

PENGEMBANGAN AGROPREUNERSHIP DAN DIGITALISASI DALAM UPAYA BRANDING DESA WISATA WONOLOPO

Meike Amelia hanifah, Shabrina Mirza, Kholifatul Afwah, Salsabila Rahma, Alfi Widiyanto, Galih Ratna, Alif Hardika, Jian Janata, Siti Muzdalifah, Ahmad Miftakhul, Tirta Ramadhani, Javier Rayhan, Muhammad Munsarif

Team PHP2D BEM KM Universitas Muhammadiyah Semarang
unimusbemkm@gmail.com

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Indonesian economy have a great role and potential in developing sectoral and national economies. MSME actors in Wonolopo Village, Mijen District, Semarang City are still facing problems related to the lack of public knowledge about Digital Marketing strategies. This limitation is an important problem for MSMEs in developing their business. So in this study we will describe the branding development efforts made to the people of Wonolopo Village. Several activities will be carried out in the form of regular socialization activities every week. In its implementation, only 20 participants were able to take part, due to the ongoing condition of the implementation of the Community Activity Restrictions (PPKM). As a result of this activity, it is hoped that the participants who take part can be more open in knowledge about how to promote the potential of Wonolopo Village by following the times.

Keywords: MSME, Digital Marketing, Tourism Village, php3d, desa wonolopo, desa wisata.

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian sektoral maupun nasional. Pelaku UMKM di Desa Wonolopo, Kecamatan Mijen, Kota Semarang masih menghadapi permasalahan yang terkait kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap Digital Marketing strategi. Keterbatasan ini merupakan permasalahan yang penting bagi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Sehingga dalam penelitian ini kami akan memaparkan upaya pengembangan branding yang dilakukan kepada masyarakat Desa Wonolopo. Beberapa kegiatan akan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan sosialisasi yang rutin setiap minggu. Dalam pelaksanaannya hanya 20 peserta yang dapat mengikuti, sehubungan masih dalam kondisi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang terus menerus berkelanjutan. Hasil dari kegiatan ini, diharapkan para peserta yang mengikuti dapat lebih terbuka secara pengetahuan tentang bagaimana cara mempromosikan potensi Desa Wonolopo dengan mengikuti perkembangan zaman.

Kata kunci: UMKM, Digital Marketing, Desa Wisata.

PENDAHULUAN

Desa Wonolopo merupakan salah satu desa wisata yang terletak pada Kelurahan Wonolopo, Kecamatan Mijen, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Letak Desa Wonolopo sangat strategis karena dilalui jalur utama Jalan raya Semarang - Boja, Kabupaten Kendal. Desa Wonolopo memiliki tanah yang subur, udara sejuk, dan panorama alam yang masih asri, dengan masih kuatnya budaya asli masyarakat Wonolopo dan memberikan kesan yang memiliki nilai edukasi dan kesederhanaan. Desa wisata memang memiliki daya tarik kuat untuk mendatangkan wisatawan lokal maupun manca negara. Akses menuju Desa Wonolopo juga mudah dijangkau.

Desa Wonolopo telah dinobatkan sebagai desa wisata oleh Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2012. Namun, hingga saat ini eksistensi desa Wonolopo sebagai desa wisata belum banyak diketahui oleh masyarakat umum. Selain itu, keterampilan masyarakat dalam mengolah sumber daya alam masih terbatas, hanya terpaku pada cara tradisional. Hal ini yang menyebabkan Desa Wonolopo belum mampu bersaing dengan desa wisata lainnya. Promosi yang belum menerapkan cara yang lebih modern, sedangkan seharusnya pengembangan Desa wisata dan sumber daya alam dapat menggunakan cara berbasis digital yang disesuaikan seiring perkembangan zaman. Kurangnya edukasi pengetahuan masyarakat, khususnya para pembudidaya tentang bagaimana mengolah hasil sumber daya mereka menjadi produk yang bervariasi, proses promosi, dan pemasaran masih kurang. Hal ini menjadi kendala dalam pengembangan desa wisata dan optimalisasi sumber daya alam Desa.

Masyarakat di kelurahan Wonolopo terdiri dari 10 RW, di setiap RW memiliki potensi sumber daya manusia dan hasil alam yang mendukung untuk menarik wisatawan berkunjung di kelurahan Wonolopo. Potensi tersebut berupa kawasan wisata tracking dan embung yang memperlihatkan pemandangan desa yang asri,

Kurangnya edukasi pengetahuan tentang pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional. Maka dari itu perlu diadakanya metode pemasaran yang dilakukan secara modern menggunakan digital marketing strategi sehingga dapat di jangkau oleh masyarakat luas. Selain itu adanya potensi sebagai desa wisata yang belum di kembangkan dari segi promosi, dan pemasaran, diperlukan adanya gerakan masyarakat dalam pengembangan desa wisata dan peningkatan pemasaran hasil produksi UMKM.

METODE

Upaya pengembangan yang dilakukan untuk masyarakat pelaku UMKM di Desa Wonolopo, dilaksanakan melalui beberapa kegiatan yang telah disusun. Kegiatan ini diselenggarakan sebagai upaya dalam bentuk *workshop* yang dilaksanakan rutin seminggu sekali.

Metode pelaksanaan yang di lakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

Pertama, Workshop dan pelatihan packaging. Metode ini dilakukan untuk melatih masyarakat dalam melakukan pengelolaan, pemasaran dan promosi melalui media internet dalam penjualan produk lokal dan memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di Desa Wonolopo.

