

Optimalisasi Wisata Belanja pada Kampung UKM

Diterima:
5 April 2023
Revisi:
9 Mei 2023
Terbit:
12 Mei 2023

^{1*}Diah Ayu Septi Fauji, ²Budi Utami, ³Dewi Nurjannah, ⁴Erna Retno Rahadjeng, ⁵Esy Nur Aisyah, ⁶Ega Saiful Subhan, ⁷Fadali Rahman, ⁸Ismayantika Dyah Puspasari, ⁹Lina Saptaria, ¹⁰Mahmud, ¹¹Imam Mukhlis, ¹²Budi Eko Soetjipto
¹⁻¹²Universitas Negeri Malang

Abstrak— Wilayah Junrejo ini merupakan wilayah dengan banyak potensi UKM. Hampir setiap rumah memiliki usaha diantaranya adalah usaha peralatan dapur dari kayu, alat pijat dari kayu, peralatan dapur dari batu, aneka kripik buah, tas anyaman. Untuk dapat mengoptimalkan potensi yang ada, maka dirasa perlu untuk adanya pengembangan potensi desa menjadi desa wisata belanja Junrejo. Pengabdian ini menggunakan metode demonstrasi eksperimen. Strategi optimalisasi ini dapat dimulai dengan perencanaan partisipatif warga dan menerapkan model pengembangan berbasis kelompok. Oleh karenanya, tim pengabdian dari Universitas Negeri Malang, menginisiasi untuk mengoptimalkan wisata belanja dengan memberikan contoh paket wisata belanja. Hasil yang akan didapatkan yaitu kelompok dapat menjual paket wisata belanja dengan nominal tertentu dan fasilitas tertentu.

Kata Kunci— Wisata Belanja; Pemasaran; Optimalisasi Wisata; Potensi Desa; Usaha Kecil dan Menengah

Abstract— The Junrejo area is an area with a lot of SMEs potential. Almost every house has a business, including wooden kitchen utensils, wooden massage equipment, stone kitchen utensils, fruit chips, and woven bags. It is necessary to develop the village's potential to become a Junrejo shopping tourism village to optimize its potential. And This service uses the experimental demonstration method. This optimization strategy can be started with community participatory planning and implementing a group-based development model. Therefore, the community service team from Malang State University took the initiative to optimize shopping tourism by providing examples of shopping tour packages. The results are that groups can sell shopping tour packages with nominal value and facilities.

Keywords— Shopping Tour; Marketing; Tourism Optimization; Village Potensial; Small and Medium Enterprises

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

Diah Ayu Septi Fauji,
Ilmu Manajemen,
Universitas Negeri Malang,
Email: septifauji@unpkediri.ac.id

I. PENDAHULUAN

Junrejo Batu memiliki banyak potensi UKM. Tepatnya di dusun Rejoso Junrejo, hampir setiap rumah merupakan pengusaha UKM dan pengrajin alat dapur yang berbahan dasar kayu dan batu (Kemenparekraf, 2022). Masyarakat Dusun Rejoso di Kecamatan Junrejo Kota Batu memiliki jiwa kewirausahaan yang kreatif, gigih dan kuat. Persahabatan dan semangat gotong royong tampaknya mampu mencerminkan karakter masyarakat yang kuat. Bahkan, berdasarkan wawancara awal dengan salah satu pengusaha peralatan rumah tangga dari kayu, beliau menyebutkan bahwa produk tersebut telah memiliki pelanggan dari Republik of Cypruss. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan oleh UKM di Dusun Rejoso berkualitas tinggi.

