

PENGEMBANGAN DESAWISATA MENJADI DESA MANDIRI MELALUI MEDIA SOSIAL DI DESATEBEL, KECAMATAN GEDANGAN, SIDOARJO

¹RUCHAN SANUSI, ²SAVIRA AISYAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS,
Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No. 14, Ketintang, Gayungan, Surabaya, Jawa Timur

e-mail: ¹ruchan@ubhara.ac.id, ²savirahavidz@gmail.com,

ABSTRAK

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata menyajikan tema-tema unggulan yang ditawarkan kepada para wisatawan. Desa Tebel Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu desa yang menawarkan diri sebagai desa wisata. Salah satu tema yang ada adalah desa wisata Kampung Literasi Bendo Macrame. Kampung Literasi Bendo Macrame menyajikan berbagai edukasi terhadap masyarakat sekitar dan pengunjung. Pengembangan Kampung Literasi Bendo Macramé dilakukan dengan pemberdayaan UMKM dan pemanfaatan media sosial sebagai pemasarannya. Keberadaan UMKM dalam desa wisata Kampung Literasi Bendo Macrame diharapkan mampu menambah lapangan pekerjaan guna meningkatkan pendapatan masyarakat, sedangkan penggunaan media sosial akan mempercepat pengenalan desa wisata Kampung Literasi Bendo Macramé. Adanya Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik diharapkan mampu membantu masyarakat desa Tebel lebih produktif, inovatif dan kreatif dalam pengelolaan desa wisata Kampung Literasi Bendo macramé. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan pemberdayaan UMKM dan penggunaan media sosial akan mempercepat desa Tebel menuju desa yang mandiri.

Kata Kunci : literasi, macrame, wisata desa, aloe vera

1. PENDAHULUAN

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Wiendu:1993). Desa Wisata merupakan suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, akomodasi, makanan-minuman, cinderamata, dan kebutuhan wisata lainnya (soetarso dan mulyadin;2013).

Pengembangan pariwisata pedesaan didorong oleh tiga faktor. Pertama, wilayah pedesaan memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih otentik daripada wilayah perkotaan, masyarakat pedesaan masih menjalankan tradisi dan ritual-ritual budaya dan topografi yang cukup serasi. Kedua, wilayah pedesaan memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli atau belum banyak tercemar oleh ragam jenis

polusi dibandingkan dengan kawasan perkotaan. Ketiga, dalam tingkat tertentu daerah pedesaan menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal secara optimal merupakan alasan rasional dalam pengembangan pariwisata pedesaan.

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara.

Media sosial merupakan sarana yang paling diminati oleh pengelola tempat wisata maupun UMKM dalam mengembangkan bisnisnya. Media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat, hal ini disebabkan kecepatan menerima informasi lewat internet. Dengan akses yang mudah dan cepat ini, maka media sosial dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk lebih berani mempromosikan produk produknya. Pemanfaatan media sosial dan jaringan internet yang sangat luas dengan tidak adanya batasan waktu dan wilayah diharapkan menjadi mediapemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk usahanya.

Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antarpengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, penyalur, pemasok dan berbagai pihak yang berkepentingan; kapanpun dan dimanapun berada. Sosial media sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek suatu produk (Swasta Priambada, 2015).

