

Peningkatan Kompetensi Bisnis Bagi Pengelola Desa Wisata Di Mandalika Lombok Tengah

Risris Rismayani¹, Dodie Tricahyono², Alfi Inayati³

^{1,2,3}Telkom University

risrisrismayani@telkomuniversity.ac.id¹, dodietricahyono@telkomuniversity.ac.id², alfiinayati@telkomuniversity.ac.id³

Received: 5 June 2024, Revised: 30 June 2024, Accepted: 3 July 2024

DOI: <https://doi.org/10.54099/jpma.v3i2.1021>

Abstrak

Pemerintah mencanangkan Mandalika sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Lombok sekaligus sebagai salah satu destinasi super prioritas. Hal ini membuka untuk bangkit dari dampak resesi ekonomi akibat pandemi Covid-19 dan Gempa 8.0. Kemenparekraf, memfokuskan program percepatan tersebut kepada lima destinasi super prioritas. Salah satunya adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Untuk menangkap peluang pengembangan pariwisata diperlukan pendanaan. Salah satu upaya untuk menarik investor adalah dengan membuat dokumen perencanaan bisnis yang ideal. Kompetensi pembuatan dokumen perencanaan bisnis belum merata di kalangan pengelola desa wisata dan ekonomi kreatif. Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini menggunakan Community-based participatory research yang melibatkan komunitas desa wisata dan ekonomi kreatif berpartisipasi aktif. Dari hasil umpan balik peserta terhadap kegiatan ini sangat baik. Program ini membutuhkan tindak lanjut praktek pembuatan dokumen dengan rentang waktu program yang lebih lama (multi tahun) serta bisa dilaksanakan menggunakan metode service learning.

Kata kunci: Desa Wisata, Ekonomi Kreatif, Perencanaan Bisnis, Community-Based Participatory Research

Abstract

The government has declared Mandalika a special economic zone (SEZ) in Lombok, one of the super-priority destinations. This opens the door to recovery from the impact of the economic recession caused by the COVID-19 pandemic and the 8.0 Earthquake. The Ministry of Tourism and Creative Economy focuses the acceleration program on five super-priority destinations, one of which is the Mandalika Special Economic Zone (SEZ). Funding is needed to capture tourism development opportunities. One effort to attract investors is to create an ideal business planning document. Competence in making business planning documents is not evenly distributed among tourism village managers and the creative economy. The method of implementing this community service program uses community-based participatory research, which involves the tourism village community and the creative economy actively participating. The participants' feedback on this activity was excellent. This program requires follow-up on making documents with a more extended program span (multi-year) and can be carried out using the service learning method.

Keywords: Tourism Village, Creative Economy, Business Plan, Community-Based Participatory Research

1. PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat merupakan daerah yang berkontribusi cukup besar pada potensi pariwisata. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Dinas Komunikasi, Informasi, dan TIK Kabupaten Nusa Tenggara Barat (Tabel 1), rata-rata wisatawan domestik selama tahun 2018-2022 adalah sebesar 126.539 ribu orang. Meski pertumbuhan total wisatawannya memang bersifat fluktuatif, tapi jumlah tersebut memberikan kontribusi yang cukup besar untuk Nusa Tenggara Barat yang terdiri dari banyak kota dan kabupaten. Ugeng (2023) mengemukakan

berbagai event nasional dan internasional di Lombok Tengah diyakini mampu menyedot turis lokal maupun asing. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Lombok Tengah Lendek Jayadi mengatakan tahun sebelumnya pihaknya menargetkan 60 ribu kunjungan. Tahun 2023 Lombok Tengah memasang target 90 ribu kunjungan. Target 90 ribu tersebut tidak dihitung dari jumlah orangnya, tetapi tamu yang menginap minimal tiga hari. Tingkat kunjungan diperkirakan akan membeludak pada saat event MotoGP Oktober 2023.

Tabel 1. Data Jumlah Wisatawan di Nusa Tenggara Barat, 2018-2022

Tahun	Jumlah Wisatawan		Jumlah Total
	M mancanegara	Nusantara	
2022	126.539	1.249.756	1.376.295
2021	11.890	952.146	964.036
2020	39.982	360.613	400.595
2019	1.550.791	2.155.561	3.706.352
2018	1.204.556	1.607.823	2.812.379

(Sumber: Diskominfo NTB, 2023)

Mandalika, Lombok merupakan satu dari lima Daerah Super Prioritas (DSP) yang dicanangkan pemerintah untuk dijadikan daerah destinasi “New Bali”. Di era revolusi industri 4.0, teknologi informasi memegang peranan penting bagi kesuksesan pengembangan bisnis, termasuk pariwisata. Handayani (2022) menyebutkan bahwa Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika di Kabupaten Lombok Tengah (Loteng) menjadi titik pertumbuhan ekonomi baru, terutama dari segi pariwisata. Apalagi dengan pembangunan infrastruktur di luar Pulau Jawa ini memberikan pengaruh besar terhadap titik-titik pertumbuhan ekonomi baru.

Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah pun turut menyatakan komitmennya dalam mendukung perkembangan pariwisata daerah melalui program Desa Wisata (Rosidi, 2023). Peraturan tersebut mendukung pengembangan desa menjadi kawasan wisata yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat yang berkolaborasi dan diawasi oleh pemerintah daerah. Peraturan ini dibuat sebagai komitmen untuk melakukan pengelolaan dan pengembangan yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi dan sumber daya yang ada di desa sehingga dapat menciptakan peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa. Zakaria (2019) menjelaskan pemerintah desa di seluruh wilayah Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat, didorong mengalokasikan dana desa untuk program pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama di sektor pariwisata. Desa mesti bisa mengambil peluang pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika yang akan menjadi salah satu kawasan strategis pariwisata nasional.

Hizmi et al (2023) mengemukakan bahwa keberadaan Mandalika sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di Lombok sekaligus sebagai salah satu destinasi super prioritas membawa peluang bagi Indonesia, khususnya Provinsi NTB untuk pulih dari dampak resesi ekonomi akibat pandemi Covid-19 dan Gempa 8.0. Kemenparekraf, memfokuskan program percepatan tersebut kepada lima destinasi super prioritas. Salah satunya adalah Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. KEK Mandalika, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor

52 Tahun 2014, bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi, pembangunan yang merata, serta peningkatan daya saing, terutama di sektor pariwisata baik di tingkat nasional maupun daerah (Hidayat & Bustami, 2022; Mahendra, 2020).

Masyarakat sasar di kawasan Desa Wisata Mandalika Lombok Tengah memiliki potensi sumber daya yang menarik untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata. Taufan (2021) mengemukakan potensi dari wisata Lombok memiliki potensi yang besar dapat terwujud apabila dibarengi oleh sebuah manajemen pengelolaan yang profesional serta ditambahi oleh fasilitas-fasilitas yang memadai. Dengan dua faktor tersebut serta didukung oleh beberapa faktor lain tentunya dapat semakin memperkuat kedudukan wisata-wisata yang berada di Pulau Lombok. Lebih jauh, Sujita et al (2021) menyatakan pengelolaan wisata dengan objek wisata saling berkaitan dan sangat menentukan dalam kemajuan daerah wisatanya. Berkembangnya lokasi wisata akan membawa dampak positif dalam bidang perekonomian khususnya perekonomian masyarakat menengah.

Lombok Tengah merupakan salah satu daerah tujuan wisata potensial di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Lombok Tengah merupakan daerah yang memiliki keragaman objek dan daya tarik wisata. Bila dilihat dari daya tarik wisata yang ditawarkan, Kabupaten Lombok Tengah memiliki beberapa potensi daya tarik wisata yaitu wisata bahari, keindahan, keunikan, dan kekhasan flora dan fauna di hutan gunung Rinjani, pendakian dan penelitian geologi dan vulkanologi, peninggalan sejarah dan budaya kehidupan masyarakat berupa wisata arkelogi, wisata ziarah, wisata arsitektural, wisata ke pemukiman suku Sasak, dan lain sebagainya (Darmawan, 2019; Permadi et al., 2017, 2020; Putri, 2019). Penelitian Amir et al (2020) mengemukakan potensi desa wisata Kabupaten Lombok Tengah seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Potensi Desa Wisata Lombok Tengah

No	Aspek	Atribut	Rerata Skor	Keterangan
1	Atraksi	Keindahan/Pesona	3.5	Aspek atraksi desa wisata di Lombok Tengah cukup mendukung untuk menarik kunjungan wisatawan
		Kebersihan/Kenyamanan/Keamanan	3.1	
		Keunikan	2.9	
		Pelestarian Lingkungan	2.9	
		Variasi Kegiatan	2.1	
		Rerata Atraksi	3.1	
2	Amenitas	Rumah Makan/Restoran	2.7	Sarana prasarana kurang mendukung dalam pengembangan desa wisata di Lombok Tengah
		<i>Homestay</i> , Saung/Gazebo	2.3	
		Tempat Parkir	2.8	
		Papan Informasi	3.0	
		Tempat Pengelolaan Sampah	1.3	
		Mushollah/Tempat Ibadah	2.9	
		Toilet	2.9	
		Rerata Amenitas	2.6	
3	Aksesibilitas	Jalan Menuju Kawasan	4.0	Aksesibilitas mendukung pengembangan desa wisata
		Jalan Desa	3.8	
		Jalan lingkungan ke destinasi	3.3	
		Angkutan Umum	2.2	