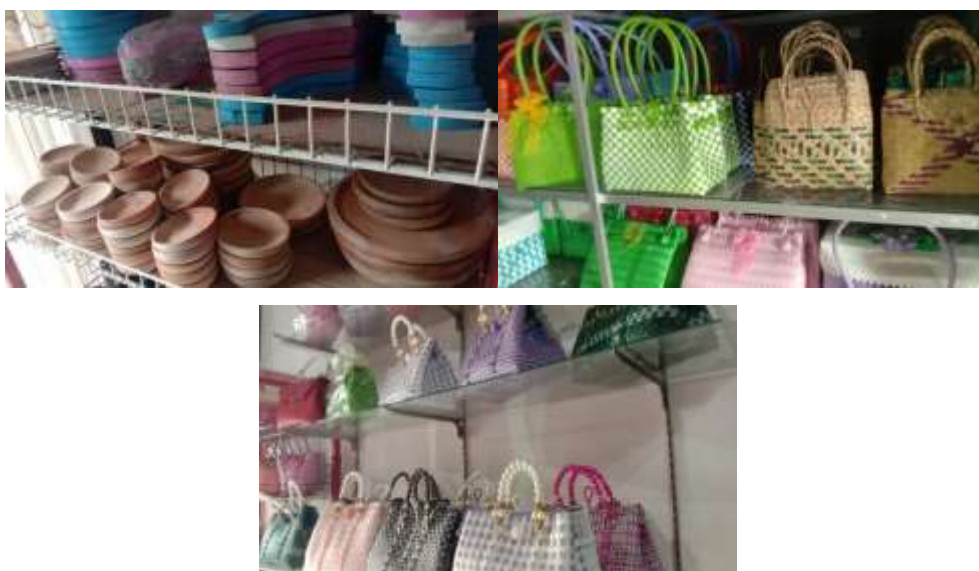
Hasil studi menjelaskan bahwa peningkatan kapasitas (Capacity Improvement) dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan bisnis. Komponen CI terdiri dari hasil analisis potensi, peluang, hambatan, intervensi dalam kewirausahaan, dan kesejahteraan (Aisyah, 2021). Studi yang lain pada UKM di Pasundan Natural Craft Kampung Kreatif Sukaruas Kabupaten Tasikmalaya membuktikan bahwa Program Kemitraan Masyarakat dapat meningkatkan dan mengembangkan UKM. Kampung Kreatif Sukaruas dalam membangun dan mengembangkan potensi wisata budaya, wisata alam, dan wisata kreatif menjadi destinasi Wisata Belanja. Kesadaran tersebut telah dimulai dengan penyusunan draft peraturan desa tentang pengembangan konsep Wisata Belanja kampung kreatif Sukaruas agar siap mewujudkan kawasan Wisata Belanja di Kabupaten Tasikmalaya. IPTEK akan membantu UKM melalui aspek pengembangan sentra UKM Wisata Belanja, aspek peningkatan manajemen usaha, dan kegiatan pembinaan teknologi penunjang UKM Wisata Belanja dengan cara mitra aktif mengelola website dan sosial media (Mudji, 2021).

Optimalisasi wisata belanja dapat dilakukan dengan merancang pembangunan sebuah destinasi wisata, seperti Wisata UMKM Terpadu Kendangsari dengan berbasis digital *branding*. Perancangan wisata ini bertujuan untuk memperkuat branding dan pemasaran UMKM yang ada di Kendangsari. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam merancang Wisata UMKM Terpadu Kendangsari, yaitu 1) Pemetaan UMKM, 2) Pelatihan dan Pendampingan UMKM, 3) Pendaftaran Wisata di Google, 4) Pembuatan Akun Instagram Wisata, 5) Pembuatan Alur dan Peta Wisata, dan 6) Pembuatan Video Alur Wisata (Febriyanti et al., 2022).

Akar sejarah Kampung Kreatif Rejoso memang panjang. Sejak tahun 1950-an, desa ini telah memasok kebutuhan rumah tangga dari batu dan kayu ke seluruh Jawa Timur. Belakangan ini, Rejoso juga disebut sebagai Kampung UKM, berbeda dengan mayoritas penduduknya yang

bekerja di usaha kecil dan menengah (UKM). Ciri khas Kampung UKM Rejoso adalah produk lesung dan alu yang terbuat dari kayu dan batu.

Dengan tumbuhnya kawasan kota Batu sebagai tempat tujuan wisata, Kampung UKM Rejoso juga menarik perhatian wisatawan. Warga Rejoso kini bisa menjual ilmu dan pengalamannya di destinasi paket wisata belanja. Pengunjung desa wisata UKM di Rejoso, bisa langsung bertemu dengan para pengrajin dan bertukar pertanyaan seputar UKM. Daya tarik lain dari tempat tersebut adalah pengunjung dapat terlibat langsung dalam proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi yang menghasilkan produk siap jual. Gambar 1 adalah produk – produk dari UKM Rejoso(Jawa Timur, 2021) :



Gambar 1. Produk – Produk UKM Junrejo

Sumber: Dokumentasi Pribadi di Kediaman Ketua Paguyuban(2023)