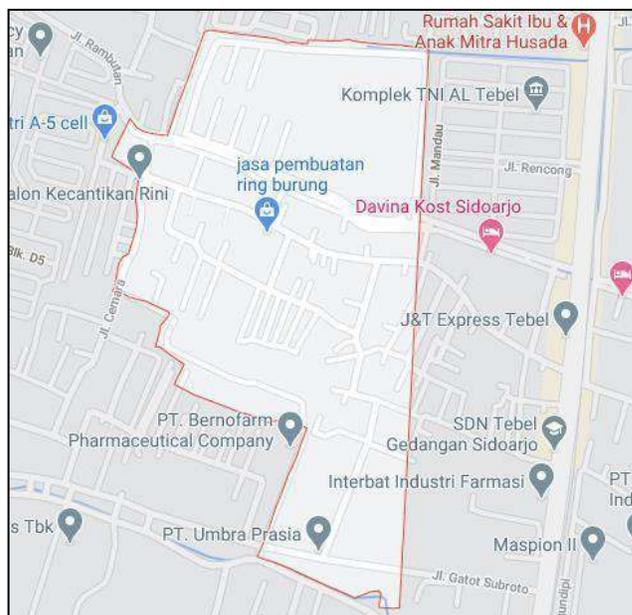
Kegiatan Kuliah Kerja Nyata adalah suatu bentuk pendidikan bagi mahasiswa secara intrakurikuler dan interdisipliner yang memadukan pelaksanaan Tri Darma dengan metode pemberian pengalaman belajar dan bekerja kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pengalaman empiris untuk hidup ditengah-tengah masyarakat luar kampus. Kuliah kerja nyata secara langsung akan menunjukkan keterkaitan langsung antara dunia pendidikan dan upaya perwujudan kesejahteraan masyarakat.

Dalam merealisasikan dan mencapai tujuan tersebut diatas, maka kegiatan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 10 Universitas Bhayangkara Surabaya mengambil lokasi di Desa Tebel, Gedangan, Sidoarjo. Sumber daya manusia dan kondisi lingkungan desa Tebel yang mendukung menjadikan kegiatan pengembangan desa wisata Kampung Bendo Macrame melalui pemberdayaan UMKM dan pembentukan kelompok sadar wisata serta pemanfaatan media sosial dapat terlaksana dengan baik.

Dalam pengembangan desa wisata kampung Bendo Macrame di desa Tebel kecamatan Gedangan kabupaten Sidoarjo, maka ditambahkan beberapa spot foto mural, plakat jalan, penghijauan, tempat cuci tangan. Hal ini dilakukan agar para wisatawan merasa nyaman ketika datang berwisata. Pemberdayaan warga melalui UMKM diharapkan para pelaku UMKM dapat menjual produknya atau menjadi buah tangan oleh wisatawan.

2. ANALISIS SITUASIONAL

Kegiatan KKN TEMATIK 2020 dilaksanakan di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo. Desa ini juga disebut dengan kampung literasi, pasalnya kampung ini banyak menyajikan edukasi-edukasi yang sangat positif terhadap masyarakat sekitar.



Berdasarkan data yang didapat bahwasannya luas wilayah kecamatan gedangan seluas 24.06 km², terdiri dari 15 desa, salah satunya yaitu desa Tebel. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani, peternak, maupun membuka usaha rumahannya. Kurangnya pengetahuan mengenai promosi melalui media *online* adalah salah satu hambatan pengenalan obyek wisata dan pemasaran produk lokal di desa ini karena sebagian besar penduduknya adalah pengusaha. Kegiatan KKN di desa ini diharapkan bisa membantu warga untuk bisa memasarkan produknya melalui media *online* dan mengenalkan obyek wisata kampung literasi Bendo Macrame agar jangkauan pemasaran lebih luas dan mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN kelompok 10 dalam pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui kondisi yang ada di masyarakat. Selanjutnya menentukan program kegiatan pengabdian berdasarkan analisis dari permasalahan yang ada dan telah disepakati bersama dan mendapatkan persetujuan dari tokoh masyarakat desa Tebel.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan masyarakat desa Tebel, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Metode yang dilakukan yaitu penyuluhan kepada masyarakat mengenai pemasaran produk usaha warga (UMKM) serta wisata Bendo Macrame Desa Tebel melalui media sosial. Selanjutnya melakukan pendataan UMKM melalui observasi dan wawancara untuk mengamati kegiatan atau proses pembuatan produk usaha yang ada di desa Tebel, serta untuk menjangkau data atau informasi yang bersifat deskripsi mengenai produk usaha untuk di publikasikan kepada masyarakat luas melalui media sosial yang dibuat.

Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan media sosial dan pelatihan serta praktek yang bertujuan agar warga yang memiliki usaha di desa ini bisa mempromosikan Bendo Macrame dan usaha UMKM mereka, yang telah dirancang oleh Mahasiswa KKN Tematik Kelompok 10 Universitas Bhayangkara Surabaya agar warga di Desa Tebel dapat memanfaatkan sebagai sarana promosi serta publikasi produk usaha mereka dengan efisien, baik dan benar.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui media sosial maupun *online* para pelaku usaha maupun warga di desa Tebel ini diharapkan bisa lebih mudah untuk memasarkan produk serta Bendo Macrame agar masyarakat lain atau konsumen dapat mengetahui secara lebih detail.



Gambar 1. Bagan Metode Pelaksanaan



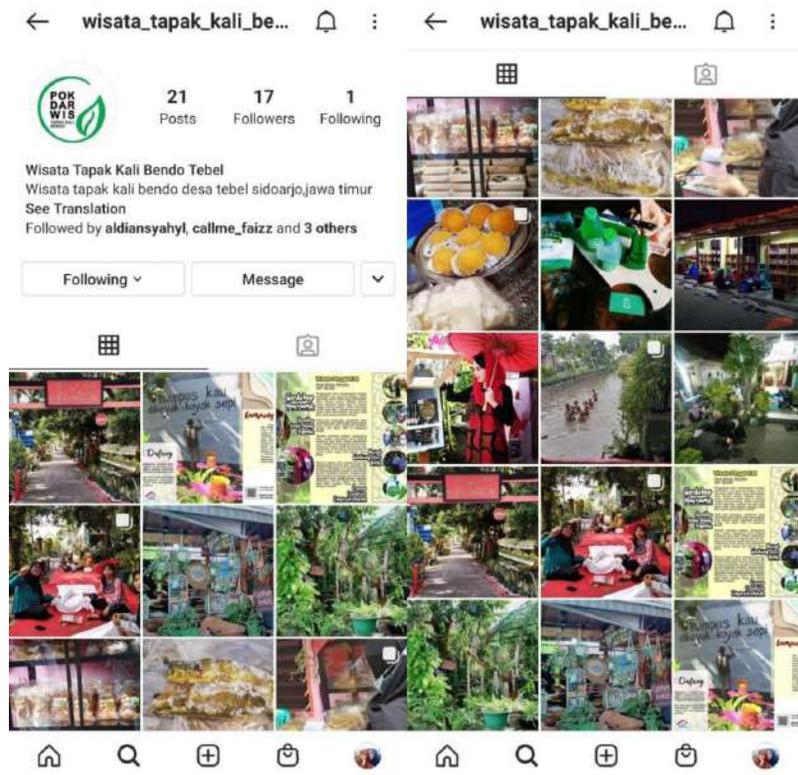
Mengetahui produk apa saja yang dihasilkan di desa ini. Masyarakat maupun warga pelaku usaha juga bisa mendapatkan ide ataupun inspirasi desain dan produk lainnya dengan menggunakan media sosial ini.

Dengan dilakukan penyuluhan atau sosialisasi terlebih dahulu mengenai pemasaran produk lokal melalui media sosial, diharapkan warga ataupun masyarakat dapat mengerti akan pentingnya pemasaran

offline dan *online*. Pendataan dilakukan guna mengetahui berapa banyak usaha yang ada di desa Tebel sehingga dari data yang didapatkan informasi mengenai usaha tersebut akan dimasukkan ke media sosial. Setelah mendapatkan data serta informasi dari pemilik usaha, maka dibuatlah media sosial agar para pemilik usaha dapat mengembangkan usahanya dan mengenalkan usahanya melalui media sosial maupun media online.