4	Kesiapan Masyarakat	Kesadaran	2.6	Kesadaran dan partisipasi melalui pengembangan kapasitas masyarakat perlu ditingkatkan
		Partisipasi	2.4	
		Keramahtamahan	3.6	
		Rerata Kesiapan Masyarakat	2.9	
5	Lembaga Pengelola	Tersedia Bumdes/Pokdarwis	2.5	Lembaga pengelola belum optima dalam pengembangan desa wisata
		Pemandu Wisata	2.6	
		Pengemasan paket wisata	2.6	
		Promosi Wisata	2.7	
		Dukungan/Kerjasama pihak lain	2.4	
		Rerata Lembaga Pengelola	2.6	

Salah satu permasalahan mitra yaitu pengelola desa wisata di Lombok Tengah dari Tabel 2, adalah lembaga pengelola belum optimal dalam pengembangan desa wisata. Oleh karena itu, program Pengabdian Masyarakat di Desa Wisata Mandalika Lombok Tengah bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada masyarakat desa supaya mampu meningkatkan kompetensi manajerial dalam mengelola desa tersebut terutama dalam penyusunan *Business Plan*. Kompetensi ini sebaiknya dimiliki oleh pengelola desa wisata dan ekonomi kreatif di Lombok Tengah sebagai upaya untuk menangkap peluang dalam pengembangan pariwisata sesuai dengan program KEK yang dicanangkan pemerintah yaitu pengembangan infrastruktur, aksesibilitas, pembangunan hotel serta fasilitas pariwisata, dan pengembangan lingkungan.

2. METODE

Pengabdian kepada masyarakat merupakan upaya nyata yang dilakukan oleh individu, kelompok atau lembaga untuk berperan aktif dalam membantu masyarakat mengatasi berbagai permasalahan dan meningkatkan kualitas hidupnya (Afandi, 2022). Pengabdian kepada masyarakat mencakup berbagai kegiatan, seperti program pemberdayaan masyarakat, pelatihan, pendampingan, penyuluhan, dan penerapan teknologi, serta pengembangan solusi inovatif berbasis riset yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat (Wekke, 2022). Pengabdian masyarakat ini mengusung prinsip partisipatif, kolaboratif, berkelanjutan serta relevan dan berbasis bukti (Rusli et al, 2022). Tujuan pengabdian masyarakat adalah untuk pemberdayaan masyarakat dimana memberdayakan masyarakat agar berperan aktif dalam mengatasi permasalahan mereka sendiri. Pemberdayaan mencakup penguatan kapasitas, peningkatan keterampilan, dan pemberian pengetahuan yang relevan (Suhartati et al, 2020).

Model yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah model pelatihan dalam pengabdian kepada masyarakat melibatkan kegiatan pembelajaran dan pelatihan keterampilan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan masyarakat dalam menghadapi permasalahan tertentu (Sutoro et al. 2023). Kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan metode *Community-Based Participatory Research* (CBPR) yaitu metode yang melibatkan partisipasi komunitas, organisasi, dan peneliti itu sendiri (Julian McFarlane et al., 2022).



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat seperti pada Gambar 1 diadaptasi dari Nurhaida et al (2023) dan Rusli et al (2022) yang terdiri dari:

1. Identifikasi masalah dan kebutuhan

Tahap awal pengabdian kepada masyarakat adalah mengidentifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat dengan melibatkan mereka dalam proses penentuan prioritas. Identifikasi masalah dan kebutuhan dilaksanakan melalui desk research. Setelah menemukenali fenomena, data, dan fakta kemudian dilaksanakan interview dengan Ketua Desa Karang Sidemen Lombok Tengah sebagai perwakilan Ketua Desa Wisata.

2. Perencanaan program

Setelah identifikasi masalah, program pengabdian kepada masyarakat yang sesuai dan memberikan solusi efektif. Pelatihan perencanaan bisnis ini baru dilaksanakan pertama kali bagi Pengelola Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif di Mandalika, Lombok Tengah. Sehingga tujuan pelatihan ini adalah memberikan literasi terkait perencanaan bisnis tersebut.

3. Sosialisasi

Sosialisasi, dilakukan melalui penyebaran undangan bagi para peserta yang dibantu oleh Ketua Desa Wisata Karang Sidemen sebagai koordinator penyelenggaraan program pengabdian masyarakat. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjaring peserta.

4. Pelaksanaan

Program pengabdian kepada masyarakat dijalankan dengan melibatkan tim pemateri dari Telkom University. Pelaksanaan kegiatan meliputi: a) tes awal; b) penyampaian materi; c) diskusi, tanya jawab dan d) tes akhir.

