

## OPTIMALISASI PERAN UMKM DAN POKDARWIS PADA WISATA SUMBER BANTENG DENGAN MEDIA DIGITAL *MARKETING* DAN *MARKETPLACE*

<sup>1</sup>Diana Ambarwati, <sup>2</sup>Edi Murdiyanto

<sup>12</sup> *Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kediri*

*email*: <sup>1</sup>dianaambarwati@uniska-kediri.ac.id,<sup>2</sup>edimurdiyanto@uniska-kediri.ac.id

### ABSTRAK

*This service activity involves 13 people MSMEs and 15 people who are members of the Pokdarwis, Tempurejo Village, Pesantren District, Kediri City and is carried out for one month in August 2021 by helping manage product sales by selling in the marketplace and developing the right strategy to introduce existing tourism using Youtube and Whatsapp Group. The response of SMEs to socialization activities and free online marketing training through the marketplace platform was very good, marked by the interest of 2 (two) people to run the program. The service team created Shopee and Blibli online store marketplace accounts. It is hoped that the online store account can be used optimally and help MSMEs in selling during this pandemic. The response of the community around Sumber Banteng Tourism on digital marketing training in tourism management is also very good, marked by the enthusiasm of the community to watch online training via YouTube. The service team has also created an Instagram account and Tiktok Pesona Tempurejo. It is hoped that the general public will be interested in accessing the accounts that have been created and the public will know the various things that are served from this natural tourism.*

**Keyword** : *Digital Marketing, Marketplace, MSMEs, Nature Tourism Management.*

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini melibatkan 13 orang UMKM dan 15 orang yang tergabung dalam Pokdarwis Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri dan dilakukan selama satu bulan pada bulan Agustus 2021 dengan membantu mengelola penjualan produk dengan berjualan di *marketplace* dan menyusun strategi yang tepat untuk mengenalkan wisata yang ada dengan menggunakan media *Youtube* dan *Whatsapp Group* . Respon UMKM pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran online gratis melalui platform *marketplace* sangat baik, ditandai dengan ketertarikan 2 (dua) orang untuk menjalankan program yang tersebut. Tim pengabdian membantu mendampingi pembuatan akun *marketplace* toko online *Shopee* dan *Blibli*. Diharapkan akun toko online tersebut dapat digunakan dengan maksimal dan membantu UMKM dalam berjualan di masa pandemi ini. Respon masyarakat di sekitar Wisata Alam Sumber Banteng pada pelatihan *digital marketing* dalam pengelolaan pariwisata juga sangat baik, ditandai dengan antusiasme masyarakat menonton pelatihan online melalui *youtube*. Tim pengabdian juga telah membantu pembuatan akun *Instagram* dan *Tiktok* Pesona Tempurejo. Diharapkan masyarakat umum tertarik untuk mengakses akun yang telah dibuat dan masyarakat mengetahui berbagai hal yang disuguhkan dari wisata alam ini.

**Kata Kunci** : *Digital Marketing, Marketplace, Pengelolaan Wisata Alam, UMKM.*

## PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Kondisi perekonomian di Kecamatan Pesantren cukup baik dengan ditandai adanya PG Pesantren Baru PTPN X Kediri yang keberadaannya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.



**Gambar 1. Kantor PG Pesantren Baru PTPN X Kediri.**

Selain itu, banyak pelaku usaha dan UMKM yang memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi. Selain banyaknya pelaku usaha dan UMKM yang tinggal di sekitar wilayah tersebut di Kelurahan Tempurejo juga terdapat salah satu Taman Kota yang ada yaitu Taman Kresek yang sangat strategis lokasinya.