Berikut adalah tampilan media sosial dari UMKM desa Tebel yang telah dibuat:

1) Media Sosial



Media sosial yang dipilih untuk mempromosikan UMKM adalah Media *Instagram*. Karena media sosial ini dirasa paling mampu untuk mempromosikan suatu usaha dengan cepat, efektif, dan murah. Tampilan profil media sosial *Instagram* yang dipakai adalah @wisata_tapak_kali_bendo. Setelah dibuat media sosial *Instagram*, maka diadakan pelatihan serta praktek menggunakan media sosial tersebut guna para pengusaha bisa mengetahui cara mempromosikan dan mempublikasikan usaha mereka melalui media tersebut.



2) Pokdarwis

Tabel 1.

DAFTAR HARGA BAHAN DAN PERALATAN MURAL

NO.	BAHAN BAKU	HARGA	TOTAL
1.	Cat Avian 1000cc	Rp. 80.000.-	Rp. 800.000,-
2.	Cat Avian 200cc	Rp. 24.000.-	Rp. 24.000,-
3.	Cat Avian 500cc	Rp. 35.000.-	Rp. 140.000,-
4.	Kuas	Rp. 7.500.-	Rp. 75.000,-



Spot foto mural ditemukan saat berkunjung ke Desa Tebel yang terletak di kecamatan Gedangan, kabupaten Sidoarjo. Karena jumlah warga yang terhitung sedikit, Desa Tebel pun tidak begitu dikenali. Namun berkat kreativitas warga serta adanya KKN Tematik 2020 Universitas Bhayangkara Surabaya, Desa Tebel dapat berubah menjadi destinasi wisata yang lebih menarik.

Tabel 2.

DAFTAR HARGA BAHAN DAN PERALATAN PLAKAT

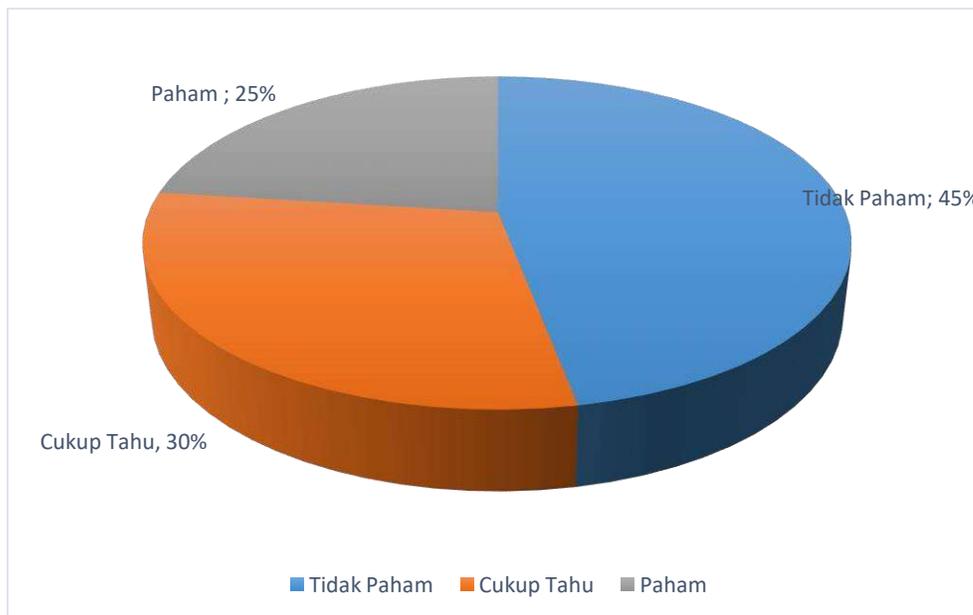
NO.	BAHAN BAKU	HARGA	TOTAL
1.	Kawat	Rp. 4.500.-	Rp. 4.500,-
2.	Kayu	Rp. 35.000.-	Rp. 350.000,-
3.	Paku	Rp. 7.500.-	Rp. 7.500,-
4.	Papan kayu	Rp. 35.000.-	Rp. 350.000,-
5.	Semen	Rp. 2.500.-	Rp. 2.500,-



