalui brosur dan media *online*.

- a. Melalui brosur, Promosi dengan menggunakan brosur dimana di dalam brosur terdapat letak dan sekilas tentang ekowisata Pasirbatang dan ODTW wisata yang ditawarkan serta berbagai informasi penting terkait potensi yang dimiliki oleh ekowisata Pasirbatang. Dalam kegiatan ceramah ini adapun materi yang diberikan lebih menekankan pada bagaimana di dalam mempromosikan suatu potensi melalui brosur mampu menjelaskan informasi serta menarik setiap orang yang akan membaca informasi yang berada di brosur.
- b. Melalui Media *Online*, Menawarkan produk ekowisata secara online sendiri diharapkan akan memudahkan calon wisatawan untuk mencari informasi terkait dengan keberadaan potensi ekowisata di Pasirbatang yang dianggap menarik oleh wisatawan itu sendiri. Dengan beragamnya destinasi serta atraksi yang ada, jelas pemasaran produk wisata online lebih efektif jika dibandingkan melalui flyer ataupun booklet, tetapi dalam kegiatan ini lebih ditekankan dalam pemasaran produk ekowisata secara online bahwa informasi yang disediakan adalah informasi terkini dan dapat dipercaya

## **SIMPULAN**

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka penulis menarik simpulan yaitu :

1. Teknik pemanduan ekowisata Pasirbatang dapat dilakukan dengan 6 Teknik dasar interpretasi yang diperlukan oleh pemandu wisata meliputi gaya bahasa, alur interpretasi, Bahasa tubuh, keterlibatan, alat bantu dan humor.
2. Promosi ekowisata dilakukan secara offline dengan menggunakan media konvensional seperti brosur, dan offline dengan media social facebook.

## **SARAN**

Sinergitas dari stakeholders baik pemerintah ataupun pihak lainnya perlu dilakukan, untuk meningkatkan pengunjung di Buper Pasirbatang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselenggaranya kegiatan pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini dibiayai Universitas Kuningan berdasarkan Surat Persetujuan Rektor No. 093.3/LPPM-PM/UNIKU/KNG/2019 Tanggal 19 Juni 2019.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Brochu L. 2014. *Interpretive Planing: The 5-M Model for Successful Planing Projects*. Fort Collins (US): NAI, National Association for Interpretation.
- Iing Nasihin, Dede Kosasih dan Ai Nurlaila. 2019. Peningkatan Kapasitas Media Sosial Interpretasi Bumi Perkemahan Pasir Batang Desa Karang Sari Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, Indonesia. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, e-ISSN 2598-2052 Vol. 02 Nomor 01. 2019.1-10
- Kaplan AM, Haenlein M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1): 59–68.
- Lindsay BR. 2011. *Social Media and Disasters: Current Uses, Future Options, and Policy Considerations*. Amerika (US): CRS Report for Congress.
- Muntasib EKSH. 2003. *Interpretasi Wisata Alam*. Bogor (ID): Laboratorium Rekreasi Alam, Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan, Fakultas Kehutanan, Institut Pertanian Bogor.
- Sharpe GW. 1982. *Interpreting the environment (2nd edition)*. Amerika (US): John Willey & Sons, Inc.