



PENGEMBANGAN PASAR WISATA PRING SEWU MELALUI SEMILOKA KEWIRAUSAHAAN. PEMASARAN DAN PARIWISATA COBAN BINANGUN DI KABUPATEN PASURUAN

**Siwidyah Desi Lastianti¹, Yanna Eka Pratiwi²,
 Indra Wijayanto³, Ujang Syaiful Hidayat⁴, Ida Budiarti⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Merdeka Surabaya

Email : siwidyahdesilastianti@unmerbaya.ac.id¹, yannaekapратиwi@unmerbaya.ac.id²,
 indrawijayanto@unmerbaya.ac.id³, ujangsyaifulhidayat@unmerbaya.ac.id⁴, idabudiarti@unmerbaya.ac.id⁵

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Pasar Wisata Pring Sewu bersamaan dengan pengembangan Wisata Coban Binangun, yang baru didirikan di Desa Plintahan, Pandaan Kabupaten Pasuruan mulai diminati oleh wisatawan domestik. Namun adanya destinasi pariwisata yang serupa di kabupaten tetangga menjadikan suatu tantangan sendiri. Kami berinisiatif untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dalam bentuk semiloka kewirausahaan dan pariwisata bagi masyarakat desa. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya saing pasar wisata Pring Sewu dan pengembangan wisata coban binangun sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 9-10 Desember 2023 dan. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai kewirausahaan dan pemasaran serta beberapa saran pengembangan potensi pasar wisata Pring Sewu dan pengembangan air terjun coban biangun diaman hasil disuksi dengan masyarakat sekitar</i></p>	<p>Diajukan : 14-12-2023 Diterima : 21-1-2024 Diterbitkan : 25-02-2024</p> <p>Kata Kunci: <i>pengabdian pada masyarakat, semiloka, kewirausahaan, pemasaran, pasar wisata, coban binangun</i></p> <p>Keywords: <i>dedication to the community, semiloka, entrepreneurial, marketing, tourist market, experiment building</i></p>
<p>Abstract</p> <p><i>Pring Sewu Tourism Market along with the development of Coban Binangun Tourism, which was newly established in Plintahan Village, Pasuruan district Pandaan began to be in demand by domestic tourists. However, the presence of similar tourist destinations in neighbouring districts poses a challenge of its own. We take the initiative to organize community dedication activities in the form of entrepreneurship and tourism for the village community. The objective of this activity is to improve the competitiveness of the Pring Sewu tourism market and the development of tourism in the province while improving the well-being of the people around it. This activity was conducted on December 9-10 2023 and the result of this activity is increased public knowledge about entrepreneurship and marketing as well as some suggestions for the development of potential tourism market Pring Sewu and development of water intended to be built safely resulting from dissection with the community around</i></p>	
<p>Cara mensitasi artikel: Lastianti, S.D., Pratiwi, Y.E, Wijayanto, I., Hidayat, U.S., & Budiarti, I. (2024). Pengembangan Pasar Wisata Pring Sewu Melalui Semiloka Kewirausahaan. Pemasaran dan Pariwisata Coban Binangun di Kabupaten Pasuruan. <i>IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication</i>, 2(1), 119-124. https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD</p>	

PENDAHULUAN

Pada tahun 2022, Desa Plintahan di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan telah menandai dirinya sebagai destinasi wisata budaya dengan kehadiran Pasar Pring Sewu.

Pasar tersebut menawarkan ragam makanan dan jajanan tradisional seperti lupis, cenil, horok-horok, sawut, pecel, polo pendem, serta berbagai makanan khas lainnya, disertai dengan mainan tradisional seperti egran, kekean, dan kapal-kapalan. Di samping itu dan pengembangan air terjun Coban Binangun. Keunikan lainnya adalah seluruh lapak yang ada merupakan hasil karya UMKM dari warga setempat. Dalam transaksi pembelian makanan dan minuman, pengunjung diharuskan menukar uangnya dengan uang koin dari bambu, bukan menggunakan uang rupiah. Pasar Pring Sewu ini dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Plintahan bekerja sama dengan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Umsida). Pasar Pring Sewu buka dua kali sebulan pada hari Minggu dari pukul 06.00 pagi hingga 12.00 siang.

