PENGEMBANGAN UMKM DAN PARIWISATA TERDAMPAK DI ERA PANDEMI COVID-19 DI DESA DUYUNG KECAMATAN TRAWAS KABUPATEN MOJOKERTO

Wahyu Nugroho*
Dwi Wahyu Prasetyono

Universitas Wijaya Putra

Abstract *The purpose of this community service program is to build a tourist identity for "Gunung Mas" and increase tourist visits to "Gunung Mas" tourism. The problem with partners is the lack of public interest in visiting tours and the lack of media promotion and branding from "Gunung Mas" tourism, the buffer sector (MSMEs) who are not willing to make product innovations. The method of carrying out activities is through the provision of facilities, counseling and assistance in developing "Gunung Mas' climbing tourism on an ongoing basis, training and mentoring to target partners about marketing or promoting content on social media, as well as training in making innovative products. The result of implementing this activity is increasing facilities climbing, carrying out training and mentoring tourism promotion and branding as well as manufacturing innovative products processed by sweet potatoes and mushrooms, partners are able to make innovative products in the form of ready-to-eat forzen food and mushrooms, product branding and labels, and there is an increase in tourist visits by 10%.*

Key word *climbing tourism, innovative products, empowerment*

Abstak Tujuan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah terbangunnya identitas wisata "Gunung Mas" dan meningkatnya kunjungan wisatawan di wisata "Gunung Mas". Permasalahan mitra yaitu kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi wisata dan masih minimnya media promosi dan branding dari wisata "Gunung Mas", sektor penyangga (UMKM) yang belum mau membuat inovasi-inovasi untuk produk. Metode pelaksanaan kegiatan melalui pengadaan fasilitas, penyuluhan dan pendampingan mengembangkan wisata pendakian "Gunung Mas" secara berkelanjutan, pelatihan dan pendampingan kepada mitra sasaran tentang memasarkan atau mempromosikan sebuah konten di dalam media sosial, serta pelatihan pembuatan produk inovatif. Hasil pelaksanaan kegiatan ini yaitu bertambahnya fasilitas pendakian, terlaksana pelatihan dan pendampingan promosi dan branding wisata serta pembuatan produk inovatif olahan ubi dan jamur, mitra mampu membuat produk yang inovatif dalam bentuk forzen food dan jamur siap konsumsi, branding produk dan label, serta ada peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 10%.

Kata kunci wisata pendakian, produk inovatif, pemberdayaan

* Corresponding author: Wahyu Nugroho
email: wahyunugroho@uwp.ac.id

http://doi.org/10.38156/sjpm.v2i01.240
Received March 30, 2023; Received in revised form April 12, 2023; Accepted April 25, 2023 Available online April 30, 2023

PENDAHULUAN

Desa Duyung terletak di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Desa Duyung memiliki luas desa 223.60 hektar, dengan batas utara adalah hutan milik Perhutani, batas selatan oleh desa Kesiman, batas sebelah barat desa Penanggungan, dan sebelah timur dibatasi Desa Belik dan hutan milik Perhutani. Desa Duyung berada di ketinggian 700m diatas permukaan laut, dengan suhu udara rata-rata 30 celsius. Desa Duyung memiliki potensi kuliner berupa Durian. Masyarakat Desa Duyung merupakan pemasok buah durian dan jamur. Selain itu, Desa Duyung juga memiliki potensi wisata lainnya, seperti hamparan sawah yang luas, agrowisata terkenal seperti Fresh Green, Duyung Trawas Hill, dan lain-lain.

Kondisi lingkungan Desa Duyung, Kecamatan Trawas dikelilingi oleh persawahan dan Kafe. Pekerjaan setiap kepala di masyarakat Desa Duyung tersebut terdiri dari buruh tani, pemasok jamur dan durian, serta UMKM yang dikelola oleh perorangan di desa tersebut. Dengan demikian, peluang atau potensi yang bisa digali adalah membuat inovasi dari buah durian atau jamur menjadi makanan/jajanan siap saji yang dapat dijual tak hanya di daerah sekitar Desa Duyung. Akan tetapi, yang menjadi kendala mengapa potensi UMKM durian dan jamur belum berkembang dikarenakan pemasok jamur di desa Duyung yang dapat dihitung jari masih minim kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya inovasi dan promosi produk bagi seorang wirausahawan, tidak ada kemauan untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam membuat model produk makanan selain durian dan jamur yang menjadi produk andalan masyarakat Desa Duyung, dan masih minimnya sarana media promosi produk bagi UMKM.