**Gambar 2 : Taman Kresek Kota Kediri**

Selain itu, Kelurahan Tempurejo juga memiliki destinasi wisata yang sangat asri yaitu Wisata Sumber Banteng. Selain destinasi wisata, di Kelurahan Tempurejo juga terdapat para pelaku usaha dan sebagian penduduknya bertani yang ditandai dengan adanya lahan-lahan pertanian. Namun kondisi seperti ini pada saat pandemi Covid 19 memberikan dampak yang tidak baik bagi masyarakat Kelurahan Tempurejo. Dampak bagi dunia pariwisata sangat terlihat jelas dengan berkurangnya omset masyarakat yang berjualan di sekitar Wisata Sumber Banteng. Sebelumnya masyarakat menggantungkan omsetnya pada hasil pembelian produk dari pengunjung yang datang ke tempat tersebut.

Saat ini yang terjadi pengunjung tidak ada yang datang dan kawasan wisata ditutup sehingga tidak ada lagi omset yang diperoleh.



**Gambar 3 : Kondisi sepi saat pandemi Wisata Alam Sumber Banteng**

Melihat kondisi seperti ini, menandakan bahwa UMKM dan Pokdarwis Sumber Banteng di Kelurahan Tempurejo sedang menghadapi masalah yang tidak baik. Dalam hal ini, maka pengabdian ini membantu mengembangkan potensi yang dimiliki serta memberikan dampak positif bagi masyarakat di masa pandemi dengan cara yang tepat. Salah satu cara yang tepat adalah dengan mengelola penjualan produk masyarakat dengan berjualan di *marketplace* dan menyusun strategi yang tepat untuk mengenalkan wisata yang ada dengan menggunakan media *online*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Priantana & Santoso, 2019) yang menjelaskan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan Dinas Pariwisata dengan respon cepat antara Dinas Pariwisata Kota Tasikmalaya dengan masyarakat, dengan dibuat akun media sosial seperti pada *Twitter* dan *Facebook* untuk memuat profil wisata alam Situ Gede yang kemudian ditampilkan di media sosial dan dipromosikan kepada masyarakat dengan tujuan mengiklankan wisata alam Situ Gede. Peneliti lain (Wihartanti et al., 2020) juga menjelaskan hasil penelitiannya tentang adanya pembuatan *web* untuk potensi lokal terbukti dapat mendukung perkembangan wisata alam lokasi setempat. Pembuatan web sebagai pendukung dalam pemasaran kopi kare secara *online* sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Dalam jurnal pengabdian (Nurdina et al., 2021) melakukan pengabdian perdayaan UMKM agar dapat berperan aktif dalam menjalankan usahanya agar mampu mengatasi tantangan dengan inovasi produk, pengembangan sumberdaya manusia dan pemasaran online sehingga mampu mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitarnya.

Dalam buku (Soetjipto, 2020) bahwa sektor UMKM terkena dampak karena ketersediaan bahan baku dan juga peraturan pembatasan sosial, sehingga hampir semua pelaku UMKM mengalami penurunan omzet penjualan yang sangat drastis sehingga di

perlukan penemuan alternative pemasaran dan penjualan serta pengamanan modal dan asset sehingga harus mempelajari teknologi dalam melakukan promosi dan penjualan dan juga harus melakukan upaya pengamatan, identifikasi, pembuatan keputusan kapan melakukan aktivitas kembali sehingga dapat melalui siklus bisnis atas perubahan yang terjadi sewaktu-waktu.

Berdasar (Sonny & Harmadi, 2020) Deputi Bidang Koordinasi Pemberdayaan Masyarakat Desa dan Kawasan Kemenko PMK Sonny Harry B Harmadi menyatakan transformasi ekonomi desa dilaksanakan melalui pengembangan desa wisata, desa digital, produk unggulan desa, pengembangan kawasan perdesaan dan peningkatan peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) harus mengedepankan peningkatan nilai tambah ekonomi, ketahanan lingkungan maupun kekayaan alam dan pemberdayaan masyarakat.