Kedua, pembuatan sosial media dan sosialisasi penggunaan internet.

Dalam metode ini masyarakat diajarkan mengenai bagaimana cara pemasaran atau penjualan melalui laman digital, baik itu e-commerce ataupun media sosial lainnya. Pengembangan e-commerce melalui shopee, tokopedia, dan website dapat mengembangkan peningkatan yang cukup stabil mengingat tujuan utama adalah pengembangan dan penguatan ekonomi serta sumber daya manusia terkait.

Ketiga, implementasi teknik branding dan marketing. Metode ini adalah proses promosi jual beli yang akan di praktekkan masyarakat secara langsung melalui e-commerce ataupun social media maupun website. Hal ini dilakukan guna melaksanakan program "Branding Desa" agar kekuatan ekonomi dan sumber daya manusia di Desa Wonolopo semakin berkembang dan menguat.

Mengingat kemajuan teknologi era 4.0 dan 4.1 menyongsong demi desa yang berkemajuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi warga Desa Wonolopo yaitu kurangnya informasi yang di dapat masyarakat secara luas. Masyarakat kurang memanfaatkan potensi alam secara maksimal. dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pemasaran produk yang di hasilkan, Sehingga belum adanya pengolahan promosi secara modern mengenai Desa Wonolopo. Maka dari itu kami membantu pengembangan agropreneurship dan digitalisasi dalam upaya branding Desa wisata Wonolopo. Adapun beberapa kegiatan yaitu:

Workshop dan pelatihan packaging



Kegiatan Sosialisasi dan Pengenalan Program dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2021. Kegiatan ini dilakukan di aula Kelurahan Wonolopo yang dihadiri 10 peserta dari tiap tiap rw, dan karang taruna Desa Wonolopo. Dalam kegiatan sosialisasi program kami dari tim PHP2D menjelaskan terkait program yang akan diusung selama 5 bulan kedepan. Penyampaian program dijelaskan oleh ketua panitia dan pendamping dari PHP2D Unimus.

Kemudian di lanjut Kegiatan Pelatihan Pengolahan Higienisanitasi makanan bersertifikasi BSNP pada tanggal 21 Agustus 2021, Kegiatan ini dilakukan di aula Kelurahan Wonolopo yang dihadiri 15 peserta dari pelaku umkm yang ada di Desa Wonolopo.

Pelaku umkm diajarkan bagaimana cara mengolah makanan yang baik, sehat dan terhindar dari penyakit. Pemateri menjelaskan juga terkait pentingnya dalam menjaga kebersihan saat mengolah makanan dan kebersihan tempat pengolahan makanannya.

Pembuatan sosial media dan sosialisasi penggunaan internet



Kegiatan sosialisasi penggunaan internet di laksanakan pada tanggal 15 Agustus 2021. Kegiatan ini dilakukan di aula Kelurahan Wonolopo yang dihadiri 15 peserta dari pelaku umkm yang ada di Desa wonolopo. Dalam kegiatan workshop pemasaran dan promosi pelaku umkm diajarkan bagaimana cara memperluas pasar dengan cara yang lebih maju atau mengikut jaman, dalam workshop pemasaran dan promosi pemateri juga menjelaskan tentang cara mempromosikan produk ke dalam platform e- commeers yang telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti shopee, tokopedia, dan website. Kegiatan ini dilakukan untuk membekali masyarakat dalam hal strategi pengemasan produk yang dijual dan strategi pemasaran melalui laman digital.

Implementasi teknik branding dan marketing



kegiatan implementasi teknik branding dan marketing dilaksanakan selama 3 hari pada tanggal 22-23 Oktober 2021. Kegiatan ini bertujuan untuk Branding produk yang dilakukan melalui beberapa cara yaitu, membuat logo dan packaging yang unik sehingga produk lebih menarik dan nilai jual nya pun semakin tinggi. brand atau merk dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian orang terhadap produk tertentu. Hal ini tentu saja dapat berpengaruh besar terhadap efektifitas dan efisiensi pemasaran produk.

Setelah kami optimalkan produk dalam segi branding kami juga mempromosikan produk pada platform e- commeer yang sudah kami sediakan seperti shopee, tokopedia, dan website.

SIMPULAN

Dengan adanya berbagai workshop dan kegiatan yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Desa Wonolopo, serta semakin berkembangnya UMKM di Desa Wonolopo sesuai dengan strategi yang lebih modern. Dan Desa Wonolopo bisa menjadi destinasi Desa wisata baru, wisata yang lebih dikenal di kancan daerah,nasional dan internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD) yang telah

mendanai kegiatan Program Holistic Pembinaan dan Pemberdayaan Desa(PHP2D), dan untuk Dosen yang di tugaskan untuk jadi pembimbing PHP2D BEM KM UNIMUS tahun 2021. Terimakasih pula kepada mahasiswa BEM KM UNIMUS yang telah bersama-sama melakukan kegiatan di Desa Wonolopo.

DAFTAR PUSTAKA

- Pradana RA. (2016). Analisis program pembangunan desa wonolopo di kota semarang.
<https://104162-ID-analisis-program-pembangunan-desa-wisata.pdf>
- A. Bambang. (2020).Pengembangan UMKM Digital dimasa pandemi Covid19.
<https://jurnal.plb.ac.id/index.php/atrabis/article/view/512>
- F.Yessi.M.Samsul.(2017). Manfaat Pengembangan Desa Wisata Wonolopo terhadap Kondisi Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan Masyarakat Lokal.
<http://garuda.ristekdikti.go.id/>