Tidak hanya potensi kuliner durian, terdapat juga sebuah tempat wisata indah dan asri yaitu "Gunung Mas" yang selama ini belum begitu terekspos dan dikenali oleh masyarakat luar. Sehingga selain durian yang menjadi icon Desa Duyung, tempat wisata alam "Gunung Mas" juga bisa menjadi icon Desa Duyung jika dikelola dan perkenalkan dengan baik. Terdapat beberapa kendala atau tantangan dalam mitra usaha dan tempat wisata di Desa Duyung terutama di era pandemi COVID-19 yang menyebar luas hingga membuat UMKM dan tempat wisata sepi dan tidak banyak pengunjung sehingga membuat menurunnya kualitas pemasaran atau pengembangan UMKM dan tempat wisata Desa Duyung sehingga berimbas pada pendapatan yang tidak stabil untuk para UMKM di Desa Duyung Kecamatan Trawas.

Permasalahan yang dihadapi mitra antara lain; kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi atau datang ke wisata pendakian "Gunung Mas", masih minimnya sarana media promosi dan branding dari wisata pendakian "Gunung Mas", sektor penyangga (UMKM) yang belum mau membuat inovasi-inovasi untuk produknya, dan masih belum adanya sentra pasar yang dapat menampung produk- produk lokal baik dalam bentuk belum atau sudah diolah khususnya di sekitaran Desa Duyung.

Permasalahan umum yang sudah dijabarkan di atas, permasalahan prioritas atau utama dari Desa Duyung yang menjadi perhatian Kelompok 3 KKN Universitas Wijaya Putra adalah kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi atau datang ke "Gunung Mas", masih minimnya sarana media promosi dan branding dari wisata "Gunung Mas", dan yang terakhir adalah sektor penyangga (UMKM) yang belum mau membuat inovasi-inovasi untuk produknya.

Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut, antara lain; membuat obyek atau spot yang dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi atau mendaki ke "Gunung Mas", menyusun rencana atau solusi yang ditawarkan dari permasalahan ini adalah dengan melakukan promosi serta branding wisata „Gunung Mas" lewat sosial media seperti instagram, tiktok, atau platform media lain sehingga dapat menjangkau masyarakat luas, dan mengingat usaha budidaya jamur dan ubi cilembu di Desa Duyung dapat dihitung dengan jari, sehingga kami memfokuskan pada salah satu pelaku UMKM jamur tiram yang usahanya lebih unggul bernama pak Winarto serta pak Sanip dalam bidang ubi cilembu. Pembinaan UMKM tentang pengolahan potensi produk lokal agar produk memberikan daya tarik terhadap konsumen dan mempunyai citra khusus dari produk Desa Duyung tersebut, sehingga mempermudah para UMKM Desa Duyung untuk mengelola dan memasarkan produk yang dibuat.

Adapun target capaian dari permasalahan ini adalah agar terbangunnya identitas wisata "Gunung Mas" serta dikenalnya wisata "Gunung Mas" oleh masyarakat luar Desa Duyung, ada video promosi atau konten yang diunggah ke media sosial dapat menjangkau masyarakat baik di sekitar atau luar desa Duyung sehingga wisata pendakian Gunung Mas dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas, serta pengelola mampu mengelola konten secara berkelanjutan, dan mitra mampu mengolah produk mentah menjadi produk jadi yang lebih bernilai jual tinggi dan dapat dipasarkan di tempat sekitaran wisata Desa duyung atau di luar daerah melalui promosi lewat media sosial serta produk dapat terus dibuat secara berkelanjutan untuk ke depannya.