Konsep pasar wisata ini serupa dengan pasar wisata di Desa Papringan di Temanggung, Jawa Tengah, dan Pasar Keramat di Pacet, Kabupaten Mojokerto. Kedua desa wisata tersebut menjadi tantangan tersendiri sebagai pesaing. Alma (2001:6) menjelaskan bahwa dalam berwirausaha, selain dibutuhkan ide-ide kreatif dan inovatif, dibutuhkan juga keberanian menghadapi tantangan, sikap mental, percaya diri, orientasi ke masa depan serta keterampilan pemenuhan kebutuhan. Oleh karena dasar itu, kami melakukan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan kewirausahaan dan pelatihan pemasaran serta pengembangan pariwisata coban Binangun. Langkah ini diambil untuk memperkuat konsep ekonomi kerakyatan, dengan memberdayakan masyarakat lokal melalui penguatan keterampilan dan pengetahuan ekonomi guna meningkatkan potensi lokal serta mengoptimalkan peran serta masyarakat dalam pengembangan pasar wisata. Pelatihan pemasaran dan kewirausahaan juga merupakan bagian dari upaya untuk mengimplementasikan konsep teori Human Capital.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan pada masyarakat ini menggunakan metode diseminasi ilmu pengetahuan melalui aktivitas semiloka dan mempunyai tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas individu dan komunitas dalam memanfaatkan potensi ekonomi lokal secara optimal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan mengeksplorasi perkembangan pasar wisata, tetapi juga akan meningkatkan pemahaman tentang bagaimana inisiatif lokal dapat memperkuat ekonomi kerakyatan serta memaksimalkan investasi pada sumber daya manusia. Melalui upaya ini, diharapkan Desa Plintahan menjadi contoh nyata dalam penerapan prinsip-prinsip ekonomi kerakyatan serta pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode diseminasi ilmu pengetahuan melalui aktivitas semiloka (seminar dan lokakarya) yang meliputi sesi pemaparan materi, studi kasus, diskusi interaktif dan workshop praktek. Masyarakat desa Plintahan akan diberi kesempatan untuk berinteraksi dengan para pemateri, yakni para dosen yang pakar di bidang kewirausahaan dan pemasaran, serta memperoleh contoh konkret sebagai wawasan terkait kewirausahaan dan pemasaran.

Program pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pada akhir pekan tanggal 9-10 Desember 2023 di Balai Desa Plintahan, Pandaan. Target peserta semiloka kewirausahaan, sekitar 60 peserta akan mendapatkan pemahaman mendalam tentang dasar-dasar kewirausahaan, strategi memulai usaha kecil dan menengah, serta manajemen keuangan untuk usaha kecil. Sementara itu, semiloka pemasaran ditargetkan akan dihadiri oleh

sekitar 60 peserta, yang akan belajar mengenai dasar-dasar pemasaran, pemasaran online dan offline, serta branding dan promosi produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Semiloka Kewirausahaan

Pada tanggal 9 Desember 2023, kami menyelenggarakan semiloka kewirausahaan yang dihadiri oleh 60 masyarakat Desa Plintahan. Sebagian besar peserta merupakan ibu-ibu rumah tangga. Dalam sesi pemaparan materi, kami mengulas konsep dan praktik kewirausahaan yang meliputi tiga komponen utama menurut Subanar H (2001:14).

Pertama, kami membahas kepribadian, yakni sifat-sifat dan karakter yang penting dalam merintis usaha. Sesi diselingi dengan sesi diskusi dua arah untuk mendapatkan saling pemahaman mengenai motivasi dan kemampuan; bagaimana dorongan dan keterampilan yang memainkan peran penting dalam kesuksesan. Terakhir, kami juga paparkan pula pentingnya fasilitas dan pertumbuhan sebagai faktor penting dalam memudahkan jalannya usaha serta perkembangan bisnis.

ahasan yang kami sajikan tidak terbatas pada pelaksanaan program wisata pasar wisata Pring Sewu, namun kami juga menekankan pemahaman bahwa ada kegiatan wirausaha yang dapat mendukung dan didukung oleh adanya pasar wisata Pring Sewu tersebut.



Gambar 1. Gambar Semiloka

Kami jelaskan pula bahwa inovasi paling sederhana yakni keberagaman pengalaman yang dihadirkan dalam pasar wisata mampu meningkatkan keinginan pengunjung untuk kembali lagi (seperti diungkapkan Cole & Chancellor, 2009; Huang & Hsu, 2009; dan Chen et al., 2020). Semua aspek ini diharapkan dapat memberikan landasan yang kuat bagi masyarakat Desa Plintahan untuk memulai usaha kewirausahaan yang terkait dengan potensi pasar wisata.

Pada sesi diskusi konteks potensi pasar wisata di Desa Plintahan, peserta mendapatkan inspirasi dan ide-ide kewirausahaan yang dapat mendukung dan didukung oleh potensi tersebut, diantaranya:

- Usaha-usaha yang dapat mendukung potensi wisata meliputi:
 - 1) Usaha penyediaan jasa transportasi, seperti transportasi umum dan transportasi wisata.
 - 2) Usaha penyediaan jasa akomodasi, seperti hotel, penginapan, dan homestay.

- 3) Usaha penyediaan jasa kuliner, yang menyajikan makanan dan minuman khas desa.
 - 4) Usaha penyediaan jasa suvenir, yang menjual berbagai produk kerajinan tangan dan produk lokal lainnya.
- Usaha-usaha yang didukung oleh potensi wisata meliputi:
- 1) Usaha pertanian, yang menghasilkan produk-produk pertanian maupun peternakan unggulan desa yang dapat dijual kepada wisatawan.
 - 2) Usaha industri rumah tangga, yang menghasilkan produk-produk kerajinan tangan dan produk lokal lainnya yang dapat dijual kepada wisatawan.

