



Local culinary marketing training through virtual Wonderfood Sayan Village

Ni Wayan Mega Sari Apri Yani✉, I Wayan Putra Aditya, Bondan Pambudi, Putu Eka Wirawan, Ni Luh Putu Ayu Daniella Santika Dewi
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia

✉ sari.apriyani@ipb-intl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6940>

Abstract

The Covid-19 pandemic has devastated Indonesia's tourism and creative economy industry, nearly destroying all aspects of life, particularly in Bali, which is heavily reliant on tourism. This has an impact on all aspects of society, including the citizens of Sayan Village, Gianyar, who work primarily in the hospitality and tourism industries. The purpose of the program is to provide local culinary marketing training via virtual media as an alternative to digital marketing for MSME owners to help market their products. Training, demonstration, and workshops are the methods used. The program's outcomes were successful in increasing partners' knowledge of how to market MSME products through virtual tours.

Keywords: *Marketing training; Local culinary; Virtual media*

Pelatihan pemasaran kuliner lokal melalui media virtual Wonderfood Sayan Village

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah menghantam industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia yang hampir menghancurkan seluruh sendi kehidupan, khususnya Bali yang mengandalkan sektor pariwisata. Dampak tersebut dirasakan oleh semua aspek masyarakat, termasuk masyarakat Desa Sayan, Gianyar yang banyak bekerja pada bidang usaha perhotelan dan pariwisata. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan pemasaran kuliner lokal melalui *media virtual* sebagai alternatif *digital marketing* bagi pemilik usaha kuliner lokal khas Deorsa Sayan untuk membantu memasarkan produk UMKM. Metode yang digunakan adalah pelatihan, demonstrasi, dan *workshop*. Hasil kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan mitra dalam memasarkan produk UMKM melalui *virtual tour*.

Kata Kunci: Pelatihan pemasaran; Kuliner lokal; media virtual

1. Pendahuluan

Desa Sayan merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Ubud, Gianyar. Lokasinya sangat dekat dengan pusat pariwisata Ubud, jiwa seni sangat melekat di kehidupan masyarakat Desa Sayan, seperti seni lukis, patung dan kuliner dengan perkembangan era globalisasi, pertumbuhan pariwisata di Desa Sayan mulai bergeliat dengan banyaknya wisatawan yang berdatangan. Untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan desa ini memiliki fasilitas penunjang pariwisata baik berupa penginapan maupun villa serta banyak di ruas jalan masyarakat menjual karya seni. Desa Sayan

terdiri dari dua desa adat yaitu Desa Adat Penestanan dan Desa Adat Sayan dengan luas kurang lebih 5,78 km (Thalia & Nugroho, 2019).

Pandemi Covid-19 telah menghantam industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia yang hampir menghancurkan seluruh sendi kehidupan, khususnya Bali yang mengandalkan sektor pariwisata menjadi lumpuh total. Dampaknya aktivitas yang ada pada hotel, restoran dan tempat wisata yang tutup total mengakibatkan masyarakat Bali hampir 80% kehilangan pekerjaannya (Nuruddin et al., 2020). Desa Sayan yang juga banyak diminati oleh wisatawan domestik, asing dan tentunya *backpacker* yang banyak berkontribusi bagi masyarakat juga semakin menurun yang dikarenakan wabah pandemic (Wirawan, Sudjana, Semara, et al., 2021).

Penurunan yang sangat drastis jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia di mulai pada awal Bulan Pebruari 2020 (Paludi, 2022). Untuk membangkitkan perekonomian Indonesia perlu adanya terobosan dalam mempercepat pemulihan terutama dibidang ekonomi dan industri kreatif. Memperluas dan mengoptimalkan jaringan internet, mengembangkan digitalisasi ekonomi dan tren pariwisata *new normal* akan menjadi penghubung utama dalam sektor pariwisata nasional (Maharani & Mahalika, 2020). Kunci utama bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik (Wildan, 2021).