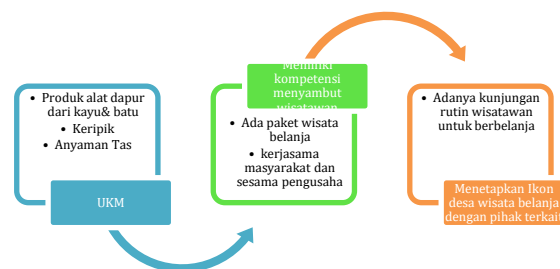
Tradisi Melayu menjunjung tinggi seni menenun, kerajinan yang telah bertahan sejak zaman kuno. Dinding rumah kuno menjadi saksinya, karena dibangun menggunakan anyaman bambu. Selain itu, atap rumah-rumah ini terbuat dari nipah. Rumitnya kerajinan anyaman merupakan bukti keunikannya, meski pelestariannya membutuhkan upaya terus menerus agar tidak hilang ditelan waktu. Indonesia terkenal dengan bahan anyamannya yang beragam. Ini termasuk (1) Anyaman Mengkuan, dibuat dari daun mengkuang, dan digunakan untuk tikar, tudung saji, dan banyak lagi. (2) Anyaman Pandan, terbuat dari daun pandan, dan biasa digunakan untuk sajadah dan hiasan dinding. (3) Anyaman Alang-alang, yang terbuat dari berbagai alang-alang dan digunakan untuk keranjang, nyiru, tas, dan barang lainnya. (4) Anyaman Rotan, berasal dari tanaman rotan, dan digunakan untuk keranjang dan tempat tidur anak. (5) Anyaman Tongkat, dibuat dari tulang daun kelapa, dan digunakan untuk barang-barang seperti lekar. (6) Seribu Anyaman, terbuat dari ribuan pakis, dan digunakan untuk keranjang dan penyimpanan tembakau.

(7) Convenient Paper, berbahan dasar kertas dan digunakan untuk hiasan dinding (Natalia & Secapramana, 2016; Dewi et al., 2018).

Meskipun demikian, adanya potensi paket wisata belanja tersebut sampai sekarang belum optimal, karena penentuan paket wisata belanja tersebut belum memiliki konsep yang mapan, sehingga masih membutuhkan evaluasi dan strategi dalam mengoptimalkan paket wisata belanja di Rejoso. Optimalisasi kunjungan wisatawan dengan membuat paket – paket wisata saat ini sedang banyak dikembangkan di berbagai daerah di Indonesia (Esariti et al., 2023; Khusnia et al., 2022; Strategics, 2022)

II. METODE

Pengabdian ini menggunakan metode demonstrasi eksperimen. Tim pengabdian memberikan wawasan kepada paguyuban untuk bisa memberikan demonstrasi dan eksperimen (Sompie, 2021; Suharti, 2021). Metode demonstrasi eksperimen ini biasanya digunakan dalam pembelajaran – pembelajaran kelas, namun dalam upaya meningkatkan kompetensi bagi paguyuban untuk mengoptimalkan paket kunjungan wisata belanja dan memberikan pengalaman bagi wisatawan maka pemberian contoh model demonstrasi ini dirasa sangat sesuai untuk optimalisasi wisata belanja yang tidak hanya belanja, tetapi ada pengalaman membuat produk dan lain-lainnya. Target peserta pada kegiatan PKM ini adalah seluruh pelaku UKM di wilayah Rejoso, Junrejo dengan harapan seluruh pelaku UKM dapat memiliki standart layanan paket wisata. Adapun tahap – tahap dalam optimalisasi wisata belanja dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Alur Tahapan Optimalisasi Wisata Belanja
Sumber : Data Primer Hasil Kesepakatan Tim(2023)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun Materi Pengabdian yang disampaikan oleh tim seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Materi Pengabdian . Sumber : Data Primer Tim (2023)

Hasil Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dengan alur tahapan sebagai berikut :

1. Koordinasi dan FGD untuk identifikasi potensi yang telah ada

Koordinasi dan FGD pada gambar 4 bertujuan untuk mengidentifikasi potensi yang sudah ada, evaluasi kegiatan yang telah ada dan juga penyusunan strategi penyediaan paket wisata untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan.