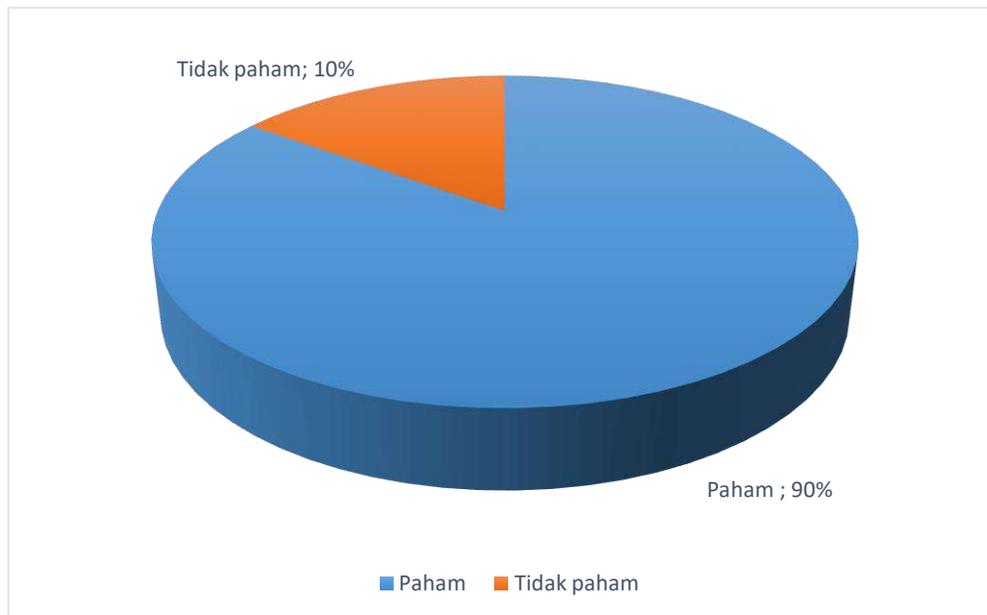
Melihat masih banyak lahan kosong yang belum dimanfaatkan Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Universitas Bhayangkara Surabaya bersama warga desa , tokoh masyarakat dan perangkat desa Tebel melakukan upaya penghijauan dengan cara menanam pohon di di area-area lahan kosong guna mendukung desa wisata.Membuat plakat pada tiap sudut jalan dapat dijadikan spot foto yang unik layaknya Malioboro.



Selain Bendo Macrame, warga juga memiliki hal-hal kreatif lain dalam bentuk eco green. Dapat dijadikan daya tarik tersendiri untuk para wisatawan. Berbagai macam kegiatan yang sudah dilakukan oleh kampung Literasi Bendo Macrame ini, di antaranya yakni Bidang Literasi yang sudah mempunyai 9 tempat Mini libraries, Bendo Macrame yakni teknis pembuatan rajut dari tali dan lainnya, Budidaya ikan Lele, TPQ dan Budidaya tanaman Aloe Vera dari penanaman bibit, produksi minuman, packaging dan cara pemasarannya.Semuanya kegiatan-kegiatan tersebut di harapkan membawa dampak positif terhadap warga desa Tebel dan lebih-lebih bisa membari aura positif terhadap masyarakat Sidoarjo dan sekitarnya.



Gambar 2. Diagram sebelum sosialisasi



Gambar 3. Diagram sesudah sosialisasi

Dari diagram di atas terlihat sebelum dilakukan sosialisasi terhadap desa wisata menuju desa mandiri dengan media sosial dapat terlihat bahwa 45% masyarakat tidak paham, 25% paham, dan 30% cukup tahu. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih belum memahami media sosial (47%) walaupun sebagian lainnya hanya menyatakan cukup tahu saja dan tidak ada reaksi.