Dalam kegiatan pengabdian pada UMKM di Kelurahan Tempurejo ini dilakukan dengan mensosialisasikan cara memperkenalkan produk, mempromosikan dan bernegosiasi produk yang dijual lewat *marketplace* *Shopee* dan *Blibli*. Tidak hanya itu, UMKM juga diajari cara mengelola penjualan lewat *marketplace* tersebut. Masyarakat di daerah tersebut juga diajarkan menyusun strategi untuk mengenalkan wisata yang ada di Wisata Sumber Banteng di media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Pelaksanaan dilakukan menggunakan media *online* *Youtube* dan *Whatsapp Group* karena interaksi yang dibatasi pada saat itu.

Adapun rumusan hipotesis yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut :

1. Pemahaman UMKM di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri sangat baik mengenai pengelolaan penjualan produk UMKM menggunakan *marketplace* ditandai dengan adanya akun *Shopee* dan *Blibli* yang dimiliki beberapa UMKM di daerah tersebut.
2. Pemahaman masyarakat di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri sangat baik dalam mengenalkan Wisata Sumber Banteng menggunakan media sosial ditandai dengan adanya akun *Instagram* dan *Tiktok* Pesona Tempurejo.

## **METODE PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri ini, tim pengabdian memberikan pendampingan pada UMKM berupa sosialisasi dan pelatihan pemasaran *online* gratis melalui *platform marketplace*. Adapun *platform marketplace* yang digunakan adalah akun *Shopee* dan *Blibli*. UMKM pada daerah tersebut mendapatkan pemahaman cara mengelola dan meningkatkan penjualan melalui *marketplace*.

Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga memberikan pendampingan pada masyarakat Pokdarwis berupa pelatihan *digital marketing* dalam pengelolaan pariwisata. Kegiatan ini dilakukan dalam upaya memperkenalkan Wisata Sumber Banteng kepada masyarakat luas melalui sosial media, dengan menggunakan akun *Instagram* dan *Tiktok*. Kedua kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan media *online Youtube* dan pendampingan menggunakan media *Whatsapp Group*.

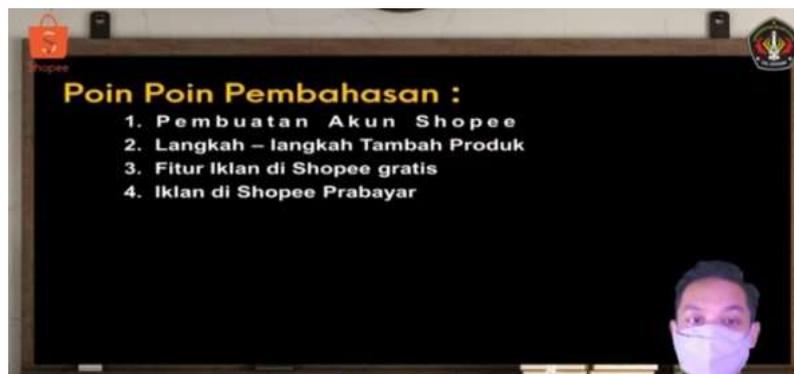
Adapun kegiatan melibatkan 13 orang UMKM dan 15 orang yang tergabung dalam Pokdarwis Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri dan dilakukan selama satu bulan pada bulan Agustus 2021.

## **PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian berupa sosialisasi dan pelatihan pemasaran *online* dengan media *online Youtube* dan pendampingan menggunakan media *Whatsapp Group*. Media pengembangan UMKM dan Pokdarwis Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri menggunakan *platform marketplace*. Kegiatan ini melibatkan UMKM yang biasanya berjualan di sekitar Wisata Alam Sumber Banteng yang berjumlah 13 orang pada 11 Agustus 2021. Seluruh UMKM tersebut awalnya berjualan secara langsung pada area wisata Sumber Banteng. Namun seiring dengan adanya pembatasan di area wisata pada pandemi ini, maka area wisata ini ditutup dan UMKM tidak lagi dapat berjualan di tempat tersebut. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan media penunjang *Youtube* dan *Whatsapp Grup* dengan tujuan pengenalan media *marketplace* sebagai tempat berjualan produk dikala tempat Wisata Alam Sumber Banteng masing mengalami penutupan.

