

PENGEMBANGAN POTENSI USAHA UMKM SEBAGAI POTENSI DESA WISATA DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI WILAYAH DESA LEBIH BETEN KELOD

Pasek Made Palasatwika Sangging¹⁾, I Made Shindu Yoga²⁾

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Nasional

Abstrak

Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki keragaman, keunggulan dan keunikan dari setiap bagian daerahnya. Hal ini menjadi suatu daya tarik yang dapat dikembangkan untuk menjadikan suatu daerah menjadi daerah wisata. Dalam hal ini memerlukan pengelolaan sarana dan prasarana yang optimal. Desa Lebih Beten Kelod merupakan daerah pesisir, yang terletak di kabupaten Gianyar yang di dominsi Masyarakat bermata pencarian nelayan. Perunya pengelolaan hasil tangkapan menjadi produk yang memiliki nilai jual. Dimana sebelumnya Masyarakat sudah membuka UMKM Kuliner dengan menonjolkan ciri khas masakan desa lebih yang berbeda dengan daerah lain namun belum optimal dalam pemasarannya. Perlunya sosialisasi, pendampingan, dan monitoring dalam pemasaran produk UMKM desa lebih. Di masa pandemi ini menimbulkan permasalahan baru yaitu menurunnya tingkat beli Masyarakat. Perlunya inovasi dalam mempermudah penjualan produk umkm. Dalam segi pemasaran produk melakukan Kerjasama dengan aplikasi *gofood* untuk dan melakukan pemasaran online. Kegiatan ini menghasilkan peningkatan pengetahuan UMKM tentang pemasaran online dari 25% mengalami peningkatan 75%, meningkatnya pengetahuan tentang pengelolaan aplikasi *gofood* dari 0% meningkat menjadi 75%. Dan teknik menentukan market yang sebelumnya 30% meningkat menjadi 80%.

Kata Kunci: Pengembangan Desa Wisata, Usaha UMKM, Pemasaran Produk

Abstract

Bali is a tourist destination that has diversity, excellence and uniqueness in every part of the region. This is an attraction that can be developed to make an area a tourist area. In this case, optimal management of facilities and infrastructure is required. The village of More Beten Kelod is a coastal area, located in Gianyar district, which is dominated by people whose livelihood is fishermen. Peru is managing catches into products that have sales value. Where previously the community had opened culinary MSMEs by highlighting the characteristics of more village cuisine which was different from other regions but had not been optimal in marketing. There is a need for more socialization, assistance and monitoring in marketing village MSME products. During this pandemic, new problems have arisen, namely the decline in people's purchasing levels. The need for innovation to facilitate the sale of MSME products. In terms of product marketing, we collaborate with the Gofood application for online marketing. This activity resulted in an increase in MSME knowledge about online marketing from 25% to an increase of 75%, increased knowledge about managing the Gofood application from 0% to 75%. And the technique for determining the market, which was previously 30%, has increased to 80%.

Keywords: Tourism Village Development, MSME Business, Product Marketing

Correspondence author: Pasek Made Palasatwika Sangging, palasatwikas13@gmail.com, Gianyar, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Desa lebih beten kelod adalah suatu wilayah yang terletak di kabupaten Gianyar, yang di dominasi pekerjaan Masyarakat bermata pencarian sebagai nelayan. Didukung dari letak geografis wilayah perairan laut. Desa lebih memiliki daya tarik Dimana memiliki masakan khas yaitu pengolahan hasil laut yang di buat sate ikan dengan bumbu khasnya. Banyak Masyarakat yang membuka usaha UMKM rumah makan yang menjual olahan daging ikan. Desa Lebih dikelilingi oleh desa-desa yang memiliki potensi wisata tersendiri yang menjadi saingan dalam pengembangannya seperti desa Bakas yang terletak di Kecamatan Banjarangkan, Klungkung yang memiliki wisata Rafting & Elephant Tour, desa Serongga memiliki wisata Bali Safari & Marine Park dan desa Kramas memiliki wisata Beach Club sebagai keunggulan wisata, hal inilah yang menjadi saingan dalam pengembangan desa wisata.

