



Optimalisasi Rancangan Potensi Desa Wisata Oleh UMKM Lokal Di Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang

Achmad Syaifulloh Putra ¹, Arya Gilang Wiryawan ², Rosedefi Angelia Putri ³, Sarah Adora Febria ⁴, Virda Kurnia Barbara ⁵, Dhian Satria Yudha Kartika ⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,

Jl. Rungkut Madya No.1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia

Email : 2004010142@student.upnjatim.ac.id ¹, 20045010079@student.upnjatim.ac.id ²,

20044010116@student.upnjatim.ac.id ³, 20041010132@student.upnjatim.ac.id ⁴,

20043010218@student.upnjatim.ac.id ⁵

Article History:

Received: 26 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 15 Juni 2023

Keywords: *UMKM; Digital branding; Tourism.*

Abstract: *Small Micro Medium Enterprise (Usaha Kecil Mikro dan Menengah or UMKM) are one of the driving factors of the economic condition of a region. Gedangan Village, Mojowarno District has the potential for local UMKM whose management has not been optimized to improve economic conditions in the village. Optimizing UMKM management can be done by designing the potential of tourist villages by local UMKM through digital branding. This is done with the aim of strengthening the marketing and branding of UMKM in Gedangan Village. The stages carried out in designing tourism by local UMKM in Gedangan Village, namely 1) Data collection of local UMKM, 2) UMKM marketing strategy training, 3) UMKM assistance, 4) UMKM registration on Google, 5) Designing local MSME tourism through Instagram, and 6) Assistance also evaluation with the Gedangan Village Government.*

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal menjadi salah satu faktor penggerak kondisi ekonomi dari suatu wilayah. Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno memiliki potensi UMKM lokal yang pengelolaannya belum optimal untuk dapat memperbaiki kondisi perekonomian di desa tersebut. Optimalisasi pengelolaan UMKM dapat dilakukan dengan merancang potensi desa wisata oleh UMKM lokal melalui *digital branding*. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan memperkuat pemasaran dan *branding* UMKM yang ada di Desa Gedangan. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam merancang wisata oleh UMKM lokal Desa Gedangan, yaitu 1) Pendataan UMKM lokal, 2) Pelatihan strategi pemasaran UMKM, 3) Pendampingan UMKM, 4) Pendaftaran UMKM di Google, 5) Perancangan wisata UMKM lokal melalui Instagram, dan 6) Asistensi serta evaluasi dengan Pemerintah Desa Gedangan.

Kata Kunci: *UMKM; Digital branding; Wisata*

* Achmad Syaifulloh Putra, 2004010142@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Aspek ekonomi adalah salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian khusus dari Pemerintah Indonesia. Hal ini disebabkan karena majunya ekonomi suatu negara dapat mempengaruhi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat yang berada di dalamnya. Seperti keadaan ekonomi di Indonesia yang dipengaruhi oleh faktor dari peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM dipercaya dapat terus berkembang dan menjadi platform untuk penciptaan lapangan kerja. Pendapatan dari usaha UMKM juga berpeluang untuk meningkatkan pendapatan per kapita daerah. Jika dimanfaatkan dengan baik, hal ini menjadi suatu pendapatan yang besar bagi masyarakat yang ada di negara berkembang.