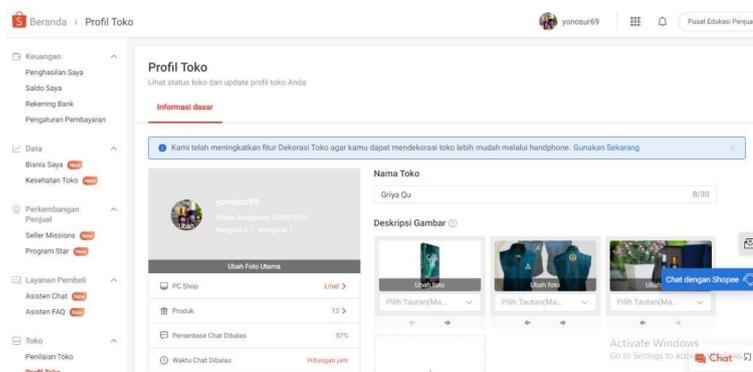
Media yang digunakan dalam pelatihan adalah *Youtube Streaming* dengan tim pemateri dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri (UNISKA) yang mempunyai

pengalaman dan keahlian di bidang *digital marketing*.



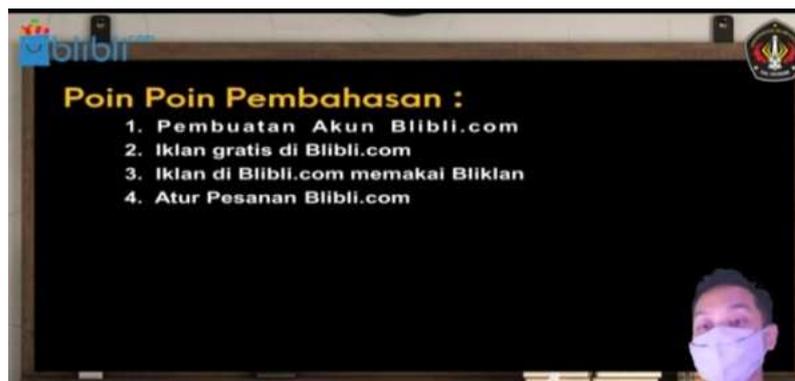
**Gambar 4: Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran *Online* menggunakan *Shopee* melalui *Youtube*.**

Dalam pelatihan yang dilakukan tim pemateri pengabdian menyampaikan pokok bahasan tentang cara pembuatan akun *Shopee* secara detail pertahapan, dalam memasukkan produk yang ditawarkan, pemateri memberikan tips-tips khusus agar produk menarik bagi pelanggan. Pemateri memberikan tips penggunaan fitur iklan gratis *Shopee* sebagai upaya mendongkrak penjualan yang dilakukan serta memberikan alternatif menggunakan iklan *Shopee* prabayar agar penjualan jauh lebih berguna mencapai target penjualan.



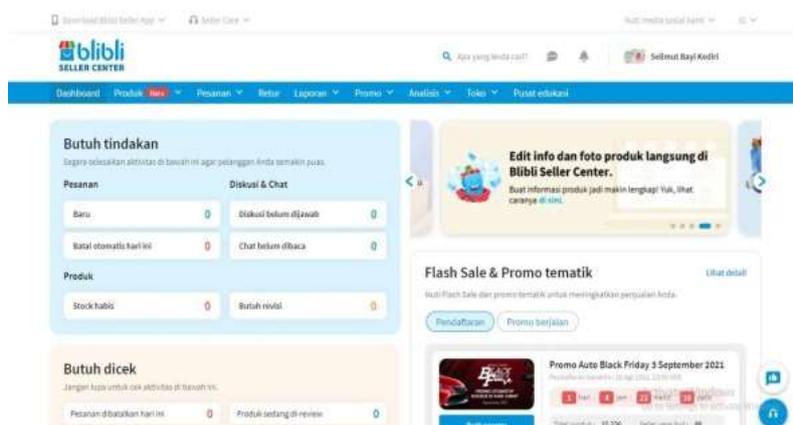
**Gambar 5: Salah satu akun toko *online Shopee* UMKM Kelurahan Tempurejo hasil kegiatan pendampingan.**