Pelaku pariwisata harus memanfaatkan inovasi teknologi yang berperan penting dalam mendukung tren pariwisata yang bergeser di tengah pandemi, salah satunya dengan *virtual tourism* untuk liburan *online* (Widiastini et al., 2020). *Virtual Tour* merupakan teknologi yang menempatkan *user* di dalam gambar dan memungkinkan *user* untuk meningkatkan kesadaran situasional serta meningkatkan daya lihat, tangkap, dan menganalisis data *virtual* secara signifikan (Osman et al., 2009). Tentu saja ini adalah inovasi yang menarik, mengingat pariwisata di Indonesia mengalami penurunan selama adanya pandemi. Pemanfaatan *platform digital* untuk memajukan sektor pariwisata Indonesia telah mendapatkan dukungan langsung dari Kemenparekraf (Utami et al., 2021).

Berdasarkan data yang dikeluarkan perusahaan pionir penyelenggara *virtual tour*, Autorin menyebutkan bahwa peminat wisata *virtual* terus meningkat. Bahkan sejak Juli hingga September 2020 sudah lebih dari 900 wisatawan *virtual* menjelajahi destinasi wisata di Indonesia (Musdariah et al., 2021), *virtual tour* adalah konsep baru untuk berlibur di tengah pandemi. Kita dapat menjelajahi berbagai destinasi wisata menarik di Indonesia hanya berbekal gawai pintar, dan jaringan internet dari rumah. Selain menawarkan keindahan dan keunikan dari setiap destinasi secara virtual, kita juga bisa belajar tentang destinasi yang dikunjungi. *Virtual tour* dilengkapi dengan *virtual tour guide* yang menjelaskan dengan cukup detail objek yang dikunjungi. Menariknya, *virtual tour* di tengah pandemi Covid-19 menjadi tren baru berlibur sekaligus sarana hiburan (Nawang Sari & Rahmatin, 2021).

Untuk memberikan pengetahuan tentang pemasaran kuliner lokal khas Desa Sayan yang dapat membantu membangkitkan kembali potensi desa di era *new normal* serta sebagai alternatif *digital marketing* khususnya pada bidang makanan. Oleh karena itu, satu cara untuk menjalankan wisata kuliner di tengah *pandemic covid-19* dengan memasarkan produk UMKM melalui *virtual tour* agar tetap dapat bertahan serta menjalankan roda bisnis untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat

khususnya Desa Sayan. Kepala Desa Sayan sangat mendukung kegiatan ini karena terpuruknya perekonomian masyarakat setempat yang dikarenakan dampak wabah corona yang sudah hampir dua tahun dan belum tahu kapan akan berakhirnya, dengan adanya kreativitas *digital* dan kesiapan Desa Sayan menuju era digitalisasi. Menerapkan *virtual tour* menjadi daya tarik wisatawan dan memberi gambaran kepada wisatawan mengenai objek wisata yang kelak akan dikunjungi (Darmadi et al., 2021).

Desa Sayan memiliki kuliner yang sangat diminati wisatawan lokal dan sudah dikenal di kalangan pencinta kuliner lokal, seperti; warung nasi Sayan, betutu Pak Mangku, bubur kaples Bu Mangku, nasi lawar sapi Men Murni dan warung D'Teba. Di tengah wabah covid-19 wisata kuliner semakin populer dan menjadi alternatif dalam membangkitkan industri pariwisata, terutama menu khas daerah. Adanya *virtual tour* ini diharapkan makanan khas daerah Desa Sayan yang sebelumnya jarang atau bahkan tak pernah dikenal akan menjadi banyak dicari masyarakat dan menjadi primadona, sehingga ini menjadi peluang untuk mengembangkan wisata kuliner di Desa Sayan (Besra, 2012). Pada masa pandemi ini masyarakat harus lebih memiliki kreativitas dan inovatif dalam pengolahan dan pengembangan produk wisata kuliner terutama yang memiliki ciri khas dari daerahnya agar dapat berkelanjutan (Wirawan, Sudjana, Arianty, et al., 2021).