Potensi wisata yang luar biasa yang dimiliki seharusnya bisa menjadi andalan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Di era yang semakin maju semakin banyak cara dan strategi untuk mengangkat potensi wisata di suatu daerah. Masing-masing daerah memiliki ciri khasan atau karakteristik maupun sosial dan aspek lainnya. Desa memiliki segudang potensi bisnis yang menguntungkan untuk bisa diangkat menjadi komoditi dan dipoles dengan manajemen strategi secara tepat untuk menjadi desa wisata yang maju. Di tengah pandemi Covid-19 ini banyak timbul masalah yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini perlunya solusi untuk mengatasi permasalahan sosial yang ada di lingkungan masyarakat, perlu adanya usaha memajukan desa sebagai desa wisata dimana dengan harapan dapat mengembangkan desa serta dapat menambah pemasukan akibat kunjungan wisatawan yang berkunjung. Dimasa pandemi ini mahasiswa dituntut bisa memberikan suatu solusi penyelesaian permasalahan tersebut, menjangkau target pasar namun masih mematuhi protokol kesehatan dalam pelaksanaannya. Dalam pengembangan desa wisata di tengah pandemi memiliki kesulitan dimana bisa mendatangkan pemasukan tetapi wisatawan yang berkunjung dibatasi, sehingga dalam hal pandemi ini perlunya pengoptimalan teknologi digitalisasi yang ada di masa ini untuk dapat menjangkau pasar usaha kuliner UMKM di desa lebih beten kelod.

Padahal Desa lebih memiliki potensi dan daya tarik yang dapat dikembangkan yaitu memiliki Pantai yang memiliki gelombang air laut yang dapat di gunakan sebagai olahraga Surfing serta pantai yang digunakan sebagai tempat melakukan kegiatan keagamaan pada hal ini banyaknya ada kunjungan masyarakat luar ke desa lebih, dan adapun potensi lain dimana wisata kuliner yang ada di desa yang dapat di kembangkan lagi untuk memajukan desa lebih sebagai desa dengan unggulan olahan kuliner hasil ikan laut. Perlunya strategi berkelanjutan dalam Pengembangan desa wisata di fokuskan pada desa wisata kuliner yang bisa di kembangkan nantinya. Desa wisata adalah suatu konsep yang menyuguhkan tema berbagai jenis makanan, yang disajikan dan ditawarkan warung-warung yang ada dipinggir jalan maupun restoran dan dipenuhi dengan wisatawan maupun pembeli. Uniknya, kawasan yang didatangi tersebar di hampir seluruh pelosok kota, kabupaten, kota propinsi atau Ibukota warung pinggir jalan maupun restoran yang berharga murah. Menurut Kurniawa (2010), menekankan pentingnya inovasi terhadap makanan tradisional tersebut, dimana pelaku usaha kuliner dituntut kreatif dalam menyajikan berbagai jenis makanan lokal tersebut, sehingga kuliner lokal memiliki keunikan dan originalitas yang mampu meningkatkan minat pengunjung untuk datang. Menurut Cohen dan Avieli (2004).

Pentingnya pemahaman Konsep desa wisata dimana desa wisata adalah desa yang dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa dengan suatu usaha pengelola semua sumber daya yang dimiliki oleh desa baik yang bersifat ekonomi maupun sosial dengan melestarikan ideologi, ekonomi dan politik. Melalui pengembangan desa wisata ini diharapkan pemberdayaan masyarakat dapat diarahkan untuk meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat. (Buckley, 2012)

METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan kegiatan Program Kuliah Kerja Nyata mahasiswa menggunakan metode pendekatan kepada tokoh masyarakat, kemudian mahasiswa melakukan pendekatan kepada masyarakat khususnya, pelaku usaha UMKM yang bergerak pada sektor usaha Kuliner dengan beberapa pertimbangan, dimana pelaku usaha UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner dapat membantu dalam usaha pengembangan desa. Menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020:7) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah pengumpulan data yang berbentuk katakata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang terkumpul setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran, mengenai pengembangan desa wisata yang berfokus pada pengembangan usaha umkm di desa lebih beten kelod. Pelaksanaan program kegiatan ini memerlukan proses bertahap untuk mencapai tujuan keberhasilan dalam program ini dengan menentukan: 1 fokus evaluasi yang mana fokus evaluasi dilakukan di desa lebih beten kelod Evaluator perlu menentukan komponen program pelatihan apa saja yang harus dievaluasi. Hal ini perlu dilakukan agar pelaksanaan evaluasi lebih terarah dan sesuai tujuan evaluasi yang telah ditetapkan. 2. Kemudian dengan Menentukan responden, Responden yang di pakai adalah nelayan yang membuka usaha umkm ini yang nantinya di pakai sebagai sumber utama data dan informasi yang nantinya akan diolah. Responden dapat berasal dari peserta, tenaga pengajar ataupun tenaga kepelatihan. 3. Menentukan metode/instrumen pengumpulan data pengumpulan data dilakukan dengan survei, observasi, wawancara ataupun analisis dokumen, begitupun juga jenis instrument pengumpulan data yang beragam seperti *check list*, skala nilai, atau panduan wawancara. Pemilihan dan penggunaan metode dan instrumen yang tepat akan membantu dalam memperoleh data yang akurat dan komprehensif. 4. Melakukan pengumpulan sekaligus analisis data Pengumpulan data dan informasi perlu bersifat sistematis dan objektif sehingga dapat menghindari “bias” dalam pengambilan keputusan. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan. Kegiatan ini melakukan model pemberdayaan masyarakat dengan melalui beberapa metode dimana, dengan melakukan survei awal, kemudian dengan wawancara sharing dan melakukan pelatihan, pendampingan dan monitoring untuk menyelesaikan permasalahan yang diharapkan, pelatihan yang dibutuhkan untuk pengembangan desa wisata. Secara skema digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Skema Metode Kegiatan KKN

No	Uraian	Tempat
1	Survei Awal	Tempat pelaku UMKM
2	Wawancara, Sharing dan Pelatihan	Tempat pelaku UMKM
3	Pendampingan dan Monitoring	Tempat pelaku UMKM

Tahap selanjutnya ialah pelatihan, setelah memperoleh data mengenai daya tarik desa, fenomena atau masalah apa yang ada sehingga terbentuk pelatihan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam mengembangkan UMKM sehingga dapat menjadikan daya tarik dari desa wisata kuliner.



Gambar 1. Diskusi Bersama pelaku usaha UMKM Rumah Makan

Setelah melakukan Sharing dengan pelaku usaha UMKM di desa lebih mahasiswa membuat pendampingan melalui media online (WhatsApp) maupun secara personal apabila dibutuhkan untuk mempermudah pendampingan jarak jauh serta pendampingan secara personal, apabila dibutuhkan dan secara aktif memberikan tips dan trik cara mengelola UMKM Usaha kuliner sebagai desa wisata. Dengan me optimalkan Kerjasama dengan pihak aplikasi gojek maupun Grab yang menggunakan jasa pesan antar.



Gambar 2. Pemberian Pendampingan Kepada Pelaku Usaha UMKM

Dimana dengan memberikan arahan bagaimana cara pembuatan dan pengelolaan aplikasi go food, sehingga dapat memudahkan bagi konsumen untuk menikmati produk tersebut di tengah pandemi Covid-19. Metode terakhir adalah Monitoring kembali ke desa dengan melihat kegiatan pariwisata. Apa saja yang dijalani mahasiswa serta mengevaluasi program pengabdian pada masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan program kuliah kerja nyata di Desa Lebih Beten Kelod yakni dalam pengabdian kepada masyarakat ini, dirancang agar memperoleh keberhasilan atau manfaat yang dapat diaplikasikan langsung oleh masyarakat Desa Lebih Beken Kelod. Dimana pelaku usaha kuliner di desa lebih beten kelod belum memahami tentang bagaimana, tata cara penggunaan sosial media dalam strategi pemasaran produk berbasis digital yang baik dan tepat di masa pandemi ini.

Dalam hal ini peserta kegiatan program kuliah kerja nyata memberikan tips dan trik pemahaman kegiatan pengelolaan media sosial yang dapat dipergunakan dalam melakukan pemasaran di masa pandemi ini. Sehingga produk unggulan tersebut dapat di kenal dimasyarakat. Dengan mengoptimalkan penggunaan aplikasi Go food dan pembaruan kemasan dan labeling produk untuk menambah kesan estetik dan meningkatkan daya simpan produk tersebut.