Berdasarkan pelatihan yang dilakukan pada UMKM Kelurahan Temburejo yang melakukan penjualan di Wilayah Sumber Banteng. Menghasilkan beberapa akun *Shopee* yang menampilkan produk UMKM unggulan agar dapat dipasarkan secara *online*, terutama dimasa penutupan lokasi wisata. Setelah dibukanya lokasi wisata diharapkan dengan adanya akun *Shopee* nantinya akan meningkatkan penjualan dan omset dari UMKM binaan.



**Gambar 6 : Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran *Online* menggunakan *Blibli* melalui *Youtube*.**

Pelatihan berjalan dengan lancar dengan antusias peserta memberikan komentar dan pertanyaan melalui kolom komentar dan juga *Whatsapp Group* dimana pemateri menyampaikan tentang bagaimana cara pembuatan akun *Blibli* tahap demi tahap agar peserta dapat memahami dan melakukan pembukaan akun dengan lancar. Setelahnya pemateri membimbing tentang penyusunan katalog produk dan juga penggunaan iklan gratis *Blibli* juga mendongkrak pengunjung dimana diharapkan dapat menarik minat pembeli melakukan pembelian di akun *Blibli* UMKM binaan. Tidak lupa pemateri memberikan pemaparan penggunaan iklan memakai *Blibli* yang jauh lebih efektif. Tim pemateri juga tidak lupa membantu memberikan arahan tentang menu atur pesanan di *Blibli* dimana akan memudahkan UMKM melakukan pengaturan pesanan produk yang ditawarkan.



**Gambar 7: Salah satu akun toko *online* Bilibli hasil kegiatan pendampingan.**

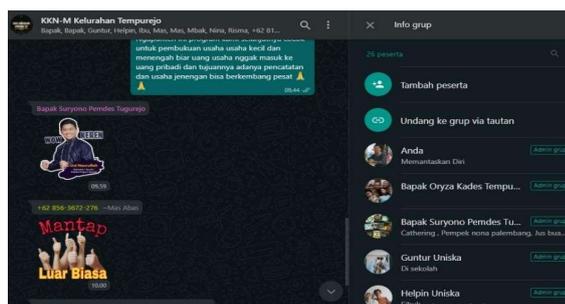
Dengan adanya pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian, para UMKM sangat tertarik untuk membuat akun *online shop* Bilibli. Gambar di atas adalah salah satu akun pelaku UMKM yang menampilkan produk unggulan yang biasa diperjual belikan di lokasi wisata.

Selanjutnya dilakukan pelatihan dalam upaya optimalisasi peran Pokdarwis dalam pengelolaan wisata, dimana dimasa pandemik ini masih terjadi penutupan tempat wisata, namun harus tetap dilakukan pengenalan masyarakat tentang potensi wisata agar ketika pembatasan wilayah dan pembukaan lokasi wisata dilakukan dapat menarik minat masyarakat untuk berlibur disana.



**Gambar 8: Pelatihan *Digital Marketing* dalam Pengelolaan Pariwisata melalui *Youtube*.**

Pelatihan *digital marketing* dilakukan dalam upaya memberikan pemahaman kepada anggota pokdarwis, bahwa ketika terjadi penutupan lokasi wisata pengelolaan harus tetap terjaga dan juga pemberian informasi kepada masyarakat tentang wisata alam. Dengan adanya pelatihan *digital marketing* diharapkan dapat memaksimalkan potensi yang ada di lokasi Wisata Alam Sumber Banteng Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri.