5. Evaluasi dan Peningkatan

Setelah program berjalan, dilakukan evaluasi untuk menilai dampak dan efektivitasnya. Hasil evaluasi digunakan untuk meningkatkan program di masa depan. Evaluasi, pada akhir sesi peserta kegiatan diminta untuk mengisi kuesioner umpan balik untuk mengevaluasi keberhasilan pelaksanaan PkM. Hasil kuesioner dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi masalah dan kebutuhan

Tabel 3. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan

Aspek	Kondisi yang Dihadapi Mitra
Mutu Layanan	Manajemen desa wisata dilaksanakan oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Sehingga kualitas produk yang dihasilkan terbatas pada kapabilitas manajerial lokal tanpa banyak melibatkan tenaga ahli.

Pengembangan Produk	Kapabilitas pengelola Desa Wisata membatasi pengembangan produk dan/atau layanan desa wisata. Pemanfaatan teknologi informasi belum dilakukan secara komprehensif untuk mendukung inovasi dan pengembangan produk. Sehingga masih banyak potensi desa wisata yang belum dikembangkan.
Pemasaran dan Promosi	Usaha pemasaran, terutama promosi, masih belum memanfaatkan teknologi secara komprehensif. Sehingga, membatasi wilayah cakupan pasar hanya berada di sekitar Lombok. Padahal dengan pemanfaatan teknologi, Desa Wisata akan dapat memperoleh perhatian banyak calon pengunjung dari luar daerah, bahkan mancanegara.
Pendanaan	

Tabel 3 merupakan hasil observasi dan wawancara kondisi yang dihadapi oleh Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif di Mandalika Lombok Tengah. Kondisi amenities, kesiapan masyarakat dan lembaga pengelola yang masih rendah sesuai dengan identifikasi pada latar belakang, sejalan dengan Tabel 2.

Desa wisata yang ada di Mandalika Lombok secara umum memiliki empat permasalahan yaitu Mutu Layanan, Pengembangan Produk, Pemasaran dan Promosi, serta Pendanaan. **Mutu layanan**, manajemen desa wisata dilaksanakan oleh masyarakat dan pemerintah setempat. Sehingga kualitas produk yang dihasilkan terbatas pada kapabilitas manajerial lokal tanpa banyak melibatkan tenaga ahli. Selanjutnya juga terkait **pengembangan produk**, Kapabilitas pengelola Desa Wisata membatasi pengembangan produk dan/atau layanan desa wisata. Pemanfaatan teknologi informasi belum dilakukan secara komprehensif untuk mendukung inovasi dan pengembangan produk. Sehingga masih banyak potensi desa wisata yang belum dikembangkan. Setelah produk jadi, faktor penggerak bisnis selanjutnya adalah **Pemasaran dan Promosi**. Usaha pemasaran, terutama promosi, masih belum memanfaatkan teknologi secara komprehensif. Sehingga, membatasi wilayah cakupan pasar hanya berada di sekitar Lombok. Padahal dengan pemanfaatan teknologi, Desa Wisata akan dapat memperoleh perhatian banyak calon pengunjung dari luar daerah, bahkan mancanegara. Terakhir, terkait **Pendanaan**, Lembaga pengelola desa wisata dan ekraf membutuhkan suntikan dana untuk pengembangan desa wisata. Kapabilitas lembaga pengelola belum mumpuni untuk membuat perencanaan bisnis yang biasanya diminta oleh lembaga pemberi pinjaman atau investor.

Permasalahan pendanaan pada poin 4 menjadi fokus dalam program pengabdian masyarakat yaitu melakukan pelatihan Perencanaan Bisnis untuk meningkatkan kompetensi lembaga pengelola.

Perencanaan Program

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan Perencanaan Bisnis dilaksanakan dalam waktu 1 hari sebagai berikut:

Tabel 1. Bentuk, Jadwal, dan Tempat Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Nama Kegiatan	Waktu	Tempat	Rincian Kegiatan	Penanggung Jawab
1	Urgensi Perencanaan Bisnis	2 Agustus 2023	Holiday Resort Lombok	a. Penyampaian materi b. Diskusi dan Tanya Jawab	Risris Rismayani
2	Anatomi Perencanaan Bisnis	2 Agustus 2023	Holiday Resort Lombok	a. Penyampaian materi b. Diskusi dan Tanya Jawab	Dodie Tricahyono
3	Business Model Canvas	2 Agustus 2023	Holiday Resort Lombok	a. Penyampaian materi b. Diskusi dan Tanya Jawab	Risris Rismayani
4	Pengenalan template perencanaan bisnis sederhana bagi desa wisata dan ekonomi kreatif	2 Agustus 2023	Holiday Resort Lombok	a. Penyampaian materi b. Diskusi dan Tanya Jawab	Dodie Tricahyono

Sosialisasi

Sosialisasi, dilakukan melalui penyebaran undangan bagi para peserta yang dibantu oleh Ketua Desa Wisata Karang Sidemen sebagai koordinator penyelenggaraan program pengabdian masyarakat. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjaring peserta. Peserta pelatihan terdiri dari Ketua Desa Wisata, Pengelola dan Pelaku UMKM di Mandalika Lombok Tengah sejumlah 40 orang. Kegiatan dilaksanakan secara onsite di Hotel Holiday Resort Lombok pada tanggal 2 Agustus 2024.