Banyak ragam cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan potensi lokal oleh UMKM desa, salah satunya dengan mengolah dan mengembangkan potensi dari UMKM Desa Gedangan. Desa Gedangan merupakan sebuah desa di wilayah Kecamatan Mojowarno yang sebagian besar warganya bermata pencaharian sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal. Terdapat beragam jenis UMKM lokal yang terdapat di daerah Desa Gedangan, seperti pengrajin genteng, batu bata, tembikar cobek, jajanan, makanan serta minuman, dan lain-lain. Untuk menjalankan suatu bisnis usaha, tentu saja para pelaku UMKM menemukan berbagai macam resiko serta kendala. Temuan kendala yang ada pada UMKM Desa Gedangan setelah dilakukannya survei, yaitu kesulitan memasarkan produk ke masyarakat luas serta sulitnya membangun *branding*. Potensi UMKM di Desa Gedangan dapat dimaksimalkan melalui perencanaan potensi wisata desa. Perencanaan potensi wisata desa oleh UMKM merupakan konsep wisata yang dapat diterapkan di Desa Gedangan sebagai wadah pengenalan Usaha Mikro Kecil Menengah setempat. Apabila sudah terbentuk rancangan wisata potensi desa oleh UMKM lokal, maka pemerintah setempat mampu melihat potensi yang dimiliki oleh UMKM lokal untuk dapat mendukung dan melakukan binaan. Dengan melihat adanya potensi dan peluang yang cukup besar dari UMKM lokal yang ada di Desa Gedangan ini, maka mahasiswa Kelompok 22 KKN-T UPN “Veteran” Jawa Timur diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian di Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang tersebut melalui optimalisasi rancangan potensi desa wisata pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) oleh 10 mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok 22 KKN-T MBKM dilakukan sebagai bentuk pendidikan pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan tersebut dimulai dari Bulan Maret 2023 hingga Bulan Juni 2023 di Wilayah Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. Dalam melakukan proses perancangan wisata potensi desa oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lokal di Desa Gedangan, Kelompok 22 KKN-T MBKM dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur menggunakan metode pendekatan kualitatif melalui survei, wawancara, serta dokumentasi foto dan video. Melalui proses tahapan tersebut, penulis berharap agar data yang diperoleh di lapangan sesuai dengan kebutuhan dalam merancang wisata potensi desa oleh UMKM lokal di Desa Gedangan. Data yang didapat oleh penulis berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer yang didapat berasal dari informasi oleh warga setempat. Sedangkan sumber data primer penulis dapat dari survei dan wawancara secara langsung dengan warga Desa Gedangan.

Kegiatan survei dan wawancara yang dilaksanakan di awal penulis melakukan program rancangan wisata potensi desa oleh UMKM Desa Gedangan, yaitu pada bulan April 2023 di wilayah Desa Gedangan, Kecamatan Mojowarno, Kabupaten Jombang. Dari hasil data primer yang didapat oleh penulis ditemukan kendala dan potensi UMKM lokal yang ada di Desa Gedangan. Sedangkan untuk sumber data sekunder, penulis memperoleh dari data yang diberikan oleh warga desa dan pihak Desa Gedangan berupa data penduduk dan daftar UMKM yang dinilai memiliki potensi sebagai wisata UMKM Desa Gedangan. Selain itu, sumber data sekunder yang didapat oleh penulis juga berasal dari pendokumentasian rumah dan kegiatan sehari-hari warga sekitar melalui foto dan video. Adapun tahapan yang dilakukan penulis dalam merancang wisata potensi desa melalui Instagram @visitgedangan oleh UMKM lokal Desa Gedangan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Tahapan Perancangan Potensi Desa Wisata oleh UMKM Lokal di Desa Gedangan

HASIL KEGIATAN

Dalam proses perancangan wisata potensi desa oleh UMKM lokal di Desa Gedangan, pemetaan UMKM menjadi kegiatan pertama yang dilakukan. Dikarenakan kegiatan tersebut untuk mendata dan pengelompokan UMKM yang bertujuan sebagai UMKM yang akan dibina di Desa Gedangan. Tujuan dilakukannya kegiatan pendataan dan pengelompokan ini untuk mendapatkan jumlah pelaku UMKM secara akurat dan riil, sekaligus melihat perkembangan kondisi baik usaha mikro maupun usaha kecil dan menengah di Desa Gedangan. Pelaksanaan pendataan dan pengelompokan ini juga bertujuan agar mempermudah untuk melakukan proses selanjutnya yang ada dalam perancangan wisata potensi desa oleh UMKM lokal di Desa Gedangan. Target pendataan yang dilakukan adalah seluruh UMKM lokal di Desa Gedangan yang dinilai memiliki potensi. Proses pengambilan data dilakukan dengan cara datang secara langsung ke para UMKM yang akan dibina. Setelah melakukan pendataan, maka proses selanjutnya adalah pengelompokan UMKM yang bersedia untuk mendukung dan mendapat binaan terkait perancangan wisata potensi desa di Desa Gedangan.