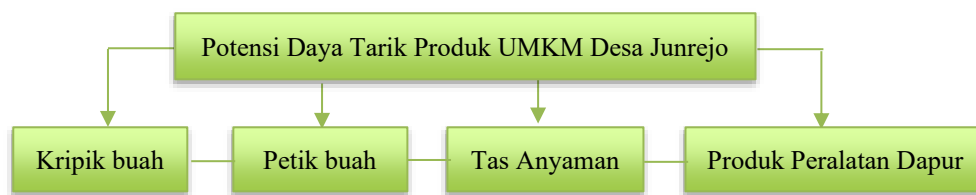


Gambar 4. Kegiatan Koordinasi dan FGD Sumber : Dokumentasi tim (2023)

Dalam pelaksanaan koordinasi dan FGD merupakan implementasi dari PKM yang dimana dilakukan dalam upaya pengembangan usaha bagi wira usaha pada UKM komunikasi dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pada pelaksanaan komunikasi secara langsung dapat memanfaatkan koordinasi, sosialisasi, bimbingan teknis maupun FGD dengan beberapa pihak

terkait. Sementara komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung merupakan komunikasi yang dimana memanfaatkan kemajuan teknologi berupa sarana media komunikasi seperti telepon, email, whatsapp, fax dan website (Purnama Yahya et al., 2018). Komunikasi diatas dirasakan sangat efektif mengingat intensnya komunikasi yang dilakukan diantara pelaku usaha yang ada di dusun Rejoso Junrejo Kota Batu.

Kegiatan koordinasi dan FGD ini banyak hal yang didiskusikan mulai dari penyediaan sumber bahan baku sampai dengan proses pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha serta pemanfaatan reseller dalam meningkatkan penjualan produk, (Arsiwi & Adi, 2020) mengatakan yang menjadi fokus bagi pelaku UKM adalah keterlibatan reseller dalam memaksimalkan pemasaran digital serta koordinasi dan komunikasi yang efektif diantara mitra rantai pasok. Melalui kegiatan koordinasi dan FGD dirumuskan ada empat potensi daya tarik wisata produk UMKM di Desa Junrejo yang dapat digabungkan menjadi rangkaian paket wisata yang digambarkan dalam bagan gambar 5.



Gambar 5. Potensi Daya Tarik Produk UMKM Desa Junrejo

Terdapat kurang lebih 20 pelaku UMKM yang menjalankan kegiatan produksi kripik buah nangka dan apel. Kunjungan ke tempat produksi pembuatan kripik buah sangat menarik bagi wisatawan yang ingin mengetahui secara langsung bagaimana proses pembuatan produk. Dengan begitu, wisatawan akan mendapatkan pengetahuan tentang peralatan, bahan, teknik pengemasan, dan proses pembuatan kripik buah. Terdapat sekitar 10 petani buah apel dan jeruk yang menawarkan pengalaman untuk memetik dan menikmati buah secara langsung di lahan perkebunan. Selain itu, pengunjung dapat melakukan komunikasi secara langsung dengan petani, tentang teknik menanam, merawat, dan memanen buah jeruk dan apel. Terdapat 10 UMKM pengrajin tas anyaman yang menarik dan siap membantu para pengunjung yang tertarik untuk belajar cara membuat tas anyaman secara langsung. Produk UMKM yang telah berhasil menembus pasar ekspor yaitu peralatan dapur yang terbuat dari bahan-bahan alam, seperti tempurung kelapa, kayu, dan bambu. Saat ini terdapat 10 pengrajin yang masih terus melakukan produksi peralatan dapur. Keempat UMKM ini memiliki keunikan yang berbeda sehingga dapat menjadi daya tarik wisata desa yang menarik dan memberikan pengalaman yang beragam

bagi wisatawan (Gautama et al., 2020). Untuk menarik kunjungan wisata di Desa Junrejo, maka kunjungan ke empat lokasi UMKM ini dapat dirangkai dalam satu paket wisata.

2. Kegiatan demonstrasi eksperimen

Pada tahap ini tim pengabdian, penggerak paguyuban, pengusaha UKM mempraktikkan bagaimana cara pelayanan, cara menyampaikan edukasi pembuatan produk ketika ada wisatawan yang datang berserta foto bersama. Selama ini paket wisata belum diatur sedemikian rupa, sehingga masih memerlukan pendampingan. Oleh karenanya, pada tahap ini disampaikan pula penghitungan paket wisata per orang dan fasilitas apa saja yang didapatkan untuk pembelian paket wisata. Beberapa paket wisata yang ditawarkan oleh UKM di wilayah Rejoso, Junrejo antara lain:

- a. Wisata kreatif : paket ini menggabungkan kegiatan kreatif dan pelatihan, wisatawan akan diajak untuk berpartisipasi belajar membuat produk kreatif yang ada dikampung.
- b. Wisata kuliner : pada paket ini, wisatawan diajak menjelajahi ukm yang membuat aneka kripik buah yang ada di kampung
- c. Wisata kebun jeruk: pada paket ini, wisatawan akan diajak menjelajahi kebun jeruk disekitar kampung UKM dan menikmati jeruk secara gratis pada lokasi tersebut. Jika menghendaki untuk membawa pulang, maka buah jeruk akan dihitung perkilonya.