Urgensi Perencanaan Bisnis

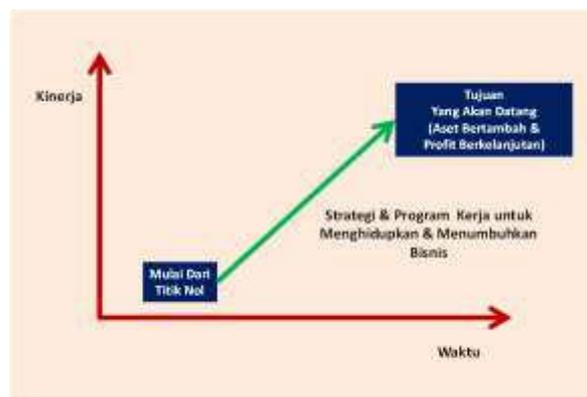
Salah satu persoalan di dalam membangun ekonomi Indonesia adalah kurangnya jumlah wirausahawan. Idealnya jumlah wirausahawan dalam satu negara mendekati 10%, sedangkan di Indonesia angkanya masih dibawah 2%. Oleh karena itu untuk mempertahankan laju pertumbuhan ekonomi diperlukan partisipasi dari masyarakat untuk menjadi wirausahawan-wirausahawan baru. Hadirnya wirausahawan baru diharapkan muncul dari kalangan generasi muda yang masih memiliki energi dan semangat yang tinggi dalam mewujudkan keinginan dan cita-citanya (Pramudiana et al, 2016).



Gambar 2. Paparan Materi Urgensi Perencanaan Bisnis

Salah satu kunci sukses memulai usaha adalah adanya kemampuan menuangkan ide-ide atau gagasan cemerlang yang kreatif dan inovatif dan mempunyai nilai ekonomi/komersial tinggi ke dalam sebuah Business Plan atau perencanaan bisnis yang matang dan realistis. Apapun jenis usaha yang akan kita jalankan (Supriyanto, 2009). Lebih-lebih jika ditindaklanjuti dengan menuangkan ide-ide tersebut dalam tulisan sehingga dapat dikomunikasikan kepada pihak-pihak lain. Lebih lanjut, Pramudiana et al (2016) menyebutkan Business Plan sangat penting ketika ingin memulai suatu usaha. Rencana akan menjadi alat bantu atau panduan dalam eksekusi, serta operasionalisasi ide.

Perencanaan bisnis (*Business Plan*) adalah rencana-rencana tentang apa yang dikerjakan dalam suatu bisnis ke depan meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Pramudiana et al (2016) menyebutkan bahwa rencana bisnis (*Business Plan*) sangat penting ketika ingin memulai suatu usaha. Rencana akan menjadi alat bantu atau panduan dalam eksekusi, serta operasionalisasi ide. Rencana yang disusun dengan sistematis dan logis akan menjadi media untuk mengkomunikasikan bisnis yang akan dijalankan dengan calon investornya atau mitra ketika diperlukan dukungan dari pihak lain untuk mengoperasionalkan rencana. Seperti yang dikemukakan Barringer & Ireland (2008:89) bahwa business plan penting karena dua alasan. Pertama, business plan merupakan dokumen internal yang membantu bisnis baru untuk menyempurnakan bisnis model dan memperkuat tujuan. Kedua, karena business plan merupakan dokumen penjualan bagi perusahaan yang memberikan mekanisme untuk menggambarkan perusahaan bagi investor, supplier, rekan bisnis, dan SDM potensial.



Gambar 3. *Business Plan* untuk Bisnis Baru

Joseph G Hadzima (dosen senior dari MIT Sloan School) pada pemaparannya di GIST Jakarta tahun 2012 dalam Pramudiana et al (2016) mengemukakan alasan membuat business plan adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman atas bisnis sendiri.

Dengan menyusun Business Plan yang baik, ternyata seseorang entrepreneur “dipaksa” untuk memahami bisnisnya sendiri sebelum membuat orang lain paham dan tertarik dengan bisnis tersebut.

2. Kebutuhan akan pendanaan.

Pendanaan atau investasi memerlukan sebuah dokumen tertulis untuk bisa dicermati oleh pihak yang ingin berinvestasi. Pihak tersebut secara langsung terkadang membuat keputusan berdasarkan Business Plan yang mereka baca.