Dengan diadakannya pendataan UMKM ini jelas sangat berpengaruh dalam mempermudah pelaksanaan di tahap berikutnya. Pelaksanaan pemetaan UMKM ini dilakukan pada bulan April 2023. Target dalam tahap ini yaitu seluruh pelaku UMKM yang ada di tiga dusun Desa Gedangan, yaitu Dusun Gedangan, Dusun Rejosari, dan Dusun Mojogeneng. Pelaksanaan pendataan ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung rumah pemilik usaha.



Gambar 2. Kegiatan Pendataan UMKM Kerupuk Bu Ili

Tahap kedua yang dilakukan dalam perancangan potensi desa wisata oleh UMKM lokal, yaitu dengan cara melakukan pelatihan strategi pemasaran UMKM untuk menunjang kapabilitas yang dimiliki UMKM lokal itu sendiri untuk meningkatkan daya saing di era digital. Melalui pelatihan tersebut kami harap semoga para pelaku UMKM bisa menerapkan strategi pemasaran yang telah dipelajari pada saat pelatihan. Dikarenakan kurangnya penerapan dalam hal *branding* dan pemasaran produk di era digital saat ini.

Strategi pemasaran tersebut dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk sampai bisa menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM adalah dengan memanfaatkan teknologi pada media digital, seperti penggunaan media sosial dalam promosi bisnis, membuat *caption* menarik setiap unggah promosi produk, memperhatikan kualitas foto produk yang diunggah, penggunaan aplikasi Canva untuk membuat logo, dan pemilihan kemasan yang tepat. Dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM yang bertemakan optimalisasi perancangan wisata potensi desa oleh UMKM lokal di Desa Gedangan, cara yang dilakukan meliputi pemaparan materi terkait cara menganalisis usaha menggunakan analisis SWOT, pentingnya penggunaan media sosial sebagai pemanfaatan teknologi untuk promosi, serta menjelaskan pentingnya *caption* yang menarik untuk menunjang pemasaran produk. Diharapkan dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola dan memasarkan usahanya.



Gambar 3. Pelatihan Strategi Marketing untuk UMKM Seblak Baso Aci Ibu Evi

Setelah pelaksanaan pelatihan strategi marketing ini, maka tahap selanjutnya adalah kegiatan pendampingan UMKM yang dilakukan secara bertahap. Saat proses pendampingan tersebut yang dapat diartikan dengan secara luas yaitu dengan upaya membantu, mengarahkan, dan mendukung terhadap individu/kelompok UMKM melalui perumusan masalah, merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi dalam pengembangan usahanya. Dalam temuan UMKM di Desa Gedangan masih banyak UMKM yang belum mengetahui bagaimana membawa produk dengan *branding* menarik, seperti melalui logo dan kemasan.

Melihat dari permasalahan tersebut, maka kegiatan pendampingan yang dilakukan di Desa Gedangan sendiri meliputi pembuatan logo pada aplikasi Canva, pengemasan produk yang dibuat lebih menarik, pengambilan foto produk, pembuatan caption promosi, serta melakukan promosi melalui media sosial. Proses pendampingan ini dilakukan dengan mendatangi langsung ke para pelaku UMKM yang bersedia untuk dibina. Kegiatan pendampingan dimulai dengan pelatihan membuat logo menggunakan aplikasi Canva, setelah itu mengajarkan secara langsung cara membuatnya, agar mereka juga dapat langsung mengaplikasikan pemembuat logo yang benar dan mudah. Setelah pembuatan logo, maka tahapan selanjutnya adalah *re-branding* produk melalui pemilihan kemasan yang lebih menarik para konsumen. Setelah memilih kemasan yang memiliki daya beli lebih, maka tahapan selanjutnya adalah pengambilan foto produk. Cara pengambilan foto produk yang benar dengan cara yaitu pertama mengemas produk secara menarik, kedua mempersiapkan alat dan tempat untuk foto produk, Ketiga mengatur pencahayaan sekitar, Keempat mengambil foto produk dengan jelas dan terakhir yaitu melakukan *editing* pada hasil foto apabila diperlukan.