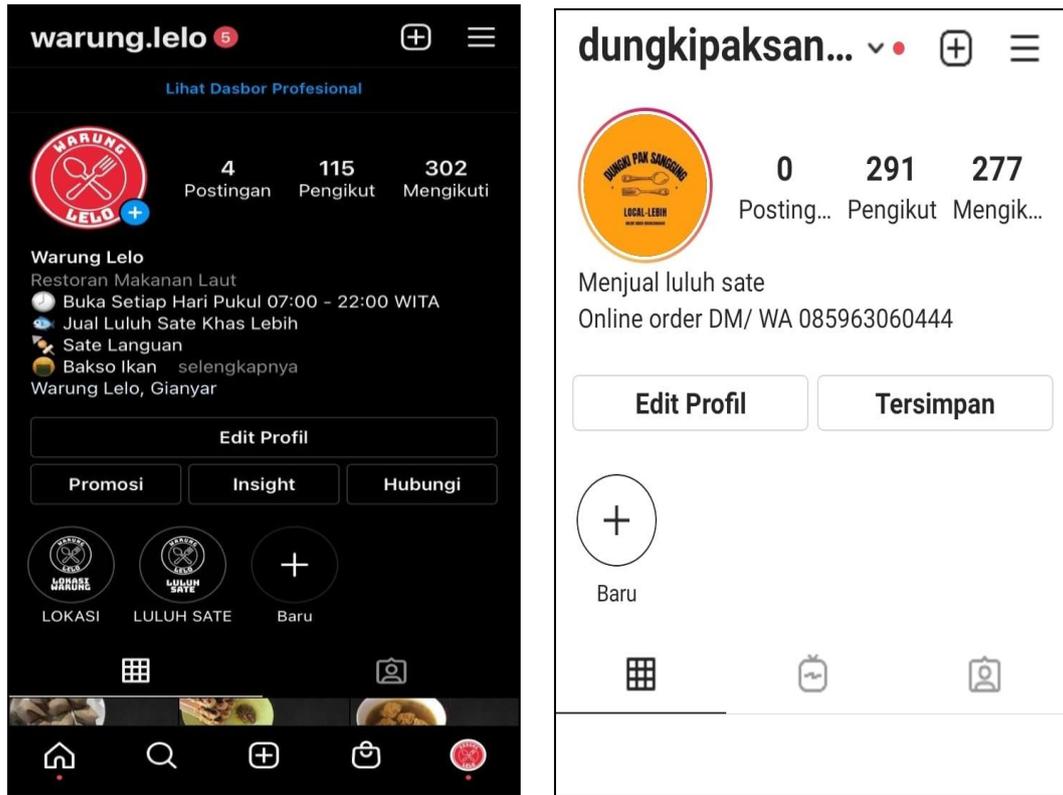
Tabel 2. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Aspek Penilaian	Sebelum KKN	Sesudah KKN	Keterangan
1	Pengetahuan pelaku UMKM kuliner tentang pemasaran dengan media online	20%	75%	Mengalami peningkatan progress
2	Tata cara penggunaan dan pengelolaan aplikasi go food	0%	75%	Mengalami peningkatan progress
3	Teknik pengetahuan market	30%	80%	Mengalami peningkatan progress

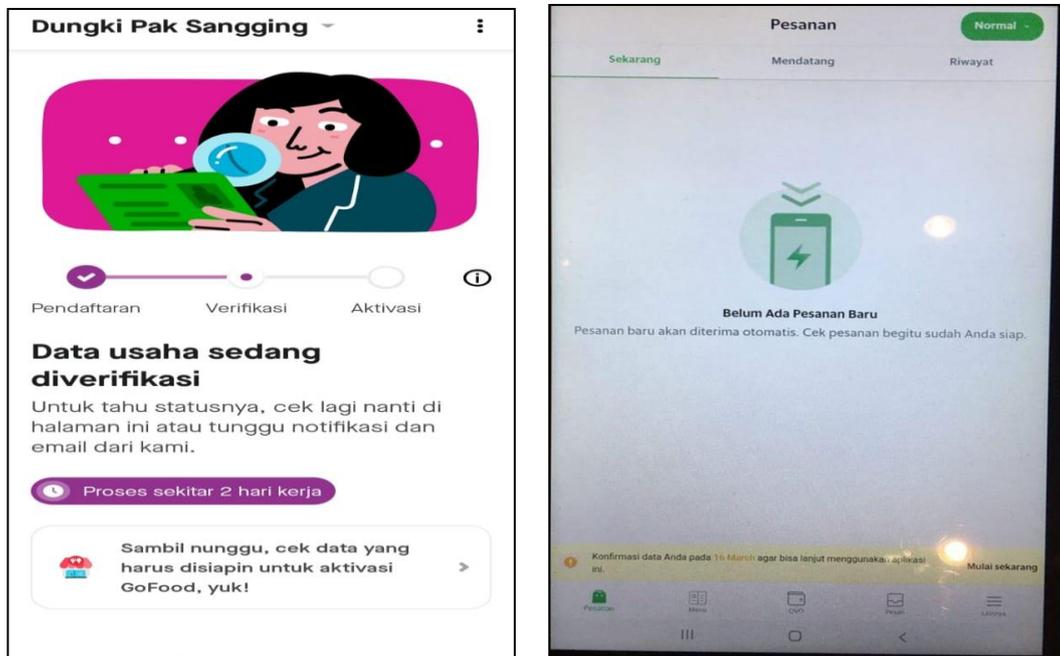
Dapat dilihat dari tabel yang ada, tentang peningkatan pengetahuan pelaku usaha UMKM Kuliner yang ada di desa lebih, tentang teknik pemasaran dan pengelolaan usaha yang dapat menopang kemajuan, sebagai desa kuliner yang dapat membuat jumlah kunjungan wisatawan dapat meningkat.