3. Kemitraan strategis
Calon mitra membutuhkan sesuatu yang bisa mereka teliti sehingga mereka dapat membuat keputusan tepat dan tidak menyesal di kemudian hari. Dalam hal ini salinan Business Plan bisa Anda sarankan.
4. Penjelasan kepada pemasok atau pelanggan
Bagi para pemasok dan pelanggan, Business Plan dapat mencerminkan tingkat keseriusan Anda dalam berbisnis. Mereka tidak mungkin berbisnis dengan perusahaan yang terkesan mengabaikan perencanaan masa depannya sendiri karena apa yang terjadi pada Anda akan berpengaruh pada mereka kelak.
5. Upaya menarik sosok penting
Figur penting seperti Venture Capitalist (VC), mentor, dan sebagainya biasanya merupakan sekumpulan orang-orang sibuk dengan waktu yang terbatas untuk sekedar berbincang mengenai bisnis seseorang. Business Plan memudahkan mereka untuk memahami pandangan Anda, visi dan misi bisnis Anda dan lain sebagainya.

Anatomi Perencanaan Bisnis

Secara garis besar isi suatu perencanaan bisnis dimulai dari Ringkasan, Statemen Misi, Faktor-faktor kunci, Analisis Pasar, Produksi, Manajemen dan Analisis Finansial seperti analisis Break Event dan lain-lainnya. Kebutuhan akan sebuah perencanaan bisnis menjadi mutlak jika kita akan menjalankan suatu bisnis, karena perencanaan bisnis sendiri ibarat sebuah peta dan kompas untuk menjalankan bisnis.

Dengan sebuah perencanaan kita dapat menetapkan tujuan utama bisnis kita, skala prioritas, dan menetapkan cash flow. Sementara dengan perencanaan bisnis yang baik akan menjadikan peluang sukses bisnis kita semakin tinggi. Perencanaan bisnis yang baik sendiri adalah sebuah proses, bukan hanya sekedar perencanaan. Perencanaan bisnis yang baik indikatornya antara lain: Sederhana (mengandung kemudahan dan kepraktisan) untuk dilaksanakan; Spesifik (konkret, terukur, spesifik dalam waktu, personalianya dan anggarannya); Realistik (realistik dalam tujuan, anggaran maupun target pencapaian waktunya) dan Komplit atau lengkap semua elemennya.



Sumber: Diadaptasi dari Bangs (1995); Johnson (2000); Paulson (2004); Barringer & Ireland (2008); Hadzima (2014:21) dalam Pramudiana et al (2016)

Gambar4. Kerangka Dokumen Business Plan

Business Model Canvas



Gambar5. Canvs Model Bisnis

Sumber: Diadaptasi dari Osterwalder (2010) dalam Pramudiana et al (2016)

Untuk menyusun model bisnis, Ostewalder mengusulkan kerangka (*template*) yang dapat dijadikan acuan oleh wirausahawan untuk menggambarkan model bisnisnya.



Gambar 6. Diskusi dan Tanya Jawab serta *Coaching* Praktik Penyusunan Business Plan

Template Perencanaan Bisnis Sederhana Bagi Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif

1. Profil Bisnis
Profil bisnis menceritakan secara umum pemilik bisnis, sejarah, produk, lokasi bisnis dan cakupan pasar.
2. Business Model Canvas
BMC menggambarkan secara sederhana logika aliran pendapatan yang akan diterima serta biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
3. Competitive Advantage
Keunggulan kompetitif yaitu sesuatu yang dimiliki oleh organisasi dalam bisnis tetapi tidak dimiliki oleh organisasi lain.
4. Rencana Penjualan
Buatlah proyeksi penjualan selama lima tahun kedepan.
5. Studi Kelayakan Bisnis
Selain memproyeksikan penjualan juga memproyeksikan beban biaya yang perlu dikeluarkan selama lima tahun kedepan dengan beberapa pertimbangan-pertimbangan tertentu. Setelah itu bisa dihitung Break Event Point (BEP). Jika hasil penghitungan BEP kurang dari 3 tahun maka bisnis layak untuk dilakukan.

Hasil Pre-test dan Post Test

Tabel 2. Hasil Uji Pengetahuan Urgensi Perencanaan Bisnis, Anatomi Perencanaan Bisnis, dan Template Perencanaan Bisnis Sederhana Bagi Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif

No	Materi	Pre-Test	Post-Test
1	Urgensi Perencanaan Bisnis	45	70
2	Anatomi Perencanaan Bisnis	30	75
3	Business Model Canvas	30	80
4	Template Perencanaan Bisnis	20	80
Total Nilai		125	305
Rata-Rata		31,25	76,25

Berdasarkan data pada Tabel 2, rata-rata nilai Pre Test yang dihasilkan oleh peserta adalah 31,25 dimana nilai rata-rata tersebut relatif rendah dengan skala 1-100, artinya pemahaman peserta tentang teori tersebut rendah. Sedangkan rata-rata nilai Post Test peserta adalah 76,25. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan nilai pengetahuan peserta sebesar 45. Dengan demikian kegiatan ini memberikan dampak positif bagi peserta untuk memahami literasi perencanaan bisnis.