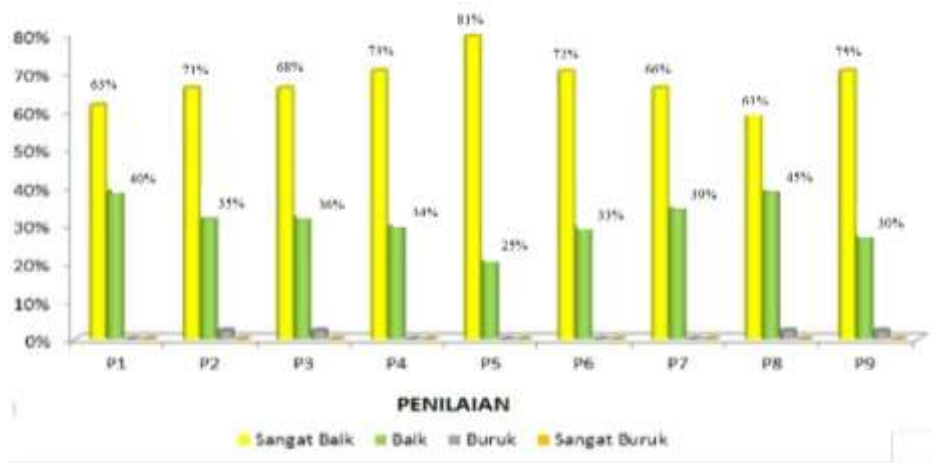
Gambar 6. Foto Bersama Wisatawan Di Depan Salah Satu Outlet UKM di Rejoso Junrejo

Sumber : Dokumentasi tim (2023)

Pada tahap demonstrasi eksperimen dan selama semua tahap edukasi dipraktekkan, para wisatawan juga memberikan feedback berupa masukan kepada seluruh pihak terkait apakah sekiranya fasilitas yang didapatkan oleh wisatawan sudah merepresentasikan Paguyuban UKM Junrejo atau belum. Harapannya ketika dilakukan demonstrasi ini dapat dilakukan evaluasi dan diperbaiki konsep wisata edukasinya. Dari kegiatan yang mengumpulkan semua pihak terkait

dalam pengabdian masyarakat ini tentu akan memberikan masukan dan perbaikan bagi Paguyuban UKM dalam hal wisata edukasi sehingga pengunjung memperoleh manfaat yang lebih dari sekedar berbelanja tetapi juga pembelajaran tentang produk. Setelah semua proses selesai, tim pengabdian, tim paguyuban UKM dan wisatawan edukasi mengambil foto bersama di depan salah satu outlet UKM kerajinan tas anyam pada gambar 6.

Selanjutnya untuk mengetahui bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan bermanfaat bagi UKM di Rejoso Junrejo Batu, maka dilakukan survei kepuasan terhadap 50 UKM dengan hasil sebagaimana pada grafik gambar 7.



Gambar 7. Grafik Survei Kepuasan UKM di Rejoso Junrejo Batu. Sumber : Data diolah tim(2023)

Pada kegiatan survei yang telah dilakukan terhadap 50 UKM yang tergabung dalam paguyuban terhadap kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh tim pengabdian dengan 9 kriteria penilaian yaitu: Promosi Paket Wisata, Demonstrasi dan Pelatihan, Layanan Kunjungan, Harga Paket Wisata, Transportasi, Harga Produk UKM, Fasilitas Tambahan, Edukasi Wisata dan Kuliner, maka dapat diketahui bahwa UKM merasa sangat puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat, dapat diketahui bahwa dari 9 kriteria penilaian responden menjawab Sangat Baik diatas 60% dan menjawab baik rata-rata sekitar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat sangat bermanfaat bagi UKM di Rejoso Junrejo Batu.

V. KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis terhadap program pengabdian dapat disimpulkan bahwa paket wisata sangat berperan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kampung UKM Rejoso Junrejo Dusun Batu. Lebih lanjut, sekolah dapat menggunakan paket ini sebagai sarana untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan siswa. Pengabdian juga menyoroti keterlibatan aktif UKM Rejoso, di mana mereka mengidentifikasi masalah, menawarkan solusi alternatif, dan menyumbangkan sumber daya seperti keahlian, waktu, modal, atau materi untuk keberhasilan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, E. N. (2021). Formulation of Empowering Poor Women with Pro-Poor Capacity Improvement Model. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 423–437. <https://doi.org/10.29062/engagement.v5i2.589>
- Arsiwi, P., & Adi, P. W. (2020). Interpretive Structural Modelling Untuk Meningkatkan Daya Saing Rantai Pasok UKM Mina Indo Sejahtera. *Jurnal PASTI*, 14(1), 26–36. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i1.003>
- Dewi, I. N. D. K., Aprilia, I., & Supraptiningsih, L. K. (2018). Peningkatan Jumlah Produksi Kerajinan Anyaman Tas Dengan Alat Pemotong Dan Pengukur Tali Pengepak. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 2(1), 37–42.
- Esariti, L., Nida, R. S., Rakhmatullah, A. R., & Damayanti, M. (2023). *Optimalisasi Pengembangan Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang Berbasis Kearifan Lokal Development Optimization of Lerep Tourism Village of Semarang Regency Based on Local Wisdom*. 7(1), 107–117.
- Febriyanti, R., Efendi, F. B., Arumsari, D. N., & Evanthe, A. (2022). Optimalisasi Perancangan Wisata UMKM Terpadu Kendangsari, Surabaya Melalui Digital Branding. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 293–301. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1507>
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Kemenparekraf. (2022). *Desa Wisata UKM Junrejo*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/ukm_junrejo
- Khusnia, H., Anshari, B., Mahmudi, H., Sutarini, I. A., Nugraha, I. N., Ali, M., Muhlis, M., Solikaton, S., Yohanes, Y. T. S., & Chotijah, S. (2022). Penyusunan Paket Wisata dan Pemasaran Digital Sebagai Upaya Penguatan Desa Wisata di Lingkar Mandalika. *Journal of Community Development & Empowerment*, 3(3), 18–27. <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v3i3.30>
- Mudji, D. A. (2021). PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT PENGEMBANGAN UKM PASUNDAN NATURAL CRAFT DI KAMPUNG KREATIF SUKARUAS KABUPATEN TASIKMALAYA. *SEWAKADARMA*, 1(1), 30–36.
- Natalia, C., & Secapramana, V. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Media Sosial Terhadap Persepsi

Merek yang Berdampak Pada Minat Pembelian Tas Anyaman Merek Linette. *CALYPTRA*, 4(2), 1–28.

- Purnama Yahya, M., Santoso, B., & Hariswanto, A. (2018). IMPLEMENTASI PROGRAM BANTUAN PEMERINTAH DALAM UPAYA PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA PEMULA DI KEMENTERIAN KOPERASI DAN UKM (Studi Pada Kabupaten Lombok Tengah). *Profit*, 12(02), 31–37. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2018.012.02.4>
- Sompie, E. (2021). Penerapan Metode Pembelajaran Demonstration Dan Experiment Dalam Upaya Peningkatan Kemampuan Melayani Makan Dan Minum Dan Keaktifan Belajar Pada Siswa Kelas XII Jasa Boga Di SMK Negeri 1 Airmadidi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 1(1), 1–10. <http://ejournal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas>
- Strategics, M. (2022). *Buku Cara Membuat Kajian Tentang Paket Wisata Terintegrasi Dalam Upaya Optimalisasi Kapasitas 3A di Destinasi Wisata Oleh Pemerintah Provinsi*. MORES STRATEGICS. ALL RIGHTS RESERVED. <https://static1.squarespace.com/static/61839f876e9c2038c23c81cb/t/639ff9ddb4a7e2e12de7ce5/1671431465786/CARA+PEMBUATAN+KAJIAN+PAKET+WISATA+TERINTEGRASI+DALAM+UPAYA+OPTIMALISASI+KAPASITAS+3A+DESTINASI+WISATA>
- Suharti, D. (2021). Penerapan Metode Demonstrasi Pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Kelas Xi Smk Negeri 1 Balikpapan Tahun Pelajaran 2019 *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan ...*, 1(1), 44–91. <https://journal.yaspim.org/index.php/pendalas/article/view/64>
- Timur, B. K. R. P. J. (2021). *Kampung Wisata UKM di Desa Rejoso, Junrejo, Kota Batu*. Biro Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Timur. https://dhesaku.id/place/kampung_wisata_ukm_di_desa_rejoso__junrejo__kota_batu