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Sayan dalam memasarkan produk wisata kuliner dalam rangka membangkitkan dan mengenalkan kepada masyarakat dalam masa pandemi ini penting untuk dilakukan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang ingin meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, tetapi tidak tahu cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tersebut. Karena itu, pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, pelatihan pemasaran kuliner lokal melalui media *virtual: wonderfood sayan village* pada era new normal di Desa Sayan, Gianyar. Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memasarkan produk wisata kuliner khas Desa Sayan melalui *virtual tour* sebagai alternatif *digital marketing* khususnya pada bidang kuliner sehingga dapat menjadi bangkitnya pariwisata dalam menumbuhkan perekonomian khususnya Desa Sayan.

2. Metode

Sasaran pelatihan dalam kegiatan ini adalah lima pengusaha lokal yang bergerak dalam bidang kuliner khas Desa Sayan. Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan dengan demonstrasi serta *workshop*. Dalam pelaksanaannya pelatihan diberikan di awal, kemudian demonstrasi diberikan di akhir pelatihan oleh narasumber, dilanjutkan dengan *workshop*, dimana peserta pelatihan melakukan secara langsung dengan dibantu oleh narasumber.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Persiapan program

Virtual tour merupakan hal yang baru bagi pariwisata di Desa Sayan, tetapi menjadi alternatif solusi di era digital saat ini, termasuk bagi Desa Wisata Sayan, dan membuat

pemilik kuliner lokal di desa tersebut memiliki keinginan yang kuat untuk mengembangkan wisata kuliner secara virtual. Selama ini, mereka menjual makanan dan minuman kepada wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, secara konvensional. Namun, penyebaran virus Covid-19 menyebabkan penjualan makanan dan minuman secara konvensional tidak dapat dilaksanakan. Menerima pendampingan dari Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional program studi Sarjana Bisnis Digital, pemilik kuliner lokal dan Desa Wisata Sayan, mengharapkan pendampingan terkait *virtual tour* hingga mampu melakukan penjualan. Karena kondisi masyarakat yang masih awam terhadap hal-hal teknis terkait *virtual tour*, hanya berfokus pada pengenalan kuliner lokal khas Desa Sayan.

Memahami masyarakat yang telah mengetahui potensi (sumber-sumber daya budaya) yang tersedia di desanya serta telah memiliki kemampuan untuk mengolah makanan khas lokal yang juga dipandu oleh Chef Krisna dan Chef Bondan yang mampu memberikan nuansa lokal dengan cita rasa interlokal sehingga penampilan sampai penyajian dapat lebih menarik dan juga *storytelling*, baik menggunakan bahasa asing maupun bahasa Indonesia, maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan non direktif. Pendekatan non direktif memberikan peran yang lebih banyak kepada masyarakat, sementara tim pelaksana pengabdian berperan mendampingi kelompok pemilik kuliner lokal dalam menyusun informasi, menggunakan teknologi yang telah tersedia di internet, serta mendampingi pada saat penjualan apabila dibutuhkan.

Praktiknya, pelatihan dan pendampingan pembuatan *virtual tour* bagi kelompok sadar wisata Desa Sidatapa juga melibatkan pihak industri, yakni Godevi dan Miss Culinary Tourism Indonesia sebagai pendamping dalam membangkitkan kuliner-kuliner lokal daerah. Pelibatan ini dilakukan dengan tujuan memberikan *market linkage*. Setelah pelatihan *tour*, mereka dapat bekerja sama dengan industri dalam berbagai bentuk untuk melakukan penjualan secara berkelanjutan. Praktiknya, peserta yang mau mengikuti pelatihan *virtual tour* diberikan pelatihan pendampingan dalam beberapa tahap, yakni pengenalan sistem, penyiapan produk, pengenalan *virtual tour*, memahami aturan dalam *virtual tour*, menyusun paket wisata, dan menjual paket wisata secara virtual kepada wisatawan.