Evaluasi dan Peningkatan

Program Pengabdian Masyarakat dievaluasi melalui kuesioner *feedback* terkait instruktur pelatihan dan kegiatan secara umum. Kuesioner ini akan disebarakan kepada peserta pelatihan setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Hasil dari rekapan *feedback* dari peserta pelatihan terdapat pada Tabel 4. Terdapat lima pertanyaan untuk *feedback* hasil pengabdian masyarakat yang ditanyakan kepada para peserta yaitu: (1) Kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri; (2) Kegiatan ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran; (3) Waktu pelaksanaan kegiatan ini relative telah mencukupi sesuai kebutuhan; (4) Dosen dan mahasiswa Telkom University bersikap ramah, cepat, dan tanggap membantu selama kegiatan; dan (5) Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan kegiatan Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang. Peserta pelatihan menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 97,5% bahwa kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan. Kemudian sebanyak 92,5% peserta menjawab setuju dan sangat setuju bahwa kegiatan ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Terkait waktu pelatihan telah sesuai kebutuhan diberikan *feedback* setuju dan sangat setuju oleh peserta sebanyak 95%. Dosen dan tenaga administrasi yang hadir secara onsite ke Mandalika dinilai oleh peserta ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan dengan persentase yang menjawab setuju dan sangat setuju sebesar 95%. Terakhir, poin tertinggi dari *feedback* adalah semua peserta mengahrapkan kegiatan ini berlangsung atau berkesinambungan di masa mendatang. Secara keseluruhan, berdasarkan hasil *feedback*, 96% peserta menjawab setuju dan sangat setuju bahwa kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan, kebutuhan masyarakat sasaran, waktu pelaksanaan mencukupi, pemateri bersikap ramah, cepat, tanggap serta membantu saat kegiatan, dan masyarakat mengharapkan kegiatan Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang.

Tabel 3. Hasil Feedback Kegiatan Pengabdian Masyarakat

	Sangat tdk Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Persentase Setuju dan Sangat Setuju %
1. Kegiatan ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri	0	1	30	9	97,5
2. Kegiatan ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran	0	3	25	12	92,5
3. Waktu pelaksanaan kegiatan ini relative telah mencukupi sesuai kebutuhan	0	2	28	10	95
4. Dosen dan mahasiswa Telkom University bersikap ramah, cepat, dan tanggap membantu selama kegiatan	0	2	26	12	95
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan kegiatan Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang	0	0	29	11	100
Jumlah	0	8	138	54	
% (Jml masing-masing : total)		4%	69%	27%	
Jumlah % setuju + sangat setuju	96%				