Gambar 4. Kegiatan Pendampingan UMKM Gedangan Bakery

Ketika tahapan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM tergabung telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah pendaftaran potensi desa wisata oleh UMKM lokal Desa Gedangan di Google. Google merupakan salah satu *platform* pencarian terbesar dengan jangkauan yang sangat luas. Oleh karena itu, alasan untuk mendaftarkan UMKM lokal tergabung Desa Gedangan di Google agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas dan membangun *branding* yang baik. Selain itu, pendaftaran UMKM di Google harapannya agar pengunjung lebih mudah menemukan melalui Google Maps.



Gambar 5. Pendaftaran UMKM Gedangan Bakery di Google Maps

Tahapan selanjutnya yaitu perancangan wisata potensi desa melalui Instagram @visitgedangan oleh pelaku UMKM di Desa Gedangan yang dilakukan agar pengemasan wisata kuliner dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat. Penamaan Visit Gedangan dikarenakan *visit* yang artinya mengunjungi sedangkan Gedangan merupakan nama desa.

Penamaan tersebut menjadi sebuah *icon* baru agar mudah di ingat oleh masyarakat Desa Gedangan dan luar Desa Gedangan. Pembuatan media sosial ini harapannya memiliki dampak baik untuk para palaku UMKM lokal dan juga sebagai sarana informasi kegiatan di Desa Gedangan. Sehingga masyarakat dengan mudah mengakses melalui media sosial instagram @visitgedangan. Media sosial tersebut akan dikelola sepenuhnya oleh pihak pemerintah desa yang sebelumnya sudah diberi pendampingan khusus, seperti *editing* untuk postingan dan penggunaan media sosial yang tepat.



Gambar 6. Instagram Visit Gedangan

Setelah perancangan wisata potensi desa melalui Instagram @visitgedangan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Gedangan rampung, tahap selanjutnya yaitu melakukan asistensi dengan cara evaluasi dengan Pemerintah Desa Gedangan. Kegiatan terakhir ini merupakan sebuah acuan dan bahan evaluasi pada program ini. Karena akan memberikan dampak perubahan yang baik kedepannya. Hasil dari asistensi adalah masukan mengenai perancangan Visit Gedangan. Selain itu, didapat juga masukan untuk melakukan *re-branding* terhadap profil desa dalam perancangan wisata potensi oleh UMKM lokal Desa Gedangan.

KESIMPULAN

Perancangan wisata potensi desa melalui Instagram @visitgedangan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Gedangan merupakan langkah yang dipilih untuk memajukan perekonomian warga setempat. Hal ini dikarenakan UMKM sebagai jenis usaha skala kecil dan menengah yang memiliki peranan dalam menciptakan sebuah lapangan pekerjaan dan pengurangan kemiskinan. Dalam merancang wisata potensi desa melalui Instagram oleh UMKM lokal ini diperlukan beberapa tahapan, yaitu pemetaan UMKM melalui pendataan, pelatihan strategi marketing, pendampingan UMKM melalui *re-branding* kemasan dan logo, pendaftaran UMKM di Google, perancangan melalui media sosial Instagram, serta asistensi dan evaluasi dengan Pemerintah Desa. Harapannya dengan dibuatnya perancangan wisata potensi desa oleh UMKM lokal yang diimplementasikan dalam peta wisata menjadi salah satu media informasi, sosialisasi, sekaligus edukasi bagi warga desa untuk dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola dan memasarkan usahanya.

REFERENSI

- Febriyanti, R., Efendi, F. B., Arumsari, D. N., & Evanthi, A. (2022). Optimalisasi Perancangan Wisata UMKM Terpadu Kendangsari, Surabaya Melalui Digital Branding. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 293-301.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Perguna, L. A., Irawan, I., Tawakkal, M. I., & Mabruri, D. A. (2020). Optimalisasi Desa Wisata Berbasis UMKM Melalui Destination Branding. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 204-214.
- Putri, T. N., Azhar, Y., & Geusanrumaksa, M. (2021). Peta Wisata Digital Menuju Desa Cimenyan Desa Wisata Aman Pasca Pandemi. *Prosiding SENAPENMAS*, 837-848.
- Sihombing, N. L. N. (2018). MODEL PENDAMPINGAN UKM DIKOTA TANGERANG SELATAN. *Prosiding Sembadha*, 1, 84-90.