

---

**PKM-SOSIALISASI PENYUSUNAN RENCANA BISNIS ASPEK  
PEMASARAN USAHA DESA PRUPUH**

Ahmad Qoni Dewantoro<sup>1</sup>, Asep Saepuloh<sup>2</sup>, Sukaris<sup>3</sup>, Heru Baskoro<sup>4</sup>, Hadi Ismanto<sup>5</sup>,  
Hendra Suwardana<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik

<sup>5</sup>Dosen Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik

<sup>6</sup>Dosen Prodi Teknik Industri, Universitas PGRI Ranggolawe Tuban

Email: [sukaris21@umg.ac.id](mailto:sukaris21@umg.ac.id)

### ABSTRAK

Pada saat ini peran penting Desa dalam mengoptimalisasikan potensi terbaik yang dimiliki khususnya potensi wisata, bagaimanapun wisata masih menjadi kebutuhan yang perlu segera dipenuhi dan saat ini telah menggeser kebutuhan akan produk. Persoalan yang terjadi saat ini adalah bagaimana desa mampu mengkomunikasikan potensi desa kepada masyarakat dan dapat mewujudkannya menjadi aset terbaik yang memberikan nilai tambah ekonomi bagi desa dan masyarakat. Solusi yang ditawarkan adalah melakukan sosialisasi terkait dengan rencana usaha khususnya aspek pemasaran. Metode yang digunakan adalah dengan observasi dan sosialisasi terhadap perangkat desa. Hasil Pengabdian masyarakat ini adalah telah dilakukan observasi lapangan untuk melakukan analisis lingkungan potensi desa khususnya terkait dengan potensi wisata desa, dan telah tersosialisasikannya hal-hal terkait dengan bauran pemasaran khususnya untuk produk jasa dalam hal ini adalah produk, harga, tempat, promosi, bukti fisik, orang-orang yang terlibat dan juga proses, serta disampaikan prinsip 4A dalam mengembangkan sebuah wisata yaitu *attraction, accessibility, amenity dan ancilliary*. beberapa kegiatan-kegiatan yang mungkin dilakukan pada masa mendatang yang dapat menunjang pengembangan diantaranya adalah pelatihan-pelatihan kewirausahaan seperti manajemen usaha, desain efektuasi dan desain thinking.

**Kata Kunci:** Wisata Desa, Bauran pemasaran, Potensi Desa

### 1. PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai salah satu entitas usaha yang kepemilikannya ikut desa diharapkan memberikan daya dorong bagi ekonomi desa dan juga mampu mengeluarkan potensi desa untuk memberikan nilai tambah baik pendapatan asli daerah dan juga beberapa dampak yang lain. Sebagaimana Permendes no 4 tahun 2015 mengenai Badan Usaha Milik Desa, Permen tersebut mengisyaratkan bahwa tujuan dari didirikannya Bumdes diantaranya adalah bagaimana Bumdes mampu meningkatkan perekonomian desa, memaksimalkan aset desa yang dimiliki sehingga memberikan manfaat untuk kesejahteraan, melalui pengelolaan potensi desa juga akan meningkatkan usaha-usaha

masyarakat, berkolaborasi usaha dengan desa maupun mitra lain, membuat peluang baru dan networking pasar, membuka lapangan pekerjaan, melakukan perbaikan layanan-layanan umum masyarakat, pertumbuhan dan pemerataan perekonomian desa untuk kesejahteraan masyarakat desa, dan yang terakhir bagaimana keberadaan Bumdes dapat meningkatkan peningkatan ekonomi masyarakat melalui pendapatan mereka dan juga dapat meningkatkan Pendapatan-Asli-Desa (PAD). Harapan yang sangat besar terhadap berfungsinya BUMDes sebagai lokomotif ekonomi di Desa menuntut pembentukan atau pendirian BUMDes yang terencana dengan matang. Termasuk secara internal mampu meningkatkan kompetensi pengurus dan unit usaha yang lain diantaranya pokdarwis dan karangtaruna.