**Gambar 9: Kegiatan pendampingan UMKM dan Pokdarwis Sumber Banteng setelah pelatihan *online* melalui *Whatsapp Group* .**

Kegiatan dilakukan dengan media sosial *Youtube* dan *Whatsapp Grup* dimana kegiatan ini bertujuan untuk memudahkan UMKM melakukan penjualan dengan jangkauan lebih luas serta mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat di masa pandemi. Dalam kegiatan ini UMKM memberikan respon yang sangat baik dan memiliki ketertarikan untuk menjalankan program yang disosialisasikan. Pada program ini terdapat 2 (dua) orang yang mengajukan pembuatan akun serta pendampingan lebih lanjut mengenai pengelolaan toko *online Shopee* dan *Blibli*. Bahkan tim telah mendampingi pembuatan akun online pada UMKM tersebut. Harapannya UMKM dapat menggunakan akun toko *online* yang telah dibuat dengan maksimal dan akun tersebut dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

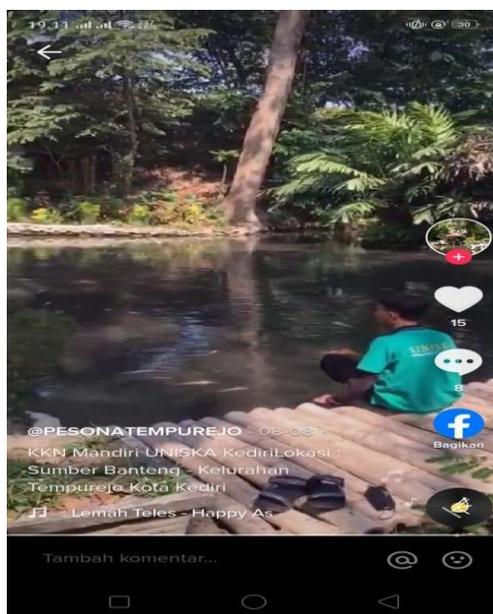
Kegiatan pengabdian selanjutnya berupa pelatihan *digital marketing* dalam pengelolaan pariwisata. Kegiatan ini melibatkan masyarakat yang tergabung dalam Pokdarwis Wisata Alam Sumber Banteng yang berjumlah 15 orang pada 18 Agustus 2021. Pokdarwis ini telah resmi didirikan oleh Kepala Kelurahan Tempurejo sebelum pandemi dan telah berjalan namun belum dipromosikan secara *online*. Sejak pandemi dan keterbatasan area wisata diberlakukan, Pokdarwis ini tidak dapat bekerja secara maksimal.

Kegiatan ini bertujuan untuk membangkitkan semangat para pemuda Kelurahan Tempurejo untuk mengenalkan pariwisata di Kelurahan Tempurejo dengan lebih meluas melalui *digital marketing* via *Instagram* dan *Tiktok*. Setelah dilakukannya sosialisasi online *digital marketing*, respon dari masyarakat cukup baik. Video pelatihan online ini telah ditonton kurang lebih 200 *views* melalui *platform Youtube*. Hal ini membuktikan antusiasme masyarakat Kelurahan Tempurejo. Diharapkan masyarakat umum diluar Kelurahan Tempurejo tertarik dapat mengakses akun *Instagram* dan *tiktok* Pesona Tempurejo yang telah dibuat. Dari media sosial yang telah dibuat ini masyarakat

dapat mengetahui berbagai hal yang disuguhkan dari wisata alam ini. Hal ini juga didukung mulai dibukanya kembali wisata alam ini dengan protokol kesehatan yang ketat.