3.2. Demonstrasi

Guna memahami peluang kegiatan wisata dalam bentuk virtual yang dapat dijadikan sebagai produk wisata dalam bentuk wisata *virtual (virtual tour)*, tim pelaksana kegiatan juga memberikan pendampingan kepada masyarakat untuk mengetahui dan mempelajari cara penerapan *virtual tour* tersebut. Sebagaimana dijelaskan bahwa di dalam membangun *virtual tour* adalah salah satu solusinya. Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih menuntut pelaku pariwisata harus mampu memunculkan berbagai inovasi, yakni menyajikan informasi tentang keunikan suatu tempat tujuan wisata secara virtual dengan menggunakan aplikasi yang berbayar maupun bisa diakses secara gratis di internet ([Gambar 1](#)).

Demonstrasi dilakukan oleh narasumber untuk setiap tahap. Pada tahap pengolahan, beberapa pemilik kuliner lokal menata kuliner khas lokal tersebut dengan disaksikan oleh peserta lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kesan yang menarik bagi wisatawan ketika melihat secara virtual, dengan penyajian yang menarik dari bentuk visual akan menumbuhkan keinginan wisatawan untuk ingin mencoba dan penasaran untuk datang ke Desa Sayan.



Gambar 1. Proses menata salah satu kuliner lokal khas Desa Sayan oleh Chef Bondan dan Miss Culinary Tourism Indonesia

Selama kegiatan berlangsung, seluruh sasaran tetap mengikuti kegiatan dengan tekun dan serius. Sasaran ikut terlibat dalam setiap tahap hingga proses pengambilan *virtual tour* kuliner (Gambar 2). Sasaran bahkan terlihat sangat antusias ketika proses pembuatan telah mencapai tahap akhir.



Gambar 2. Proses pengambilan video virtual kuliner lokal khas Desa Sayan yang didampingi oleh Miss Culinary Tourism Indonesia

Identifikasi masalah dan potensi, dilakukan pemetaan terhadap isu terkini yang dihadapi oleh masyarakat Desa Sayan, disertai dengan potensi yang dimiliki dalam pemecahan masalah tersebut. Pada saat persiapan pelaksanaan pengabdian, koordinasi dilakukan secara intensif dengan perwakilan pemilik kuliner lokal khas Desa Sayan dengan kedua fasilitator yaitu Ibu Ni Wayan Mega Sari Apri Yani dan Ni Luh Putu Ayu Daniella Santika Dewi. Koordinasi juga dilakukan dengan Chef Bondan, selaku Narasumber dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Secara umum, pelaksanaan pelatihan pemasaran kuliner lokal melalui media virtual tersebut dapat diselesaikan dengan baik oleh seluruh peserta. Hal ini terindikasi dari selesainya video *virtual tour* yang dikerjakan oleh masing-masing peserta yang dipandu oleh narasumber.

Dampak program pengabdian pelatihan adalah dapat memberikan efek positif bagi pemilik usaha kuliner lokal khas Desa Sayan untuk dapat membangkitkan dan mengenalkan wisata kuliner khas Desa Sayan dalam masa pandemi. Selama ini pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Bali sebagian besar terlaksana di wilayah objek daya tarik wisata. Berlangsungnya pelatihan ini memberikan kesempatan bagi pemilik usaha kuliner lokal khas Desa Sayan untuk membantu memasarkan produk UMKM melalui *virtual tour* sebagai alternatif *digital marketing* khususnya pada bidang kuliner.