Berbagai hambatan tentu dimiliki oleh Bumdes dalam pengelolaannya dengan karakteristik yang berbeda, di antara hambatan yang sering ditemui adalah Sumber daya manusia dan juga tata kelola organisasi, kemampuan manajerial pengurus dan beberapa hambatan lain, hal-hal tersebutlah yang menyebabkan kurangnya pemahaman dalam pengelolaan usaha bagi pengurus dalam mengelola Bumdes, dan organisasinya serta biasanya terbatasnya personel organisasi dalam memahami orientasi dan visi usaha atas pengelolaan Bumdes yang baik sehingga menjadikan Bumdes terkadang sekedar dikelola dengan biasa-biasanya tanpa ada kegiatan dan usaha-usaha yang maksimal. Oleh karena itu, setiap personel dalam BUMDes dirasa perlu untuk meningkatkan level pengetahuan analisa masalah dan juga kemampuan dalam memahami rencanabisnis/usaha sebagai tahap permulaan dalam mengelola usaha Bumdes.

Rencana usaha/bisnis merupakan sebuah cara atau tindakan yang benar dalam mengaplikasikan ide-ide atau gagasan-gagasan usaha dan serta dapat menyampaikan (mengkomunikasikan), rencana usaha/bisnis ini sebagai salah satu upaya untuk mengetahui apakah sebuah usaha memiliki kepastian untuk diwujudkan. Bagi pembuat rencana usaha/bisnis tentu akan menjadi sebuah perenungan yang utuh akan peluang yang dapat diambil dari setiap potensi yang ada sehingga potensi terjadi kekeliruan, dan kesalahan dapat di minimalisir atau juga dapat dikurangi, serta dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pengembangan bisnis baru, Analisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, Menetapkan tujuan spesifik dan kerangka rencana aksi untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena penting untuk dilakukan analisa terhadap rencana bisnis yang akan dijalankan saat ini. Bagaimana dengan kondisi saat ini, kondisinya adalah pengurus belum sepenuhnya memahami konsep manajemen dalam menjalankan usaha BUMDes, belum memahami pentingnya melakukan analisa rencana bisnis suatu usaha yang akan dijalankan. Dengan kata lain, bahwa pengurus perlu melakukan rencana bisnis yang baik secara matang atas usaha-usaha yang akan dijalankan. Berdasarkan kondisi tersebut, maka dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat (P-K-M) ini akan dilakukan sosialisasi pembuatan atau penyusunan rencana bisnis pengurus BUMDes, Pokdarwis Desa Prupuh Kecamatan Duduk Sampeyan Gresik.

Permasalahan mitra pengabdian yang menjadi prioritas adalah pengurus Bumdes, dan pengurus kelompok Sadar Wisata adalah masih belum maksimalnya pemahaman bagaimana mengeksekusi usaha desa yang dikarenakan belum dioptimalkannya rencana bisnis yang

lengkap terutama aspek pemasarannya sehingga potensi yang dimiliki desa belum termaksimalkan dengan baik dan belum dapat dijual, secara khusus permasalahan yang dihadapi oleh Bumdes adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana memaksimalkan aset terbaik desa (potensi lokal) yang bisa dijadikan nilai tambah kesejahteraan; 2) Kegiatan-kegiatan sosialisasi – sosialisasi apa yang dapat dikerjakan dalam meningkatkan pemahaman, pengetahuan dalam kerangka mengoptimalkan setiap potensi desa; 3) Bagaimana menyusun rencana bisnis khususnya aspek pemasaran

Pemecahan masalah bagi setiap persoalan yang dapat dilakukan adalah dengan bersama dengan perangkat desa melakukan aktivitas/kegiatan yang dapat mengoptimalkan aset dan potensi desa serta dengan perangkat desa dilakukan elaborasi diskusi dan sosialisasi terbatas terkait analisis lingkungan termasuk didalamnya mapping potensi lokal desa, serta melakukan sosialisasi-sosialisasi untuk memaksimalkan pemahaman dalam kerangka rangka mengoptimalkan setiap potensi desa. Identifikasi pelatihan-pelatihan yang berkesinambungan yang dapat membuat pelatihan yang akan dilakukan dapat tersusun dan memiliki roadmap sebagai penggerak optimalisasi pengelolaan potensi terbaik desa