LITERATUR REVIEW

Judul bab boleh menggunakan KONSEPTUALISASI atau lainnya yang mencerminkan pembahasan kajian kepustakaan atau kajian teori. Bahasan dalam bab literatur review ini diperkirakan antara 1.500 – 2.000 kata. Substansinya adalah memaparkan diskusi teori (penjelasan teoritik) tentang fenomena yang terkait dengan permasalahan yang diangkat menjadi topik atau tema program PkM/*empowerment*/CSR, seperti pada sisi konseptualisasi, latar sebab, lingkup, dampak serta perlunya penyelesaian, arah, model dan pendekatan penyelesaian.

Pada bahasan bab ini perlu pula dijelaskan argumentasi atas relevansi alternatif inervensi yang dipilih untuk diberikan kepada kelompok sasaran. Bahwa program PkM/*empowerment*/CSR, dipandang sebagai penelitian terapan, karena itu bahasan tentang

pendekatan dan arah intervensi penyelesaian masalah merupakan paparan hipotesis yang diajukan. Paparan teori harus memperhatikan sisi *state of the art*, dengan menggunakan sumber referensi 10 tahun terakhir serta sumber primer, sesuai yang dipersyaratkan.

Apabila ada **sub bab** dan **sub sub-bab**, makan judul sub bab ditulis dalam huruf tebal, dan sub sub-bab ditulis tebal dan miring.

Pemberdayaan

Pemberdayaan masyarakat adalah usaha untuk mengembangkan kemampuan masyarakat melalui penguatan kelembagaan masyarakat guna menciptakan kemandirian agar terlepas dari kemiskinan (Yulita & Supriyanto, 2022). Sementara itu tahapan dalam pemberdayaan masyarakat meliputi: tahap penyadaran melalui sosialisasi dan penyampaian kesadaran potensi yang dimiliki, memberikan bukti-bukti yang memperkuat kesadaran masyarakat untuk turut berpartisipasi dan tahap memotivasi dan memunculkan inovasi dalam pengembangan desa wisata (Ambar dalam Wahyuningsih & Pradana, 2021). Pemberdayaan masyarakat juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata (Aminatuzzuhro et al., 2021).

Desa Wisata

Desa wisata merupakan model pengembangan wisata berbasis potensi-potensi yang dimiliki desa dalam bentuk tempat wisata dengan memperhatikan kearifan dan aspek kehidupan yang sudah ada sebelumnya di desa (Pratidina Santoso, 2022). Pengembangan desa wisata akan menimbulkan dan mengembangkan peran kelompok UMKM di wilayah sekitar (Ermawati & Pujianto, 2022). Pengembangan desa wisata desa dengan peningkatan sumber daya manusia yang terampil akan meningkatkan perekonomian desa, serta menjadi mitra kerja bisnis sebagai wadah untuk produk UKM (Endah Muliatie & Febrita Sarie, 2022).

METODE

Metode pendekatan untuk permasalahan ini adalah lewat pengadaan fasilitas dan penyuluhan atau pendampingan yang dapat membantu perkembangan wisata pendakian "Gunung Mas‟ secara berkelanjutan, diantaranya penyuluhan dan pemberian contoh kemungkinan penyebab kecelakaan selama pendakian dan bagaimana menanganinya, mengambil beberapa footage (baik gambar maupun video) yang nantinya dapat menjadi konten promosi untuk memperkenalkan Gunung Mas ke jangkauan yang lebih luas lewat media sosial, dan sosialisasi tentang bagaimana mempromosikan tempat wisata "Gunung Mas‟ dengan konten yang nantinya dapat diunggah ke sosial media.

Memberikan penyuluhan terkait pentingnya branding produk pada era digital saat ini, sosialisasi tentang bagaimana mempromosikan tempat wisata „Gunung Mas‟ dengan konten yang nantinya dapat diunggah ke sosial media, mempersiapkan/membantu

pembuatan akun sosial media untuk promosi atau memperkenalkan "Gunung Mas" ke khalayak umum, dan menerapkan hasil sosialisasi/penyuluhan dengan mem-posting konten yang telah dibuat baik oleh mitra sasaran dibantu oleh mahasiswa.