Setelah dilakukan sosialisasi terhadap masyarakat tentang desa wisata menuju desa mandiri dengan media sosial diketahui bahwa 90% masyarakat menyatakan paham dan 10% tidak paham. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang disampaikan peserta kuliah kerja nyata dapat memberikan pemahaman baru mengenai desa wisata menuju desa mandiri dengan menggunakan media sosial guna meningkatkan perekonomian masyarakat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengembangan desa wisata menuju desa mandiri di Desa Tebel bertujuan untuk memberi inovasi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Saat ini perkembangan teknologi yang semakin maju, sehingga warga dan wisatawan menuntut informasi yang lebih lengkap tentang Desa Tebel. Aktivitas kegiatan UMKM dapat menunjang kegiatan desa wisata selain mampu menambah perekonomian warga. Semua usaha harus memiliki strategi pemasaran agar dapat mengenalkan produk dan mempertahankan usahanya di pasar, salah satunya adalah media online. Selain dengan biaya yang cukup murah pemasaran online melalui media sosial juga memiliki jaringan yang luas dan tidak terbatas. Kehadiran sosial media merupakan perwujudan dari majunya teknologi pada saat ini. Menjadi peluang yang sangat bagus apabila dapat dimanfaatkan dengan optimal, seperti mempromosikan Kampung Bendo Macrame di Desa Tebel ini. Pemanfaatan media sosial merupakan cara dalam pengembangan wisata desa Kampung Bendo Macrame dan pengenalan produk-produk UMKM di desa tersebut menuju desa yang mandiri.

Saran

Warga Desa Tebel lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial karena untuk dapat bersaing mengikuti perkembangan zaman dan juga pemasaran menggunakan media sosial atau secara online dapat menghemat biaya dan lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas.

Ucapan terima kasih

Kegiatan KKN Tematik 2020 terselenggara berkat dengan baik atas bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan kami Bapak Ruchan Sanusi, S.E.,M.M., Bapak Kepala Desa Tebel H. Triyono dan Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Bhayangkara Surabaya.

Kepada Bapak Suroto yang telah memberikan tempat dan pengarahan ke Ketua RT yang terdapat di desa Tebel, kami sangat berterima kasih telah memberikan waktu dan tempat untuk melakukan kegiatan KKN 2020

Kepada teman-teman kelompok 10 sehingga KKN Tematik berjalan sesuai dengan jadwal dan rencana antara lain Mahasiswa FEB prodi Manajemen : Savira Aisyah (1612111084), Amelia Fidianita (1812111016), Diana Safitri (1712111063), Farid Aldiansyah (1812112002), Ryan Eko Pusofa (1812111061), Alfian Febrianto (1812111050), Muhammad Aulia (1812111106), Andi Aji Pangestu (1812111074). Mahasiswa FISIP prodi Ilmu Komunikasi : Yogi Febrianto (1813211025). Mahasiswa FISIP prodi Administrasi Publik : M. Rizky Ramadhani (1813111043), Dimas Putra P (1813111043), Cindy Diefta Devia (1813111044), Fakhrusy Syakirin Isdaryoko (1813111049), Syarifah Rahmania Safitri (1813111059), Abednego Yuliawan (1713111066)

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. https://id.wikipedia.org/wiki/Desa_wisata Nuryanti, Wiendu. 1993. Concept, Perspective and Challenges,
- [2]. <https://www.pesona-desa.com/kampung-literasi-desa-tebel-gedangan-sidoarjo-sajikan-banyak-edukasi/>.
- [3]. Priasukmana Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin, 2013, Pembangunan Desa Wisata Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah, jurnal, hlm 38.
- [4]. Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, (Jakarta: LP3ES, 2012), hal. 11
- [5]. Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, 2-3 November 2015*.