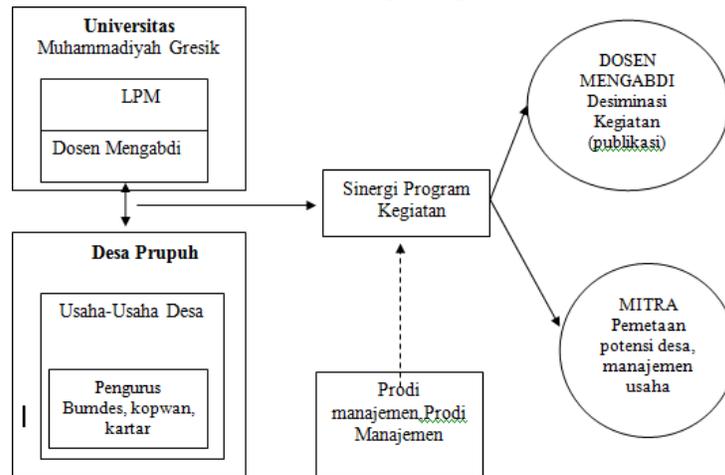
Pada permasalahan ini PKM akan melakukan observasi, diskusi, sosialisasi rencana bisnis khususnya aspek pemasaran bagi pengurus Bumdes, pokdarwis agar dapat menerapkan kegiatan usaha yang mengedepankan analisa yang matang sehingga tidak terjadi keterlanjuran bisnis usaha yang akan dilakukan. Indikasi keberhasilan untuk setiap pemecahan masalah yakni adanya kesepahaman atas optimalisasi potensi terbaik desa sebagai bagian yang harus dikembangkan sehingga dimasa mendatang dapat menghasilkan output sebagaimana Permedes yang telah diuraikan sebelumnya, dan sosialisasi yang telah dilakukan dapat memberikan nilai tambah pengetahuan dalam rangka mengoptimalkan setiap potensi desa adalah tersusunnya rencana- rencana pelatihan-pelatihan maupun kegiatan-kegiatan lain yang berkelanjutan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Tahapan yang digunakan pengusul untuk menyelesaikan permasalahan dengan mitra sebagai berikut: 1) Melakukan observasi dan diskusi terbatas bersama perangkat desa yang berkaitan dengan sosialisasi yang akan dilakukan; 2) rencana bisnis ini terdiri dari sub tema sebagai berikut; a) Pentingnya rencana bisnis; b) Rencana bisnis aspek pemasaran; c) Implementasi rencana bisnis. 3) Evaluasi kegiatan yang terdiri dari:

a) Peserta pada PKM ini akan memberikan feedback terkait dengan rencana usaha/bisnis yaitu rencana bisnis secara umum, dan aspek pemasaran sehingga peserta sudah memiliki pemahaman yang dapat diimplementasikan dengan membuat rencana pemasaran. P-K-M Sosialisasi ini merupakan sosialisasi kepada masyarakat khususnya pada perangkat desa serta personel pada lembaga Bumdes, PokDarwis.

Untuk selanjutnya alur P-K-M ini tersusun seperti gambar berikut:



Gambar 1. Alur kegiatan PKM

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan perencanaan yang dibuat maka kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan adalah:

#### 1) Kegiatan

- a. Tim pengabdian melakukan observasi lapangan untuk identifikasi potensi-potensi desa terutama yang menyangkut rencana usaha yang akan menjadi bahasan dalam kegiatan, observasi ini menghasilkan bahwa terdapat potensi desa yang dapat dikembangkan yaitu lingkungan Sumber-Air-Mata-Duyung. Kegiatan ini sebagaimana tersaji pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. observasi potensi desa

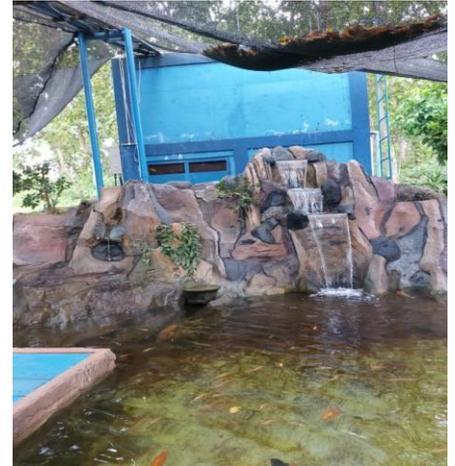
- b. Melakukan wawancara dengan pihak desa, kegiatan ini dilakukan dengan melakukan diskusi yang sifatnya adalah informal. Diskusi yang dilakukan seputar potensi desa dan bagaimana mengembangkannya. Seperti pendapat Bapak Kades bahwa desa prupuh memiliki beberapa potensi desa khususnya jika dikaitkan dengan desa wisata seperti Sumber-Air-Mata-Duyung, Area makam religi makam Sayyid Abdur dilingkungan pesona alam yang masih alami, potensi lain seperti area perbukitan- perbukitan. Pada sesi diskusi ini juga perangkat desa menyampaikan histori dari desa khususnya Sumber- Air-Mata-Duyung. Diskusi ini juga membicarakan bagaimana potensi wisata-wisata ini dapat dipasarkan dan diketahui oleh masyarakat. Kegiatan ini terdokumentasi dalam gambar 3 berikut ini:



**Gambar 3.** Diskusi Bersama Perangkat Desa

- c. Sosialisasi Rencana bisnis aspek pemasaran; sosialisasi ini disampaikan oleh tim secara informal dilokasi langsung terutama potensi wisata desa di lokasi desa khususnya pada area Sumber-Air-Mata- Duyung dan Area makam Religi Desa dan kolam pemancingan. Sosialisasi rencana pemasaran yang disampaikan meliputi:
- Analisa lingkungan potensi wisata yang dimiliki  
Desa telah memiliki potensi wisata unggulan diantaranya adalah sumber air sekaligus pemandian Sumber-Air-Mata-Duyung sebagaimana gambar 4, potensi ini merupakan salah satu sumber keperluan air warga desa sehari-hari baik untuk masyarakat desa maupun desa sekitar desa, selain untuk kebutuhan air, lokasi ini juga telah digunakan sebagai wisata pemandian sejak dahulu. Sesuai kondisi tersebut potensi ini bisa dikembangkan menjadi wisata air dalam konteks

waterpark, dan areapermainan anak-anak karena lingkungan yang luas dan asri.



**Gambar 4.** Lokasi Lingkungan Sumber-Air-Mata-Duyung

Potensi lain adalah kolam/waduk air disebelah timur sisi pemandian, waduk atau penampungan ini sebagai irigasi dan sekaligus penampungan air dari sisi atas yang perbukitan. Disisi atas sendiri terdiri dari hutan jati dan area persawahan, potensi ini memungkinkan sebagai wisata petualangan karena tekstur dan topografi dari perbukitan atas hingga waduk penampung air (gambar 5).



**Gambar 5.** Lokasi Lingkungan Waduk dan perbukitan Desa (sisi atas)

Potensi lingkungan lain juga tak kalah menariknya adalah kompleks wisata religi, yang merupakan komplek makam islam yang sudah dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas mushola, tempat istirahat dan ruang terbuka, meja diskusi dan kuliner, kompleks ini telah dikunjungi banyak wisatawan khususnya peminat wisata religi.



**Gambar 6.** Lokasi/lingkungan Wisata religi

Potensi berikutnya adalah wisata buatan yaitu persewaan ruko, kuliner dan kolam pemancingan. Lokasi terletak diinggir jalan utama Deandles, wisata ini menyajikan aktivitas pemancingan dan kuliner. Potensi ini telah berjalan dan ruko-ruko telah ditempati oleh warga desa dengan sistem sewa (gambar 7)



**Gambar 7.** Lokasi/lingkungan Wisata religi

Potensi-potensi tersebut menjadi aset terbaik desa untuk dapat dikembangkan menjadi nilai ekonomi yang berdampak pada pengembangan desa, namun perlu upaya tinggi untuk dapat mewujudkannya tentu kolaborasi semua stakeholder desa memiliki peran penting tersebut.

b) Bauran pemasaran

Setelah analisis situasi tersebut berikutnya dilakukan sosialisasi strategi bagaimana mengembangkan potensi yang dimiliki melalui materi rencana bisnis khususnya aspek pemasaran yaitu bauran pemasaran.

Potensi wisata desa atau wisata desa merupakan sebuah produk atau entitas produk jasa maka bauran pemasaran yang tepat adalah dengan bauran pemasaran jasa diantara produk-harga-tempat, promosi-orang-bukti fisik-dan proses. Merupakan materi yang disosialisasikan.

Produk yang dimaksud dalam sosialisasi ini adalah tempat tujuan wisata atau destinasi yang ditawarkan ke pengunjung untuk dikunjungi, sehingga sebagai tempat wisata tentunya haruslah memenuhi 4A yaitu (*attraction-amenity-accessibility-ancilliary*). *Attraction* sebagai elemen produk destinasi suatu tempat dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya cocok dikembangkan menjadi daya tarik wisata. *Amenity/amenitas* sebagai semua sarana prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada destinasi. *Accessibility* sebagai segala upaya yang dapat memberikan akses jalan pengunjung ke destinasi, dan *ancilliary* sebagai hal-hal yang dapat menjadi daya dukung destinasi seperti lembaga pengelolanya.

Harga sebagai bauran pemasaran tentu nantinya dapat ditentukan misal berdasar harga pasar sekitar wisata seperti harga pasar pantai pasir putih delegan atau juga dapat menentukan sendiri dibawah atau diatas harga pasar berpijak padaproduk pesaing.