Hasil Praktek

Hasil praktek yang diperoleh pada kegiatan program kuliah kerja nyata ini adalah berupa pengelolaan aplikasi Go food serta membuat akun Instagram untuk melakukan pemasaran produk dan Pembuatan labeling kemasan produk yang di pasarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk



Gambar 4. Pembuatan Akun Go Food Usaha UMKM.

Akun Go food dapat diakses dengan mensearching dengan kata kunci Dungki pak sangging



Gambar 5. Pembuatan Akun Go Food Usaha UMKM



Gambar 6. Produk Kemasan Yang Baru

SIMPULAN

Berdasarkan pada kegiatan KKN di desa lebih kegiatan ini membahas tentang bagaimana pengembangan desa wisata kuliner di Tengah pandemi, dengan melakukan program sosialisasi penggunaan aplikasi gofood sebagai media berjualan dan penggunaan

aplikasi Instagram sebagai media promosi untuk mempromosikan produk. Dan membuat kemasan prozen untuk dapat disimpan lebih lama. Namun kegiatan ini tidak di barengi dengan pengetahuan Masyarakat seperti penggunaan media sosial harusnya bisa di gunakan lebih optimal lagi, dengan bisa membuat konten-konten review mengenai kuliner sebagai sarana promosi. Hal ini yang perlu di sosialisasikan kepada Masyarakat untuk membuat media promosi yang menarik. Perlunya rencana berkelanjutan untuk menukung kegiatan ini semisalnya pembuatan festival kuliner yang mungkin bisa diadakan setiap tahunya dengan partisipasi pengusaha UMKM desa lebih. ataupun membuat event-event yang bisa mendatangkan Masyarakat banyak. Untuk memberikan pemasukan kepada Masyarakat lebih, apabila kegiatan ini berhasil sangat memberikan hasil yang positif seperti pemberdayaan masyarakat untuk menekan pengangguran dan menaikkan taraf hidup Masyarakat. Sebagai saran untuk mahasiswa yang sedang menjalani kuliah kerja nyata dapat melanjutkan program-program yang sudah di jalankan ataupun menjadikan bahan refrensi untuk mengetahui terkait dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Budhi P G, Ayu Krishna Y, Netti Siska N (2020). Pengembangan Desa Wisata melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. Bernas: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Donny Anhar F, Muh. Isna Nurdin W, Rosalina G. (2018). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Pengembangan Desa Wisata di Desa Sitiluhur Kecamatan Gembong Kabupaten Pati. *Journal of Dedicators Community UNISNU JEPARA*.
- Dewa Gede Eka Setiawan, Sri Nuryatin Hamzah (2020) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir Danau Limboto Melalui Pengolahan Ikan Nila (*Oreochromis Niloticus*) Menjadi Produk Unggulan KKN-PPM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Sahabudin Sidiq, Yulianto Purwono Prihatmaji (2017). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Nglingo dalam Mendukung Kulon Progo The Jewel of Java. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Faris Zakaria, Rima Dewi Suprihardjo (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*.
- I Made Adi Dharmawan, I Made Sarjana, I Dewa Ayu Sri Yudhari. (2014). Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*.
- Dinar Pratama (2019). Gerakan Desa Sadar Wisata: Pengabdian Pada Masyarakat Desa Penyak Kabupaten Bangka Tengah Al-Quwwah: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.