**Gambar 10: Salah satu akun Instagram Pesona Tempurejo (Pokdarwis) Wisata Alam Sumber Banteng.**



**Gambar 11: Salah satu akun Tiktok Pesona Tempurejo hasil kegiatan.**

Dengan adanya akun *Instagram* dan *Tiktok* yang dibuat guna memviralkan pesona alam Wisata Sumber Banteng. Diharapkan dapat diviralkan di media sosial sehingga wisata alam dapat lebih menarik peminat ketika pembukaan wisata dilakukan,

sehingga kegiatan pengabdian yang telah dilakukan diharapkan dapat cepat memulihkan dampak pandemi.

## PENUTUP

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran *online* gratis melalui *platform marketplace* di Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri ini memberikan respon UMKM yang sangat baik. Hal ini ditandai dengan ketertarikan 2 (dua) orang untuk menjalankan program yang tersebut. Hal ini juga disambut baik oleh tim dengan mendampingi pembuatan akun *marketplace* toko *online* *Shopee* dan *Blibli*. Diharapkan akun toko *online* tersebut dapat digunakan dengan maksimal dan membantu UMKM dalam berjualan di masa pandemi ini.

Selain kegiatan tersebut, tim pengabdian juga mengadakan pelatihan *digital marketing* dalam pengelolaan pariwisata. Kegiatan tersebut juga mendapatkan respon yang baik dari Pokdarwis Wisata Alam Sumber Banteng. Hal ini ditandai dengan antusiasme masyarakat menonton pelatihan *online* melalui *Youtube*. Tim pengabdian juga telah membantu dalam mendampingi pembuatan akun *Instagram* dan *Tiktok* Pesona Tempurejo. Diharapkan masyarakat umum tertarik untuk mengakses akun yang telah dibuat dan masyarakat mengetahui berbagai hal yang disuguhkan dari wisata alam ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Nurdina, Ardiani, M. R., Handayani, C. M. S., & Asj'ari, F. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM Makanan Berbasis Kearifan Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Slempit Kedamean Gresik. *Ekobis Abdimas*, 2(1), 43–51.
- Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(1), 104–115. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13586>
- Soetjipto, N. (2020). Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. In *Penerbit K-Media*.
- Sonny, P. M. K., & Harmadi, H. B. (2020). Menyiapkan Desa Wisata di Masa Pandemi. *Kemenkopmk*, 10. <https://www.kemenkopmk.go.id/menyiapkan-desa-wisata-di-masa-pandemi>
- Wihartanti, L. V., Styaningrum, F., & Noegraha, G. C. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produk Kopi Kare Dan Wisata Alam Berbasis Ekowisata Di Desa Kare Kecamatan Kare Kabupaten Madiun. *Jurnal Terapan Abdimas*, 5(1), 57. <https://doi.org/10.25273/jta.v5i1.5226>

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Segala puji kita haturkan kepada Allah SWT serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaat-Nya yang dapat kita rasakan membawa kita pada kebaikan hingga yaumul kiyamah Amin.

Ucapan selamat kami haturkan kepada seluruh tim pangabdi di lingkungan Universitas Islam Kadiri- Kediri, dan juga kita aturkan rasa terimakasih atas dukungan dari Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNISKA. Yang telah mendorong terselesaikan pengabdian di lingkungan Wisata Alam Sumber Banteng yang melibatkan 13 orang UMKM dan 15 orang yang tergabung dalam Pokdarwis Kelurahan Tempurejo Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Serta perangkat kelurahan dan masyarakat secara luar atas atensinya pada *online shop* dari UMKM binaan dan juga media sosial yang telah dikelola oleh Pokdarwis dalam upaya memperkenalkan wisata alam nan-asri Sumber Banteng sehingga diharapkan dengan adanya pengenalan melalui jejaring akan lebih meningkatkan perekonomian UMKM dan masyarakat di Kelurahan Tempurejo sehingga segera pulih dari dampak ekonomi dari Pandemi Covid-19.