Penyiapan alat dan bahan yang dibutuhkan untuk mengolah produk, pemanfaatan produk lokal ubi cilembu menjadi frozen food yang lebih tahan lama dalam masa penyimpanan, pengolahan produk mentah jamur menjadi produk jadi yang siap konsumsi, membuat inovasi produksamiler dengan berbagai macam pilihan rasa, penyuluhan tentang pentingnya logo produk, pemilihan packaging yang tepat untuk produk-produk yang ada serta mengimplementasikan hasil sosialsiasi/demonstrasi minggu-minggu sebelumnya, dan penyuluhan dan pemberian contoh cara mempromosikan produk secara online melalui sosial media.

HASIL PELAKSANAAN DAN DISKUSI

Hasil kegiatan ini antara lain pemberian materi pelatihan dan pendampingan dalam hal pemahaman pentingnya keselamatan dan kesehatan selama melakukan pendakian kepada kader wisata melalui penyuluhan dan pemberian contoh kemungkinan penyebab kecelakaan selama pendakian dan bagaimana menanganinya, dalam hal ini mitra menjadi tahu dan paham bagaimana pentingnya keselamatan selama melakukan Pendakian dan bagaimana penanganannya.

Kegiatan selanjutnya adalah eksplorasi Gunung Mas dengan mengambil beberapa footage (baik gambar maupun video) yang nantinya dapat menjadi konten promosi untuk memperkenalkan Gunung Mas ke jangkauan yang lebih luas lewat media sosial. Footage ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan promosi.

Selanjutnya kegiatan sosialisasi pembuatan konten yaitu bagaimana mempromosikan tempat wisata "Gunung Mas" dengan konten yang nantinya dapat diunggah ke sosial media. Mitra dalam hal ini dapat memahami bagaimana cara pembuatan konten yang menarik untuk mempromosikan wisata "Gunung Mas".

Gambar 1 Pengembangan Wisata Pendakian

Hasil dari pembuatan konten tersebut kemudian diimplementasikan dengan mem-posting konten yang telah dibuat baik oleh mitra sasaran dibantu oleh mahasiswa, sehingga mitra dapat dimanfaatkannya secara berkelanjutan. Implementasi lainnya adalah pembuatan dan pengembangan akun sosial media khusus untuk "Gunung Mas" sebagai media promosi atau memperkenalkan "Gunung Mas" ke khalayak umum. Sasaran dari kegiatan ini adalah dapat menggunakan media yang nantinya dapat digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan "Gunung Mas" secara berkelanjutan.

Kegiatan lainnya yang dilakukan adalah Pemasaran tempat wisata "Gunung Mas". Kegiatannya diantaranya sosialiasasi branding produk wisata dengan memberikan penyuluhan terkait pentingnya branding produk pada era digital saat ini. Setelah mengikuti pelatihan ini, mitra sasaran dapat memahami pentingnya sebuah branding produk melalui media sosial yang mana diperlukan di era digital saat ini. Kegiatan berikutnya adalah pelatihan pemmbuatan konten promosi, yaitu bagaimana mempromosikan tempat wisata "Gunung Mas" dengan konten yang nantinya dapat diunggah ke sosial media. Mitra dapat memahami bagaimana cara pembuatan konten yang menarik untuk mempromosikan wisata "Gunung Mas".

Gambar 2 Pelatihan dan pendampingan pemasaran

Selain itu mitra juga dibantu dalam membuat dan mengembangkan akun sosial media khusus untuk "Gunung Mas", dengan mempersiapkan/membantu pembuatan akun sosial media untuk promosi atau memperkenalkan "Gunung Mas" ke khalayak umum, sehingga mitra dapat menggunakan media yang nantinya dapat digunakan sebagai wadah untuk mempromosikan "Gunung Mas" secara berkelanjutan. Selanjutnya dari pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki, mitra menerapkan hasil sosialisasi/penyuluhan dengan mem-posting konten yang telah dibuat baik oleh mitra sasaran dibantu oleh mahasiswa.