Semiloka Pemasaran dan pengembangan Coban Binangun

Pada tanggal 09 Desember 2023, dilaksanakan semiloka pemasaran di Desa Plintahan, Pandaan. Semiloka ini dihadiri oleh 60 masyarakat dan perangkat desa, yang mayoritas dihadiri oleh muda-mudi desa Plintahan. Materi yang disampaikan dalam semiloka ini meliputi pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, dan elemen-elemen bauran pemasaran (marketing mix).



Gambar 2. Air Terjun Coban Binangun

Pada sesi pemambaran materi, peserta pelatihan diajak untuk memahami bahwa pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan untuk mendapatkan keuntungan.

Pada aspek tujuan pemasaran, kami menekankan pada para peserta bahwa pemasaran tidak selalu pada penjualan (hard sale), namun terdapat pula hal-hal lain yang dapat dicapai, seperti:

1. Mengenalkan produk atau layanan kepada calon pengunjung
2. Mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan
3. Meningkatkan keintiman hubungan dengan pengunjung dan mempertahankan pengunjung

Lebih dalam, kami membuka sesi diskusi aspek elemen-elemen bauran pemasaran. Para peserta diajak untuk memahami bahwa elemen-elemen bauran pemasaran beserta prakteknya. Diskusi tersebut menghasilkan pemahaman dan ide-ide dari peserta mengenai bagaimana mereka dapat melakukan pemasaran pasar wisata di desa Plintahan, diantaranya:

1. Produk

Selain produk utama, yakni pasar wisata, perlu dipertimbangkan untuk membuat produk dan jasa pelengkap, seperti suvenir lokal (produk) dan paket wisata, akomodasi, moda transportasi (jasa).

Membuat event-event wisata pendukung, seperti festival, karnaval, dan lomba-lomba untuk menarik wisatawan.

2. Harga
Mengganti tiket masuk menjadi penukaran koin bambu secara langsung.
Strategi harga jual kompetitif dengan mempertimbangkan bagi hasil untuk pengelolaan pasar wisata.
3. Tempat
Penyediaan fasilitas yang memadai dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan, seperti jalan akses yang baik, area parkir, area istirahat yang nyaman, dsb.
4. Promosi
Memanfaatkan *channel* promosi media sosial yang efektif untuk meningkatkan *awareness* calon wisatawan terhadap pasar wisata.
Melakukan promosi yang berfokus pada hasil pengembangan/perbaikan fasilitas pasar wisata, seperti akses yang mudah, area parkir yang aman & teduh, dsb.
5. Orang
Melatih SDM yang sopan, ramah dan profesional untuk menguasai informasi dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi wisatawan.
Membuat seragam non formal (semi tradisional) bagi para petugas agar mudah dikenali oleh wisatawan dan meningkatkan kesan profesionalitas.
6. Proses
Merencanakan proses yang lancar, efisien dan tidak berbelit bagi wisatawan.
7. Bukti fisik
Menjaga kebersihan, kerapian dan keasrian untuk memberikan kesan positif bagi wisatawan.
Fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan untuk memberikan kenyamanan.



Gambar 3. Pasar Wista pring Sewu

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang kami lakukan diapresiasi baik oleh perangkat dan masyarakat Desa Plintahn, Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Hal ini terbukti tidak hanya dari banyaknya kehadiran masyarakat dalam kegiatan ini, namun juga tingkat partisipasi yang tinggi, terutama pada sesi diskusi. Materi yang diberikan sudah tepat dan mudah dipahami serta mengena terhadap kebutuhan masyarakat. Dan pada akhirnya,

masyarakat tidak saja memahami kewirausahaan dan pemasaran secara teknis saja, namun juga memahami bagaimana perencanaan dan praktiknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan atas kerjasama masyarakat dan perangkat Desa Plintahan, Pandaan, Kabupaten Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives*. John Wiley & Sons.
- Alma, B. (2009) *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Becker, G. S. (2009). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. Chicago: University of Chicago press.
- Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.
- Cole, S. T., & Chancellor, H. C. (2009). Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention. *Journal of vacation marketing*, 15(4), 323-333.
- Garjito, D. (2014) *Berani Berwirausaha*. Yogyakarta: Akmal Publishing.
- Hatta, M., Swasono, S.E., Arief, S. and Nurhadiantomo (2001) *Ekonomi Kerakyatan*. Arief, M.S. ed. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Huang, S., & Hsu, C. H. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of travel research*, 48(1), 29-44.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17.
- Schumpeter, J. A. (2000). Entrepreneurship as innovation. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1512266>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Subanar H. (2001). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Bagi Wirausahawan Baru*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics*, 24, 293-309.