4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan tentang pelatihan pemasaran kuliner lokal melalui media *virtual* bagi pemilik usaha kuliner lokal khas Desa Sayan telah terlaksana dengan baik dan berhasil meningkatkan pengetahuan sasaran dalam memasarkan produk UMKM melalui *virtual tour*. Masyarakat sasaran memiliki sikap yang baik dalam mengikuti seluruh tahap pelatihan dan terlibat langsung dalam beberapa tahap atau proses pembuatan produk serta.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, yang melindungi civitas akademika IPB Internasional, sehingga kegiatan pengabdian dapat dilaksanakan sesuai dengan perencanaan serta mendapatkan respons dan berdampak baik terhadap semua pihak. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor IPB Internasional beserta seluruh jajarannya serta Ketua Yayasan Dharma Widya Ulangun yang menaungi kampus IPB Internasional. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua LPPM IPB Internasional atas masukan serta saran sebelum dan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh elemen pendukung kegiatan ini, meliputi mahasiswa Program Sarjana Bisnis Digital dan Program Studi Sarjana Bisnis Digital Kampus IPB Internasional.

Daftar Pustaka

- Besra, E. (2012). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Darmadi, D., Bataha, K., & Fauziah, S. (2021). Kebijakan Virtual Tour Sebagai Mitigasi Dampak Pandemi Terhadap Pariwisata di Kota Surabaya. *Public Administration Journal of Research*, 3(1), 1–16.
- Maharani, A., & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Ssebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 8(2), 43–56.
- Musdariah, A., Amiruddin, Askariani, & Sari, S. (2021). Pelatihan Virtual Tour Berbasis Web Cloud Dan Google Street View 360 Bagi Pemandu Wisata Pada Travel Diza Travelindo. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2021*, 118–123.
- Nawangarsari, E. R., & Rahmatin, L. S. (2021). Tantangan dan Peluang Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Tamansari dalam Era Normal Baru. *Jurnal Masyarakat*

- Indonesia*, 47(1), 91–104. <https://doi.org/10.14203/jmi.v47i1.944>
- Nuruddin, Wirawan, P. E., Pujiastuti, S., & Sri Astuti, N. N. (2020). Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 10(2), 579. <https://doi.org/10.24843/jkb.2020.v10.i02.p11>
- Osman, A., Wahab, N. A., & Ismail, M. H. (2009). Development and Evaluation of an Interactive 360° Virtual Tour for Tourist Destinations. *Journal of Information Technology Impact*, 9(3), 173–182.
- Paludi, S. (2022). Setahun Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Industri Pariwisata Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01), 49–60.
- Thalia, A., & Nugroho, S. (2019). Strategi Pengembangan Desa Sayan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali, Sebagai Desa Wisata Berbasis Wisata Alam Bija. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(2), 364–373.
- Utami, S., Damanik, J., & Mutiarin, D. (2021). New Normal Policy : Promosi Kebijakan Pariwisata Dalam Rangka Percepatan Penanganan Dampak Covid-19. *Jurnal Kepariwisataaan*, 5(1), 20–33. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i1.277>
- Widiastini, N. M. A., Prayudi, M. A. A., Rahmawati, P. I., & Dantes, I. G. R. (2020). Pelatihan Pembuatan Virtual Tour bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Sidatapa, Kabupaten Buleleng, Bali. *Bakti Budaya*, 3(2), 116. <https://doi.org/10.22146/bb.59518>
- Wildan, M. A. (2021). *MSDM: Artificial Intelligence dan Ekonomi Kreatif*. Nas Media Pustaka.
- Wirawan, P. E., Sudjana, I. M., Arianty, A. A. A. S., Arnawa, I. G. S., & Tunjungsari, K. R. (2021). Pelatihan pengolahan anggur lokal Buleleng menjadi produk wisata kuliner berkelanjutan di Desa Banjar, Buleleng. *Community Empowerment*, 6(10), 1880–1891.
- Wirawan, P. E., Sudjana, I. M., Semara, I. M. T., Arianty, A. . A. A. S., & Nuruddin. (2021). Portrait of International Backpacker Tourism during the COVID-19 Pandemic in Bali. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 12(4), 886–894. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4\(52\).03](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4(52).03)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License