Kegiatan berikutnya adalah pembuatan produk oleh-oleh guna mendukung desa wisata, yaitu melalui peningkatan kapasitas dan kualiatas produk olahan ubi dan jamur. Kegiatan dimulai dengan penyiapan alat dan bahan yang dibutuhkan untuk mengolah produk, hal ini dilakukan agar mitra sasaran lebih mengetahui potensi produk lokal yang dapat dikembangkan guna mendukung desa wisata. Salah satu produk yang banyak didapat

di sekitar desa adalah ubi cilembu yang kemudian diolah menjadi frozen food yang lebih tahan lama dalam masa. Melalui pelatihan yang dibuat ubi cilembu menjadi berbagai inovasi baru.

Gambar 3 Pelatihan dan pendampingan pembuatan produk oleh-oleh

Produk berikutnya adalah pengolahan produk mentah jamur menjadi produk adi yang siap konsumsi. Setelah diadakan pelatihan dan pendampingan, mitra sasaran mampu mengolah potensi produk lokal jamur. Tim pelaksana juga memberikan pelatihan pembuatan inovasi produk samiler dengan berbagai macam pilihan rasa, sehingga mitra memiliki pilihan dalam membuat produk kudapan dan mampu menginovasikan produk yang sudah ada menjadi berbagai variasi yang lebih menarik dan bernilai jual lebih tinggi. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan pembuatan logo produk, packaging dan promosi melalui media sosial.

KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini menghasilkan banyak kegiatan bermanfaat bagi mitra sasaran yaitu pengelola mampu mengembangan wisata pendakian, pemasaran wisata dan pengembangan produk-produk olahan ubi cilembu dan jamur guna mendukung wisata desa. Hasil pelaksanaan kegiatan ini yaitu bertambahnya fasilitas pendakian, terlaksana pelatihan dan pendampingan promosi dan branding wisata serta pembuatan produk inovatif olahan ubi dan jamur, mitra mampu membuat produk yang inovatif dalam bentuk forzen food dan jamur siap konsumsi, branding produk dan label, serta ada peningkatan kunjungan wisatawan sebesar 10%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Wijaya Putra, Pusat Pengabdian kepada Masyarakat LPPM UWP yang telah mengelola pelaksanaan KKN ini, seluruh kader wisata "Gunung Mas" dan Pemerintah Desa Duyung, Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto.

PERNYATAAN BEBAS KONFLIK KEPENTINGAN

Seluruh isi dan gambar dalam artikel ini bebas dari konflik kepentingan dengan pihak manapun.

REFERENSI

Aminatuzzuhro, A., Iswoyo, A., Fauzuddin, Y., & Rizqiawan, H. (2021). PPM BUM DESA GOSARI KECAMATAN UJUNG PANGKAH KABUPATEN GRESIK. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, *4*, 1349–1355. https://doi.org/10.37695/PKMCSR.V4I0.1327

Endah Muliatie, Y., & Febrita Sarie, R. (2022). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT UNTUK MENGGALI POTENSI DESA WISATA DI PRIGEN PASURUAN. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, *5*, 1–10. https://doi.org/10.37695/PKMCSR.V5I0.1691

Pratidina Santoso, A. A. (2022). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM DESA WISATA DI KELURAHAN KANDRI KECAMATAN GUNUNGPATI KOTA SEMARANG PROVINSI JAWA TENGAH. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 33–48. https://doi.org/10.33701/j-3p.v7i2.2930

Ermawati, Y., & Pujianto, P. (2022). Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Kelompok UMKM Di Desa Wisata. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK)*, 385–392. https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/prosiding/article/view/5279

Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA HENDROSARI MELALUI PENGEMBANGAN DESA WISATA LONTAR SEWU. *Publika*, 323–334. https://doi.org/10.26740/PUBLIKA.V9N2.P323-334

Yulita, V., & Supriyanto, S. (2022). EFEKTIFITAS PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA MELALUI BUMDES BAROKAH SEJAHTERA (STUDI DI DESA RANDU PADANGAN, GRESIK). *JISP (Jurnal Inovasi Sektor Publik)*, *2*(2), 85–95. https://doi.org/10.38156/JISP.V2I2.144