4. KESIMPULAN

Mandalika, Lombok merupakan satu dari lima Daerah Super Prioritas (DSP) yang dicanangkan pemerintah untuk dijadikan daerah destinasi “New Bali”. Di era revolusi industry 4.0, teknologi informasi memegang peranan penting bagi kesuksesan pengembangan bisnis, termasuk pariwisata. Peluang pengembangan Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif terbuka lebar dengan adangan Program KEK yang dicanangkan pemerintah. Dalam rangka menjemput peluang pendanaan, kompetensi penyusunan dokumen Perencanaan Bisnis menjadi sangat penting, sehingga dibutuhkan pelatihan. Program pengabdian masyarakat ini hadir untuk berkontribusi dalam mendukung literasi penyusunan dokumen Perencanaan Bisnis. Perencanaan bisnis sederhana yang dapat dibuat oleh Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif terdiri dari lima komponen utama yaitu: (1) Profil Bisnis, (2) Business Model Canvas, (3) Competitive Advantage, (4) Rencana Penjualan, dan (5) Studi Kelayakan Bisnis. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini terlaksana sesuai dengan permasalahan mitra dan tujuan yang ingin dicapai serta terjadi peningkatan kompetensi pengelola Desa Wisata dan Ekonomi Kreatif di Mandalika Lombok tengah. Kegiatan pelatihan ini disambut dengan baik dan antusias yang tinggi. Sehingga tim pengabdian menyarankan untuk pengembangan kegiatan ini adalah masih perlunya pendampingan agar pengelola desa wisata dan ekonomi kreatif bisa melakukan praktik pembuatan dokumen Perencanaan Bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Telkom University yang telah memberi dukungan **finansial**, serta kepada pengelola dan masyarakat Desa Wisata Mandalika Lombok Tengah selaku mitra masyarakat pada program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2022). Metodologi pengabdian masyarakat.
- Amir, A., Sukarno, T. D., & Rahmawati, F. (2020). Identifikasi Potensi dan Status Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. *Journal of Regional and Rural Development Planning (Jurnal Perencanaan Pembangunan Wilayah Dan Perdesaan)*, 4(2), 84-98.
- Darmawan, D. (2019). Desa Bonjeruk Sebagai Desa Wisata Berbasis Alam Dan Budaya Di Lombok Tengah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 16891699.
- Darmo, Sujita. (2021). Pemberdayaan Desa Wisata Berbasis Sumber Daya Alam DI Desa Karang Sidemen Lombok Tengah. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Handayani, Devi. (2022). Mandalika Jadi Titik Pertumbuhan Ekonomi Baru, NTB Siap Sukseskan Berbagai Event. [Mandalika Jadi Titik Pertumbuhan Ekonomi Baru, NTB Siap Sukseskan Berbagai Event - INSIDELOMBOK](#).
- Hidayat, A., & Bustami, S. Y. (2022). Workshop peningkatan daya saing pelaku industri pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika melalui skema rantai nilai global. *Prosiding Semnaskom-Unram*, 4(1), 215-225. <https://doi.org/10.36594/jtec.v3i2.96>.
- Hizmi, Surayyal., Rizkiyah, Putri., Herman, Royanow, Achyal Fahlevi., Aswad, Muhammad., Nawai. (2023). Peningkatan Kapasitas SDM di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika dalam Mendukung Event MOTOGP
- Mahendra, Y. I. (2020). Dampak pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika (KEK) terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kuta Lombok Tengah ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*, 2(2), 13-21. Retrieved November 23, 2022, from <https://unu-ntb.e-journal.id/econetica/article/view/104/51>.
- Nurhaida,Dida., Arsiyanti, Fauziah., Munawar, Muhammad Agil. (2023). Anatomi Bisnis Plan. *Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*. e-ISSN 2715-4998, Volume 4, Nomor 2, Halaman 200-211, Juli 2023 DOI: <https://doi.org/10.25105/juara.v4i2.16744>
- Permadi, L. A., Afifi, M., & Oktariyani, G. A. S. (2020). Peningkatan Kemampuan Manajemen Kelompok Atraksi Wisata Gendang Beleq Wirajaya Putra Jonggat Di Bonjeruk Lombok Tengah. *Seminar Nasional PEPADU II 2020*, 1-7.
- Permadi, L. A., Widiana, H., HS, R., & Muttaqillah, M. (2017). Strategi Pengembangan Dan Pemasaran Desa Wisata Sukarara Yang Terintegrasi Di Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6(2). <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.241>
- Putri, A. L. (2019). peranan ekonomi kreatif berbasis media sosial terhadap perkembangan sosial ekonomi masyarakat di taman wisata alam (TWA) gunung tunak, desa mertak, kecamatan pujut lombok tengah.
- Rusli, Tiffany Shahnaz., Boari, Yoseb., Amelia, Dahlia., Rahayu, Dewi., Setiaji, Bambang., Suhadarliyag., Syarfina., CS, Ansar., Syahrudin., Amiruddin., Yuniwati, Ika. (2022). Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rosidi, Akhyar. (2023). Pemkab Lombok Tengah komitmen kembangkan desa wisata.
- Suhartati, R., Mardiana, U., & Nurpalah, R. (2020). Pemberdayaan masyarakat dalam penggunaan and sanitizer dan masker sebagai upaya preventif terhadap covid-19. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 26-33. Doi: <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v2i1.2340>
- Pramudiana, Y., Rismayani, R., & Rahmawati, F. (2016). *Business Plan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Supriyanto, S. (2009). *Business Plan sebagai Langkah Awal Memulai Usaha*. None, 6(1), 17216.
- Sutoro, S., Guntoro, T. S., Nurhidayah, D., Ansar, C. S., & Kardi, I. S. (2023). Pelatihan Peningkatan leksibilitas Tubuh Menggunakan Teknik Passive Stretching Dan PNF (Proprioceptive

- Neuromuscular Facilitation) Pada Atlet PPLP Papua. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 192-203. Doi: <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1427>
- Taufan, Muhammad. (2021). Potensi, Masalah, Dan Solusi Wisata Mandalika Lombok Untuk Mendunia. <https://www.kompasiana.com/topan123/6194f6a0b189512dac5ff612/potensi-masalah-dan-solusi-wisata-mandalika-lombok-untuk-mendunia> .
- Ugeng, Ragil. (2023). 2023 Lombok Tengah Targetkan 90 Ribu Kunjungan Wisatawan. <https://ntb.genpi.co/wisata/7336/2023-lombok-tengah-targetkan-90-ribu-kunjungan-wisatawan>.
- Wekke, I. S. (2022). *Metode Pengabdian Masyarakat: Dari Rancangan ke Publikasi*. Penerbit Adab.
- Widyaningrum, Meylida. (2023). Studi Kasus Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-samarinda/baca-artikel/16280/Studi-Kasus-Pengembangan-Kawasan-Ekonomi-Khusus-KEK-Mandalika.html>.
- Zakaria, Ismail. (2019). Pengembangan Wisata Dukung KEK Mandalika. [Pengembangan Wisata Desa Dukung KEK Mandalika - Kompas.id](#) .