**Gambar 8.** Sesi sosialisasi

## 2) Diskusi

Merujuk pada P-K-M sosialisasi yang telah dengan diskusi dan penyampaian materi secara informal maka dapat didiskusikan hasil sebagai berikut:

- a. Sampai dengan saat ini usaha wisata merupakan usaha yang masih menjadi kebutuhan yang penting untuk dipenuhi masyarakat. Bagaimanapun kebutuhan untuk melakukan refreshing, liburan masyarakat sekitar sangat tinggi serta wisata

menjadi kebutuhan yang saat ini telah menggeser kebutuhan akan barang (Sukaris, S., Hartini, S., & Mardhiyah, D. (2020).

- b. Diperlukan upaya upaya yang dirancang untuk memberikan daya dorong terwujudnya wisata desa yang berbasis potensi desa serta melakukan kegiatan-kegiatan yang secara bertahap dapat meningkatkan awareness masyarakat akan keberadaan lokasi wisata sebagaimana pendapat Sukaris, Pristyadi & Alkusani (2019) bahwa perlu dilakukan manajemen usaha dalam memasarkan produk wisata.
- c. Mengikutsertakan partisipasi warga dalam mengembangkan wisata desa sehingga rasa memiliki menjadi bagian penting dalam mengembangkan potensi wisata, pandangan ini juga sebagaimana dijelaskan oleh Baskoro dkk. (2022) bahwa penting dalam pelibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan utamanya usaha yang dimiliki desa
- d. Pihak perangkat desa secara keseluruhan memiliki dalam mengembangkan potensi wisata yang sangat tinggi ini terlihat pada saat observasi dan sosialisasi
- e. Dibutuhkan sumber-sumber pendanaan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki baik dilakukan secara mandiri maupun secara kolaborasi dengan stakeholder seperti penyertaan modal dari desa ataupun melalui alokasi dana desa, sebagaimana pendapat Purnama dan Meirinawati (2020) bahwa sumber pendanaan dapat dilaksanakan melalui ADD (Alokasi Dana Desa) dan Dana Desa (DD), bagaimanapun BUMdes merupakan usaha desa yang memiliki legalitas. Pendanaan dari desa juga dipandang memiliki efektifitas yang baik sebagaimana pandangan Atmojo dkk (2017).

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan P-K-M ini dapat tercapai ini dengan menghasilkan elaborasi analisa potensi wisata desa yang dimiliki. Secara umum perangkat desa telah memiliki kesadaran yang sangat tinggi untuk meningkatkan ekonomi desa melalui pengembangan potensi desa yang dimiliki. Berdasarkan sosialisasi juga telah tersampaikan pandangan-pandangan tim pengabdian terkait dengan bagaimana bauran pemasaran dapat diterapkan dalam mengembangkan potensi wisata desa. Berdasarkan kegiatan P-K-M sosialisasi ini, beberapa kegiatan-kegiatan yang mungkin dilakukan pada masa mendatang adalah pelatihan-pelatihan ke-wirausahaan seperti manajemen usaha, desain efektivitas dan desain thinking.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Atmojo, M. E., Fridayani, H. D., Kasiwi, A. N., & Pratama, M. A. (2017). Efektivitas dana desa untuk pengembangan potensi ekonomi berbasis partisipasi masyarakat di Desa Bangunjiwo. *ARISTO*, 5(1), 126-140.
- Baskoro, H., Sukaris, S., & Ismanto, H. (2022). Penyuluhan Manajemen Usaha Dalam Mendukung Usaha Bumdes Desa Prupuh. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 198-209.

**DedikasiMU (Journal of Community Service)****Volume 4, Nomor 3, September 2022**

---

- Purnama, M. B., & Meirinawati, M. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Puncak Tapan Andongsari Oleh Bumdes Ngandong Jaya Makmur di Desa Ngandong Kecamatan Grabagan Kabupaten Tuban. *Publika*, 8(5).
- Sukaris, S., Hartini, S., & Mardhiyah, D. (2020). The effect of perceived value by the tourists toward electronic word of mouth activity: the moderating role of conspicuous tendency. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1-17.
- Sukaris, S., Budiyanos, B., & Alkusani, A. (2019, July). Strengthening Marketing Access in Supporting the Management of Productive Economic Business in the Village Community of Sambipondok Sidayu Gresik. In *International Conference on Innovation in Research (ICIIR 2018)–Section: Economics and Management Science* (pp. 196-199). Atlantis Press.